

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

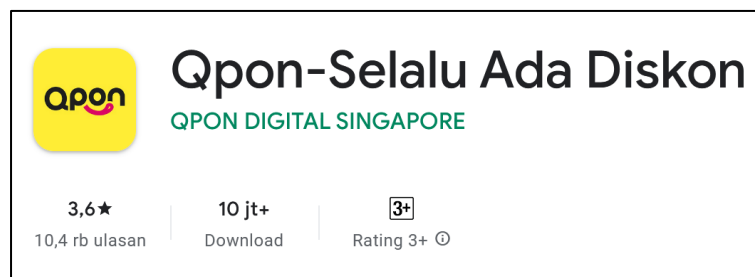
Arus transformasi digital yang terjadi secara besar-besaran di Indonesia selama dekade terakhir ini telah mendefinisikan ulang lanskap ekonomi serta perilaku konsumsi secara fundamental. Kemudahan akses internet dan penetrasi gawai pintar (*smartphone*) telah menciptakan ekosistem di mana efisiensi menjadi prioritas utama masyarakat. Dalam penelitian terdahulu telah menyoroti bahwa di era ekonomi digital saat ini, terjadi pergeseran paradigma konsumsi dari impulsif menjadi lebih terencana dan berorientasi pada nilai (*value-oriented*) [1]. Fenomena ini memunculkan tren perilaku "pemburu promo" atau *smart buying*, di mana konsumen secara aktif mencari diskon dan penawaran terbaik melalui platform digital sebelum melakukan pembelian layanan gaya hidup.

Perubahan perilaku tersebut direspons oleh industri teknologi dengan menjamurnya platform aggregator layanan (*service aggregator*) yang berfungsi sebagai jembatan penghubung antara konsumen dengan ribuan *merchant*. Kondisi ini menciptakan iklim persaingan yang sangat ketat di antara penyedia aplikasi. Penelitian terdahulu menekankan bahwa dalam pasar digital yang jenuh, tantangan terbesar bagi perusahaan rintisan (*startup*) bukan lagi sekadar pada akuisisi pengguna baru, melainkan pada kemampuan mempertahankan pengguna lama (*retention*) [2]. Aplikasi yang gagal menghadirkan keunggulan layanan akan dengan mudah ditinggalkan, mengingat banyaknya alternatif yang tersedia di pasar.

Popularitas Qpon sebagai platform gaya hidup hemat ini bukanlah fenomena yang terjadi secara kebetulan, melainkan sejalan dengan pergeseran perilaku konsumen muda di Indonesia. Mengutip laporan riset terbaru dari GoodStats (2025), sebanyak 59% Generasi Z kini secara aktif mengadopsi gaya hidup *frugal living* sebagai strategi menghadapi tantangan ekonomi, di mana 60% di antaranya secara spesifik mengaku rutin berburu promosi dan diskon digital [3]. Tren ini diperkuat oleh temuan YouGov (2025) mengenai fenomena *Value Shoppers*, yang mencatat bahwa 63% konsumen Indonesia kini sangat mengandalkan aplikasi seluler untuk membandingkan harga sebelum bertransaksi [4].

Memanfaatkan besarnya pasar konsumen yang menuntut efisiensi biaya, Qpon hadir dan dengan cepat mendapatkan daya tarik organik (*organic traction*). Hal ini terlihat dari fenomena viralnya aplikasi ini di berbagai platform media sosial. Banyak pembuat konten (*content creator*) maupun komunitas pencinta diskon yang secara sukarela merekomendasikan Qpon sebagai "aplikasi wajib unduh" untuk berburu penawaran *merchant* dengan harga miring. Momentum pergeseran perilaku yang bertemu dengan sorotan publik di media sosial inilah yang pada akhirnya berkontribusi langsung pada lonjakan angka unduhan aplikasi Qpon secara masif.

Salah satu entitas bisnis yang berupaya mengkapitalisasi tren *smart buying* ini adalah aplikasi Qpon. Hadir dengan visi sebagai platform inklusif yang menghubungkan *brand* besar hingga UMKM dengan pasar generasi muda, Qpon menawarkan proposisi nilai berupa kemudahan akses terhadap gaya hidup hemat. Strategi ini terbukti efektif dalam menarik minat pasar, yang tercermin dari pencapaian jumlah unduhan yang masif.

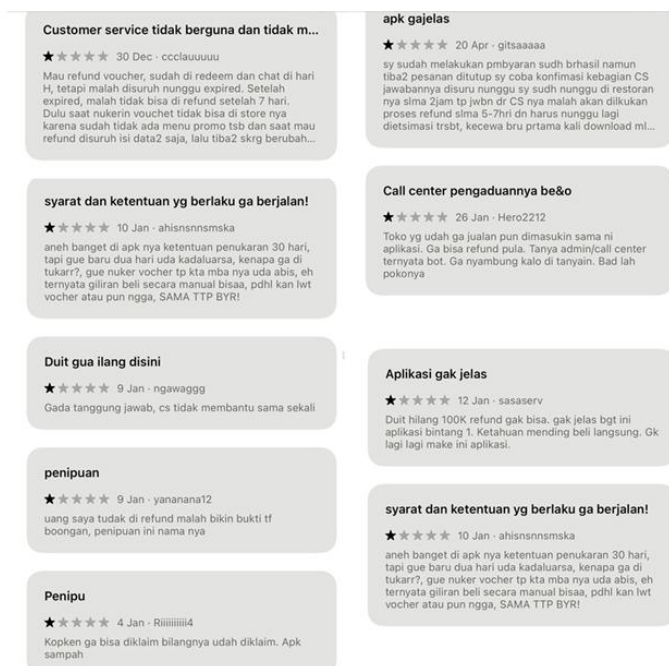


Gambar 1. 1. Aplikasi Qpon pada Google Play Store

Pada Gambar 1.1 Qpon tercatat telah diunduh lebih dari 10 juta pengguna di Google Play Store dan menempatkannya sebagai salah satu pemain utama dalam kategori aplikasi gaya hidup di Indonesia hingga awal tahun 2026. Di tengah ketatnya persaingan industri *service aggregator* diskon di Indonesia, Qpon berhadapan langsung dengan kompetitor mapan di pasar yang sama, seperti fitur terintegrasi dari *super-app* Traveloka, Tiktok dan Grab. Meskipun demikian, pemilihan Qpon sebagai objek penelitian ini didasarkan pada dua alasan fundamental. Pertama, Qpon memiliki karakteristik penetrasi yang lebih unik karena sangat mendominasi segmen pasar kalangan muda dan lebih agresif menggandeng UMKM lokal dibandingkan kompetitornya yang fokus pada *brand* besar. Strategi integrasi UMKM ke dalam ekosistem digital (*e-commerce*) ini terbukti secara akademis

mampu menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) serta memperluas jangkauan pasar secara masif [5]. Kedua, terdapat anomali yang sangat mencolok: tingginya angka unduhan yang menembus 10 juta pengguna justru diiringi dengan *rating* kepuasan yang tertinggal di angka 3,6. Anomali ini menjadikan Qpon sebagai studi kasus yang paling ideal dan representatif untuk membedah masalah kegagalan ekspektasi layanan elektronik di tengah popularitas yang tinggi.

Namun, keberhasilan dari sisi kuantitas pengguna tersebut rupanya berbanding terbalik dengan kualitas pengalaman pengguna (*User Experience*) yang dirasakan. Berdasarkan observasi pendahuluan yang dilakukan penulis, terdapat kesenjangan (*gap*) yang cukup mencolok antara tingginya angka adopsi dengan tingkat kepuasan pelanggan. Aplikasi Qpon hanya mampu bertahan dengan rating rata-rata yang stagnan di angka 3,6 dari skala 5,0. Dalam industri aplikasi digital, rating yang rendah ini merupakan indikator awal adanya kegagalan sistemik dalam memenuhi ekspektasi pengguna.



Gambar 1. 2. Ulasan Aplikasi Qpon
Sumber: Aplikasi Qpon, data diolah (2026)

Rendahnya tingkat kepuasan pada Gambar 1.2 tidak dapat dipandang sebelah mata, karena kualitas layanan elektronik (*E-Service Quality*) memiliki peran determinan dalam keberhasilan aplikasi. Tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel *E-Service Quality* dengan kontribusi mencapai 49,9%, sebagaimana

dibuktikan dalam studi empiris terdahulu [6]. Artinya, hampir separuh dari persepsi kepuasan pengguna ditentukan oleh seberapa andal layanan elektronik yang diberikan. Dengan rating yang hanya mencapai 3,6, dapat diindikasikan bahwa Qpon belum berhasil mengoptimalkan aspek kualitas layanannya secara maksimal.

Secara spesifik, ketidakpuasan pengguna Qpon banyak bersumber dari kendala teknis dan operasional. Keluhan yang mendominasi kolom ulasan mencakup pengembalian data (*refund*) yang gagal, hingga kegagalan validasi voucher di kasir *merchant*. Hasil identifikasi dalam studi sebelumnya menunjukkan keselarasan bahwa dimensi *Reliability* (keandalan sistem) menjadi penentu paling sensitif bagi pengguna dalam aplikasi transaksi [7]. Kegagalan sistem sekecil apapun saat pengguna hendak bertransaksi akan menimbulkan frustrasi dan persepsi ketidakhandalan platform.

Selain masalah teknis, aspek layanan bantuan (*customer service*) juga menjadi sorotan tajam. Banyak pengguna melaporkan lambatnya respons admin dalam menangani sengketa transaksi atau kegagalan pengembalian dana (*refund*). Penelitian terdahulu juga menegaskan bahwa dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) memiliki korelasi kuat dengan kepercayaan pengguna (*e-trust*). Ketika pengguna merasa diabaikan saat menghadapi masalah, tingkat kepercayaan mereka terhadap kredibilitas aplikasi akan runtuh seketika, yang pada akhirnya merusak reputasi jangka panjang perusahaan [7].

Dampak lanjutan dari akumulasi kekecewaan ini adalah risiko kehilangan pengguna aktif (*churn*). Dalam ekosistem aplikasi *mobile*, biaya perpindahan (*switching cost*) hampir mendekati nol, pengguna dapat dengan mudah menghapus satu aplikasi dan beralih ke aplikasi kompetitor dalam hitungan detik. Loyalitas pelanggan diketahui dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh tingkat kepuasan mereka, sebagaimana ditegaskan dalam penelitian sebelumnya [8]. Sebaliknya, ketidakpuasan akan memicu perilaku perpindahan (*switching behavior*). Jika Qpon tidak segera melakukan intervensi perbaikan, basis pengguna yang besar tersebut berpotensi tergerus secara signifikan dalam waktu singkat.

Apabila ditinjau dari model operasional *Online-to-Offline* (O2O) yang digunakan, urgensi untuk mengkaji kualitas layanan pada aplikasi Qpon menjadi semakin vital dan penting. Berbeda dengan *e-commerce* barang ritel konvensional

di mana kegagalan sistem mungkin hanya berdampak pada keterlambatan pengiriman, kegagalan operasional pada Qpon membawa konsekuensi psikologis yang lebih berat. Sebagai contoh, ketika pengguna sudah berada di lokasi fisik *merchant* namun aplikasi mengalami galat (*error*) sehingga voucher tidak dapat divalidasi, hal tersebut akan memicu emosi negatif tingkat tinggi seperti rasa frustrasi dan rasa dipermalukan yang fatal bagi pengguna saat berhadapan dengan kasir. Penelitian terbaru pada platform aplikasi O2O mengonfirmasi bahwa kegagalan layanan digital secara mendadak di titik transaksi langsung (*service failure*) secara signifikan memicu gejala emosi negatif yang merusak batas toleransi dan kepuasan pelanggan secara instan [9]. Jika kualitas layanan digital (*E-Service Quality*) ini tidak segera dievaluasi dan diperbaiki secara presisi, Qpon tidak hanya berisiko mengalami *churn* (kehilangan basis pengguna), tetapi juga menghancurkan pilar kepercayaan (*e-trust*) dengan mitra *merchant* yang menjadi urat nadi operasional bisnisnya [10].

Melihat urgensi permasalahan tersebut, diperlukan sebuah kajian evaluatif yang mendalam dan terukur untuk membedah akar permasalahan kualitas layanan Qpon. Manajemen tidak bisa lagi hanya mengandalkan intuisi atau asumsi semata, melainkan harus berbasis pada data persepsi pengguna yang riil. Melalui evaluasi ini, perusahaan dapat memetakan aspek layanan yang memerlukan perbaikan utama di mata pengguna, sehingga alokasi sumber daya dapat dioptimalkan secara efisien serta tepat sasaran.

Penelitian ini menggunakan kerangka kerja berupa integrasi antara metode E-Servqual (*Electronic Service Quality*) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menjawab permasalahan tersebut. Metode E-Servqual dengan tujuh dimensi dipilih karena kemampuannya memotret seluruh aspek layanan secara komprehensif, mulai dari teknis hingga non-teknis. Sementara itu, analisis IPA digunakan sebagai pisau analisis strategis. Sebagaimana diterapkan oleh penelitian terdahulu dalam mengevaluasi aplikasi *social commerce* (TikTok Shop), kombinasi kedua metode ini terbukti efektif dalam menghasilkan peta prioritas perbaikan yang jelas, membedakan antara fitur yang kinerjanya sudah memuaskan dan fitur yang memerlukan perbaikan mendesak [11].

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi landasan strategis bagi pihak manajemen *Qpon* untuk mengoptimalkan mutu pelayanan yang diberikan kepada pengguna. Dengan menggunakan analisis kesenjangan dan pemetaan kuadran prioritas, penelitian ini difokuskan untuk menawarkan solusi bagi peningkatan kepuasan pengguna dan rating aplikasi, yang pada gilirannya mendukung keberlangsungan usaha *Qpon* dalam menghadapi persaingan ekonomi digital yang sangat kompetitif.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana hasil evaluasi kualitas layanan pada aplikasi *Qpon* berdasarkan model E-Servqual dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)?

1.3. Batasan Masalah

Mengacu pada rumusan masalah yang telah ditetapkan, cakupan dalam riset ini meliputi hal-hal berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada aplikasi *mobile Qpon* (berbasis Android dan iOS) dengan fokus pada evaluasi kualitas layanan berdasarkan integrasi model *E-Service Quality* (E-Servqual) dan *Importance Performance Analysis* (IPA).
2. Penelitian ini menggunakan tujuh variabel pengukuran kualitas layanan, yaitu *Efficiency* (efisiensi), *System Availability* (ketersediaan sistem), *Fulfillment* (pemenuhan), *Privacy* (privasi), *Compensation* (kompensasi), *Responsiveness* (daya tanggap), serta *Contact* (kontak).
3. Populasi responden dalam penelitian ini adalah pengguna aktif aplikasi *Qpon* berusia minimal 17 tahun yang telah melakukan transaksi penukaran voucher (*redeem*) setidaknya satu kali.

1.4. Tujuan Penelitian

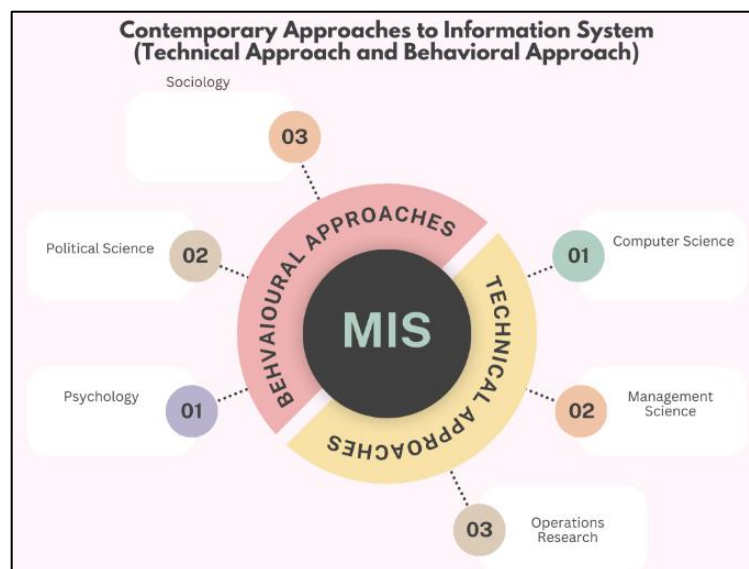
Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas layanan pada aplikasi *Qpon* berdasarkan model E-Servqual dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah disampaikan sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat-manfaat sebagaimana tercantum di bawah ini:

1. Memperoleh pemahaman mendalam mengenai indikator kualitas layanan yang perlu diprioritaskan untuk peningkatan kinerja pada aplikasi Qpon.
2. Menjadi acuan bagi riset mendatang yang mengevaluasi kualitas layanan aplikasi *service aggregator* dengan mengombinasikan model E-Servqual serta metode *Importance Performance Analysis (IPA)*.
3. Memberikan saran strategis berbasis bukti bagi pihak manajemen Qpon untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi, yang pada akhirnya bertujuan untuk memperkuat loyalitas dan kepuasan pengguna.

1.6. Relevansi SI



Gambar 1. 3. Pendekatan Kontemporer Sistem Informasi [13]

Sebagaimana digambarkan pada Gambar 1.3, sistem informasi merupakan sinergi antara teknologi informasi dengan aktivitas manusia yang memanfaatkannya guna menunjang kegiatan operasional maupun manajemen. Menurut penelitian terdahulu, sistem informasi tidak semata-mata membahas mengenai perangkat keras dan lunak, tetapi juga melibatkan interaksi manusia dan proses bisnis dalam mencapai tujuan organisasi [12].

Studi sistem informasi menerapkan kerangka kerja multidisiplin melalui dua pendekatan utama, yakni teknis (*technical approach*) dan perilaku (*behavioral approach*). Fokus pendekatan teknis mencakup pemanfaatan model matematis, teknologi fisik, serta kapabilitas sistem, yang berakar pada ilmu komputer, manajemen sains, dan riset operasi. Sebaliknya, Pendekatan Perilaku lebih menyoroti dampak sistem terhadap individu, kelompok, dan organisasi, termasuk isu kepuasan pengguna, adopsi teknologi, dan manajemen perubahan yang melibatkan disiplin ilmu psikologi, sosiologi, dan ekonomi.

Penelitian ini dikategorikan ke dalam pendekatan perilaku (*behavioral approach*) karena fokus utama penelitian bukan pada pengujian baris kode atau algoritma aplikasi (*backend*), melainkan pada evaluasi kualitas layanan aplikasi Qpon berdasarkan persepsi psikologis pengguna (*user perception*). Relevansi penelitian ini dengan disiplin ilmu Sistem Informasi tecermin dalam tiga aspek berikut:

a) Evaluasi Kinerja Sistem (*IT Service Management*)

Penelitian ini menerapkan metode E-Servqual untuk mengaudit kinerja produk digital. Hal ini selaras dengan domain SI yang menekankan bahwa keberhasilan teknologi diukur dari *value* yang dirasakan oleh penggunanya (*end-user*), bukan hanya dari kecanggihan teknisnya.

b) Penyelarasan Bisnis dan TI (*Business-IT Alignment*)

Melalui analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), penelitian ini menjembatani kesenjangan antara fitur teknis yang disediakan pengembang dengan tingkat kepentingan bisnis (kepuasan pelanggan). Hal ini memastikan bahwa teknologi Qpon benar-benar mendukung strategi bisnis perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pengguna.

c) Pengambilan Keputusan Berbasis Data (*Data-Driven Decision Making*)

Penelitian ini mentransformasi data persepsi pengguna yang kualitatif menjadi wawasan kuantitatif yang terukur. Proses ini mendukung konsep *Decision Support System* (DSS) dalam manajemen SI, di mana keputusan manajerial untuk perbaikan fitur diambil berdasarkan bukti empiris statistik, bukan asumsi semata.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini dibagi ke dalam lima bab utama guna memberikan gambaran sistematis terkait proses penelitian, mulai dari pendahuluan sampai dengan penarikan kesimpulan. Berikut adalah perincian dari sistematika penulisannya:

a) Bab I Pendahuluan

Bab ini menjadi fondasi awal penelitian yang menguraikan konteks permasalahan secara umum hingga spesifik. Di dalamnya dibahas mengenai Latar Belakang fenomena kesenjangan antara jumlah pengguna dan rating aplikasi Qpon, Rumusan Masalah yang menjadi fokus utama analisis. Selain itu, terdapat uraian mengenai batasan masalah untuk menjaga agar ruang lingkup penelitian tetap fokus pada evaluasi kualitas layanan, serta pemaparan tujuan penelitian. Bab ini kemudian ditutup dengan penjelasan mengenai sistematika penulisan laporan.

b) Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini memaparkan kerangka teoretis dan tinjauan empiris yang mendasari penelitian. Bagian Dasar Teori menjelaskan secara mendalam konsep *Electronic Service Quality* (E-Servqual) beserta ketujuh dimensinya, metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk pemetaan prioritas, serta teori pendukung statistik seperti uji validitas dan reliabilitas. Bagian Penelitian Terdahulu menyajikan ulasan kritis terhadap studi-studi sejenis yang menjadi acuan (*state of the art*) dalam penentuan variabel dan metode analisis.

c) Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan secara rinci tahapan sistematis yang dilakukan dalam menyelesaikan masalah penelitian. Pembahasan mencakup desain penelitian, penentuan Populasi dan Sampel pengguna Qpon, Teknik Pengumpulan Data melalui kuesioner, definisi operasional variabel E-Servqual, instrumen pengukuran, serta Teknik Analisis Data yang meliputi uji prasyarat instrumen, analisis kesenjangan (*gap analysis*), dan analisis kuadran IPA serta hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen.

d) Bab IV Hasil Dan Pembahasan

Bab ini memaparkan hasil pengolahan data empiris yang diperoleh dari lapangan. Di dalamnya mencakup deskripsi profil responden, analisis deskriptif,

serta hasil perhitungan analisis *gap* E-Servqual. Bab ini berfokus pada interpretasi diagram Kartesius *IPA* guna mengklasifikasikan atribut layanan *Qpon* ke dalam kuadran prioritas perbaikan (*Concentrate Here*), prestasi yang harus dijaga (*Keep Up the Good Work*), prioritas rendah, serta aspek berlebihan.

e) Bab V Penutup

Bab ini merupakan bagian penutup yang memuat simpulan komprehensif atas rumusan masalah, sekaligus menyajikan saran-saran yang bersifat konstruktif dan implementatif. Saran ditujukan kepada pihak manajemen *Qpon* sebagai masukan strategis perbaikan layanan, serta bagi peneliti selanjutnya untuk pengembangan studi di masa depan.