

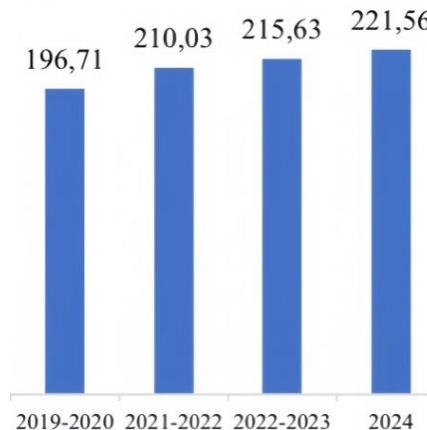
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan Zaman yang begitu pesat pada saat ini berkaitan langsung dengan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Pada tahun 2024 lebih dari 221 juta penduduk Indonesia menggunakan internet, mencakup hingga 79,5% dari total populasi negara ini, sehingga menjadi peningkatan yang signifikan dalam penggunaan internet, dan peningkatan tersebut berkembang setiap tahun. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia tembus hingga 221,56 juta orang, yang menunjukkan bahwasannya terjadi peningkatan dari periode sebelumnya, pada tahun 2022-2023 pengguna internet berjumlah 215,63 juta, sehingga mengalami kenaikan sebesar 2,67% dibandingkan dengan periode 2021-2022 yang mencatat 210,03 juta pengguna.

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet 2019-2024



Sumber: *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2024)*

Lonjakan penggunaan internet menandakan betapa pentingnya akses internet dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini internet telah bertransformasi menjadi lebih dari sekedar alat komunikasi, melainkan sebagai pilar utama pendorong dalam pertumbuhan industri, dan mendorong efisiensi dalam pemerintahan dan operasional bisnis. Transformasi tersebut tidak hanya mempengaruhi cara orang dalam berbelanja, tetapi juga berkomunikasi, bekerja, dan menikmati layanan. Lonjakan penggunaan internet ini mendorong bisnis untuk dapat beradaptasi dan berinovasi, mulai dari perusahaan yang mampu menyediakan layanan yang lebih efisien sehingga, melalui internet tersebut dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Aplikasi mobile menjadi salah satu alat yang penting dalam memberikan kemudahan kepada konsumen, dengan begitu mereka dapat melakukan berbagai aktivitas hanya dengan beberapa klik melalui ponsel mereka. Pada saat ini masyarakat mengharapkan layanan yang mudah, cepat, dan efisien dalam memenuhi berbagai kebutuhan. Oleh sebab itu, penyedia layanan dituntut untuk lebih kreatif serta inovatif dalam memberikan solusi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen digambarkan bagaimana sejauh mana perasaan positif yang telah dirasakan oleh pelanggan setelah menilai kesesuaian antara ekspektasi mereka dengan kenyataan yang diterima (Kotler & Amstrong, 2011). Kepuasan pengguna merupakan faktor penting dalam dunia bisnis dan sistem informasi, karena kepuasan pengguna berkaitan dengan perbandingan antara persepsi pelanggan terkait informasi dan layanan yang diterima dengan harapan yang ditetapkan oleh pengguna. Dalam lingkungan yang dipenuhi dengan berbagai pilihan membuat pengguna

semakin berfikir kritis dalam menilai kualitas layanan yang mereka terima, serta informasi yang akurat, dan tepat waktu, sehingga pengguna dapat membuat keputusan yang lebih baik, pengguna mengharapkan layanan yang tidak hanya efisien melainkan mampu memberikan informasi yang jelas dan relevan sehingga kedua faktor tersebut menjadi suatu hal yang krusial dalam menentukan baik atau buruknya suatu layanan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, kepuasan pengguna merupakan tujuan strategis yang harus diprioritaskan oleh setiap perusahaan, karena hal tersebut menjadi faktor penentu dalam keberlangsungan dan pertumbuhan sebuah perusahaan.

Menurut Davis (dalam Pranoto et al., 2020), kemudahan penggunaan dapat dipahami sebagai tingkat keyakinan suatu individu bahwasannya pemanfaatan suatu teknologi tidak memerlukan banyak usaha. Memiliki arti ketika seseorang merasa bahwa sistem tersebut tidak rumit untuk digunakan, maka kemungkinan besar mereka akan menggunakannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Pramudana (2018) yang menjelaskan bahwasannya persepsi terhadap kemudahan sebuah teknologi diartikan sebagai sejauh mana seseorang dapat meyakini bahwa teknologi tersebut mudah dimengerti dan mudah dioperasikan. Menurut Jogiyanto (2019) dijelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mencerminkan sejauh mana seorang individu memiliki keyakinan bahwa suatu teknologi dapat dijalankan dan dimanfaatkan tanpa memerlukan usaha yang besar dalam proses penggunaan maupun pengoperasiannya. Persepsi kemudahan yang memiliki *self belief* dalam menggunakan sistem teknologi informasi dan tidak memerlukan *free of effort* (Vintiani & Indah, 2023). Konsep ini

menunjukkan bahwasannya jika pengguna merasa tidak kesulitan pada saat berinteraksi dengan aplikasi, maka akan lebih cenderung untuk terus menggunakan aplikasi tersebut dan biasanya mereka merekomendasikan kepada orang lain, namun sebaliknya jika dirasa pengguna yang mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi cenderung merasa tidak puas dan mungkin akan beralih ke aplikasi lain, misalnya aplikasi yang memiliki tata letak yang jelas, ikon yang mudah dipahami, dan petunjuk yang informatif dapat membantu pengguna merasa lebih percaya diri saat menjelajahi berbagai fitur.

Davis dalam Samara & Susanti (2023), mengungkapkan bahwa pengguna yang merasa bahwa suatu aplikasi mudah digunakan akan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi, dan ini akan berdampak positif pada niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Dengan kata lain, semakin mudah aplikasi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna merasa puas. Kemudahan penggunaan juga berhubungan pada kecepatan dalam mengakses informasi serta layanan, pengguna mengharapkan proses pemesanan yang cepat dan efisien, jika pengguna melalui banyak langkah yang rumit untuk menyelesaikan transaksi, mereka akan merasa frustrasi dan tidak akan kembali lagi menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, pengembang aplikasi perlu dengan adanya fokus pada menyederhanakan proses dan mengurangi jumlah langkah yang diperlukan dalam mencapai tujuan pengguna.

Menurut DeLone dan McLean dalam Amarin & Wijaksana (2021), kualitas pelayanan menjadi lebih penting dibandingkan dengan penerapan sistem lainnya. Hal

tersebut disebabkan oleh pergeseran paradigma di mana pengguna sistem saat ini lebih berperan sebagai pelanggan daripada sebagai karyawan, sehingga kualitas layanan yang baik menjadi suatu faktor penentu dalam menjaga hubungan yang positif dengan pelanggan. Dary & Susilo (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik merupakan kunci dan faktor penting penentu kepuasan dan loyalitas sebuah pengguna dalam menggunakan layanan aplikasi Grab di Kota Semarang.

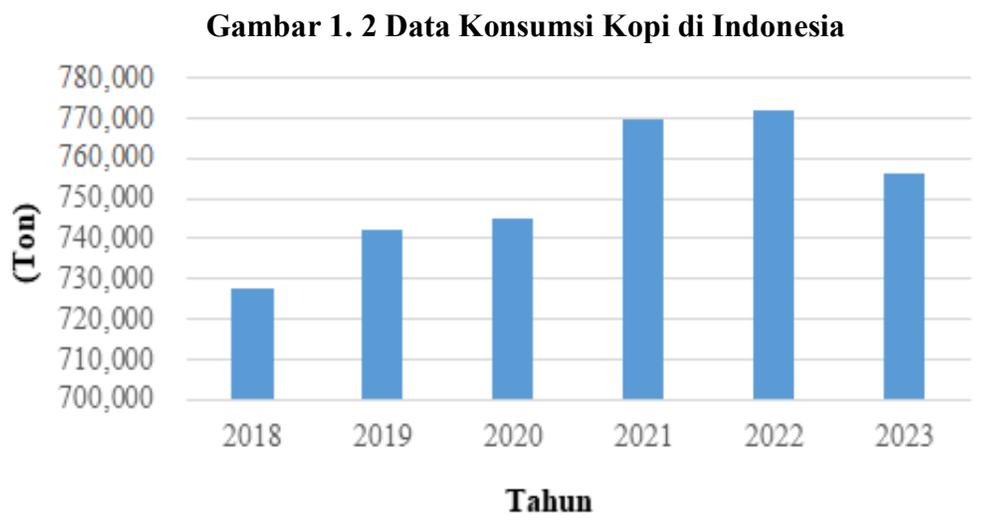
Kualitas informasi adalah salah satu indikator utama keberhasilan sistem informasi DeLone dan McLean dalam (Amarin & Wijaksana, 2021). Kualitas informasi adalah bagaimana sebuah informasi disajikan secara lengkap, dan akurat sehingga ketika pengguna ingin membeli sebuah produk, kelengkapan informasi tersebut dapat menjadi dasar bagi pengguna untuk melakukan keputusan dalam membeli produk. Suatu sistem aplikasi dari penggunaan teknologi informasi harus dapat menyediakan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan/organisasi (Widodo et al., 2016). Ayuna Septita & Deddy (2020) menyebutkan Kepuasan pengguna yang *positif* jika kualitas informasi yang mudah didapat, tepat waktu, *up to date* dan *relevan*. Amarin & Wijaksana (2021) menyebutkan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada penggunaan aplikasi Berrybenka di Kota Bandung.

Berdasarkan laporan Balai Pengujian Standar Instrumen Tanaman Industri Dan Penyegar Badan Standardisasi Instrumen Pertanian (2025), Indonesia merupakan produsen kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia, dengan produksi sekitar 789.000 ton per tahun. Menurut Kementerian Pertanian pada

tahun 2022-2025 Indonesia produksi 150.000 ton arabika, dan 600.000 ton robusta. Ekspor bersih yang dilakukan Indonesia meningkat hingga 420.000 ton pada 2024 dan menjadi 427.000 ton pada 2025. Keunikan yang ada pada kopi Indonesia yaitu pada ragam cita rasanya yang banyak mencerminkan karakteristik geografis dan tradisi lokal yang berbeda pada setiap daerah, oleh sebab itu ragam cita rasa yang ada pada kopi di Indonesia membuat kopi di Indonesia unggul di pasar global, dan memperkuat posisinya sebagai salah satu produsen kopi terpadang di dunia. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2022) menyatakan bahwa dalam 10 tahun terakhir, industri kopi Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan yaitu sebesar 250%. Kopi adalah salah satu komoditas unggulan di sektor perkebunan yang memiliki peran sebagai sumber devisa negara (Badan Pusat Statistik, 2019), peningkatan produksi dan konsumsi kopi berpengaruh besar pada aktivitas ekonomi masyarakat, tidak hanya berdampak bagi petani, yaitu berdampak terhadap terbukanya lapangan pekerjaan yang sekaligus mengurangi pengangguran.

Pada saat ini kopi menjadi bagian integral dari budaya masyarakat di Indonesia, banyak orang yang menikmati kopi di berbagai waktu, mulai dari pagi sebelum beraktivitas, saat bekerja, bahkan saat hanya berkumpul dengan teman-teman. Oleh sebab itu karena kebiasaan minum kopi yang tidak terbatas kini banyak orang yang mengunjungi warung kopi hingga kafe modern. Tempat yang sering disebut “kafe” adalah warung kopi yang menyediakan suasana yang nyaman untuk menikmati secangkir kopi. Menurut data dari United States Department of

Agriculture (USDA), konsumsi kopi di Indonesia dapat diprediksi meningkat menjadi 4,79 juta karung kopi pada tahun 2023/2024 dan akan bertambah seiring berjalannya waktu. Angka tersebut menunjukkan betapa besarnya minat masyarakat terhadap kopi dan peran pentingnya mengkonsumsi pada kehidupan sehari-hari.



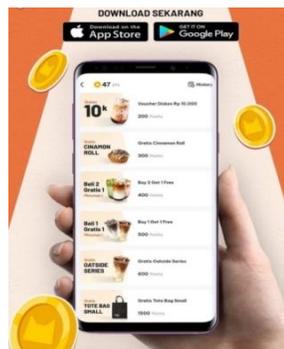
Sumber : *Badan Pusat Statistik Nasional (BPS) 2024*

Konsumsi kopi di kalangan masyarakat Indonesia mulai meningkat, hingga munculnya persaingan yang ketat dalam industri kedai kopi, hingga beberapa tahun terakhir pertumbuhan jumlah kedai kopi mulai bertambah sejalan dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi. Fenomena ini mendorong para pelaku usaha untuk berlomba lomba dalam memenuhi beragam permintaan konsumen, dari segi rasa, variasi produk, pengalaman yang ditawarkan dalam sebuah kedai kopi sehingga hal tersebut menjadi suatu kunci adanya kepuasan pelanggan. Salah satu aspek penting yang diperhatikan adalah Aplikasi Mobile, Aplikasi ini menjadikan alat

yang efektif dalam mendukung operasional bisnis pada kedai kopi, dan meningkatkan pengalaman pelanggan, sehingga para pelaku usaha mulai beradaptasi dengan perubahan teknologi untuk tetap bersaing di pasar yang semakin dinamis.

Salah satu *coffee shop* yang mengikuti pasar dan menggunakan aplikasi mobile adalah Tomoro Coffee. Tomoro Coffee didirikan pada Agustus 2022 oleh Xing Wei Yuan, Tomoro Coffee memiliki 5 strategi bisnis yaitu inovasi menu, penggunaan teknologi, ekspansi agresif, dan dukungan modal. Penggunaan teknologi yang dimaksud oleh Tomoro Coffee adalah penggunaan aplikasi mobile, Tomoro Coffee meluncurkan aplikasi mobile dengan harapan lebih dekat dengan konsumen, dan dalam 2 tahun pendirian Tomoro Coffee sudah membuka 600+ cabang di Indonesia dan total pengguna aplikasi Mobile Tomoro Coffee 2,5 juta. dalam penggunaan aplikasi mobile terdapat beberapa faktor seperti kemudahan pengguna, kualitas layanan, dan kualitas informasi yang disajikan.

Gambar 1. 3 Aplikasi Tomoro Coffee



Sumber : Instagram @tomorocoffee.id

Menurut survei oleh Tsurvey.id (2024), Tomoro Coffee adalah merek kopi yang baru dan berhasil membuka 400 gerai dalam 1,5 tahun. Meskipun Tomoro Coffee agresif di pasar, namun belum bisa menggeser kopi kekinian lainnya, meskipun begitu Tomoro Coffee berhasil membuat 63% orang yang pernah mencoba Tomoro Coffee pertama kali untuk membeli lagi dengan tingkat kunjungan hingga 2-3 kali dalam sebulan yang artinya konsumen pada Tomoro Coffee bersifat loyal.

Tabel 1.1 Top Brand Indeks Kedai Kopi

Merek	Persentase
Tomoro Coffee	42,20%
Kopi Kenangan	39,00%
Tuku	18,00%
Fore	6,90%

Sumber (Pangestuti & Heikal, 2024)

Dalam tabel diatas diketahui bahwa Tomoro Coffee berhasil memperoleh persentase 42,20% diantara pesaing pesaingnya. Namun demikian, masih ditemukan beberapa keluhan pengguna terkait pengalaman dalam menggunakan aplikasi tersebut, sehingga masalah ini dapat berdampak pada tingkat kepuasan pengguna dan pada akhirnya mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap Tomoro Coffee. Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas, peneliti ingin mengkaji kepuasan pengguna aplikasi Tomoro Coffee untuk mengetahui variabel kemudahan, kualitas layanan, dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tomoro Coffee, dan diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang strategis kedepannya bagi pengembang aplikasi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kemudahan pengguna, kualitas layanan, dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tomoro Coffee?
2. Apakah kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tomoro Coffee?
3. Apakah kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tomoro Coffee?
4. Apakah kualitas informasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tomoro Coffee?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh kemudahan, kualitas layanan, dan kualitas informasi secara simultan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tomoro Coffee.
2. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh kemudahan secara parsial terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tomoro Coffee
3. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tomoro Coffee.
4. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh kualitas informasi secara parsial terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tomoro Coffee.

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan penjabaran rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam bidang ilmu manajemen pemasaran khususnya sistem informasi, untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Tomoro Coffee, terutama dari kemudahan, kualitas layanan, dan kualitas informasi.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi penulis maupun pembaca, serta dapat menjadi bahan perbandingan untuk penelitian dengan topik yang serupa di masa yang akan datang

Bagi pelaku bisnis yang bersangkutan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta dukungan untuk mengembangkan pemasaran.