

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

1.1.1 Profil Universitas Telkom

Universitas Telkom berdiri pada tanggal 14 Agustus 2013 berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbud Nomor 309/E/0/2013. Universitas Telkom merupakan Perguruan Tinggi Swasta yang diselenggarakan oleh Yayasan Pendidikan Telkom, merupakan penggabungan dari empat Perguruan Tinggi Swasta, yaitu Institut Teknologi Telkom (IT Telkom), Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), Politeknik Telkom, dan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia Telkom (STISI Telkom). Kampus Universitas Telkom bertempat di kawasan Bandung Technoplex. Yang merupakan pengembangan kampus STT Telkom yang diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia Soeharto pada tahun 24 Maret 1994. (Telkom University, 2013)

Dengan adanya kebijakan penggabungan menjadi satu perguruan tinggi, maka seluruh kekuatan yang dimiliki oleh keempat kampus digabung menjadi suatu sinergi kekuatan yang dapat menghasilkan karya-karya Tridharma lebih besar bagi peningkatan daya saing bangsa dalam menghadapi globalisasi melalui penyelenggaraan dan pengembangan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat pada berbagai rumpun keilmuan dengan penguatan kekhasan pada bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Untuk menciptakan budaya lingkungan yang baik dalam upaya pencapaian prestasi, Universitas Telkom memegang nilai-nilai teguh yaitu professionalism, recognition of achievement, integrity, mutual respect, dan entrepreneurship. Universitas Telkom mencanangkan pada tahun 2018 menjadi perguruan tinggi berkelas dunia yang berperan aktif dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan seni berbasis teknologi informasi. (Telkom University, 2013)

Universitas Telkom memiliki tujuh fakultas yaitu Fakultas Teknik Elektro, Fakultas Rekayasa Industri, Fakultas Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Fakultas Industri Kreatif dan Fakultas Ilmu Terapan (Diploma) dan memiliki 33 jurusan/prodi termasuk prodi internasional. (smb Telkom University, 2019)

1.1.2 Profil Fakultas Komunikasi & Bisnis

Pada tahun 2004 STMB berubah nama menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Telkom. Perubahan nama ini diikuti dengan peningkatan kapasitas penerimaan mahasiswa baru program S-1 MBTI. Eksistensi STMB Telkom yang semakin kuat telah mendorong upaya transformasi STMB Telkom menjadi Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) pada tahun 2008. Transformasi ini ditandai dengan bertambahnya program studi yang diselenggarakan oleh IM Telkom. Program studi baru yang diselenggarakan sejak tahun 2008 adalah program studi: S-1 Ilmu Komunikasi, S-1 Desain Komunikasi Visual, S-1 Akuntansi, S-1 Administrasi Niaga, D-3 Pemasaran. (Scb Telkom University, 2018)

Pada masa Transformasi menjadi Universitas Telkom di tahun 2013, dengan penggabungan empat Perguruan Tinggi tersebut ke dalam Universitas Telkom, maka Institut Manajemen Telkom berubah menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Sesuai dengan keputusan Dewan Pengurus Yayasan Pendidikan Telkom Nomor: KEP0205/00/DGA-02/YPT/2014 tentang struktur Struktur Organisasi dan Tata Kerja Universitas Telkom, tanggal 28 Maret 2014, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dikembangkan menjadi dua Fakultas, (1) Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB), dan (2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB). Fakultas Komunikasi Dan Bisnis memiliki 2 Program Studi yaitu Program Studi Ilmu Komunikasi dan Program Studi Administrasi Bisnis. (Scb Telkom University, 2018)

Seiring dengan tingginya minat mahasiswa pendaftar studi bidang Ilmu Komunikasi, serta rencana pengembangan Prodi baru sesuai dengan Renstra Universitas dan Fakultas, serta berdasarkan nomenklatur No. 1030/D/T/2010 Perihal Penataan Nomenklatur Program Studi Psikologi, Komunikasi, Komputer, dan Lanskap di mana dijelaskan bahwa Hubungan Masyarakat menjadi salah satu rumpun Ilmu Komunikasi. Fakultas Komunikasi dan Bisnis kemudian mengajukan program studi baru yaitu Program Studi S1 Hubungan Masyarakat.

Saat ini Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) terdiri dari tiga Program Studi, yaitu:

1. Program Studi S1 Ilmu Administrasi Bisnis
2. Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
3. Program Studi S1 Hubungan Masyarakat (Scb Telkom University, 2018)

1.1.3 Visi dan Misi Fakultas Komunikasi dan Bisnis

A. Visi

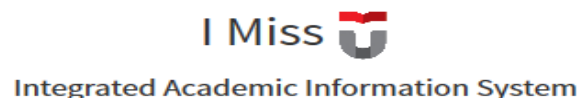
Menjadi fakultas penelitian dan kewirausahaan pada tahun 2023, yang memiliki peran aktif dalam pengembangan bisnis berbasis komunikasi dan informasi.

B. Misi

1. Menyusun dan mengembangkan pendidikan bertaraf internasional berbasis teknologi informasi.
2. Mengembangkan dan menyebarluaskan bidang-bidang komunikasi dan bisnis berbasis teknologi informasi yang diakui secara internasional.
3. Memanfaatkan bidang komunikasi dan bisnis berbasis teknologi informasi untuk kesejahteraan dan kemajuan peradaban bangsa melalui pengembangan kompetensi wirausaha. (Scb Telkom University, 2018)

1.1.4 Sistem Informasi I Miss-U

I-Miss U - *Integrated Academic Information System* Universitas Telkom, atau disingkat I-Miss-U, aplikasi ini merupakan aplikasi Layanan Akademik Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom berupa *website*, LAAK-FKB memulai babak baru dalam meningkatkan pelayanan terhadap mahasiswa. Selasa, 26 February 2019, LAAK FKB menerapkan sistem *paperless* dalam melayani surat menyurat kebutuhan mahasiswa.

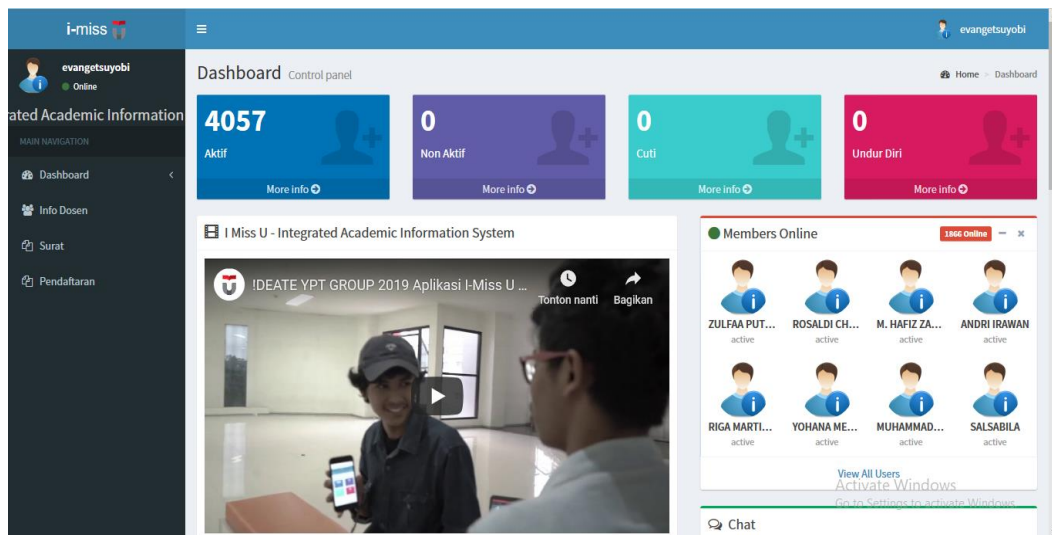


Gambar 1.1 Logo I-Miss U

Sumber : <https://laakfkb.telkomuniversity.ac.id> (2019)

Bila dahulu mahasiswa harus daftar dan berhadapan langsung dengan *Person In-Charge* / Staff LAAK-FKB untuk mendapatkan surat semisal Surat Keterangan Mahasiswa, Surat Pengantar Magang ataupun lainnya, maka saat ini tidak perlu lagi, cukup melakukan akses I Miss-U, dan pejabat yang berwenang akan melakukan approval. Surat tersebut dapat dicetak sendiri tanpa perlu tanda tangan basah dari pejabat yang

berwenang. Karena sudah dilengkapi QR Code yang langsung terhubung dengan *database* LAAK FKB sebagai pengaman keaslian surat. Hal terpenting adalah semua stakeholder dapat melakukan pekerjaannya dimanapun dan kapanpun selama memiliki akses internet. (laakfkb.telkomuniversity, 2019)



Gambar 1.2 Tampilan Website I Miss-U
Sumber: Olahan Data Peneliti (2019)

Sistem Informasi pada *website* I Miss-U terdiri dari beberapa fitur seperti, Info Dosen, pembuatan surat keterangan mahasiswa, pengantar tugas kuliah, pendaftaran ujian khusus, magang, desk evaluation, sidang skripsi dan sidang akademik. Sistem Informasi *website* I Miss-U dikelola oleh Layanan Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Komunikasi dan Bisnis (LAAK FKB). *Website* I Miss-U memakai sistem *single-sign-on* atau menggunakan satu akun. Tabel 1.1 berikut menunjukkan beberapa fitur Sistem yang ada di *website* I Miss-U.

TABEL 1.1
Fitur Pada Website I Miss-U

No	Fitur <i>website</i> I Miss-U	Deskripsi
1	Info Dosen	Fitur untuk melihat info dosen di Fakultas Komunikasi dan Bisnis, seperti kode dosen, kelompok keahlian dan Email .

2	Surat	Fitur untuk membuat berbagai surat seperti keterangan mahasiswa, pengantar tugas kuliah, dan penelitian skripsi.
3	Pendaftaran	Fitur untuk mahasiswa fkb melakukan pendaftaran seperti ujian khusus, magang, desk evaluation, sidang skripsi dan sidang akademik.

Sumber: Olahan Data Peneliti (2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 *website* I Miss-U memiliki tiga fitur yang dapat digunakan mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom, baik untuk kebutuhan tugas mata kuliah sampai untuk memenuhi syarat kelulusan. Seluruh data akademik mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis akan tersimpan pada sistem I Miss-U.

1.2 Latar Belakang

Di era digital seperti saat ini, dalam kehidupan sehari-hari tidak lepas dari penggunaan teknologi internet. Teknologi internet ini selain digunakan dalam membantu dalam menjalankan sebuah bisnis juga membantu kegiatan dalam belajar ataupun mengajar bahkan sebagai penunjang dalam gaya hidup terutama bagi masyarakat di Indonesia.



Gambar 1.3 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: apjii.or.id (diakses pada 1 Oktober 2019)

Berdasarkan gambar 1.1 dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di Indonesia pada tahun 2018 mengalami peningkatan dalam penggunaan internet di bandingkan pada tahun 2017. Pada tahun 2017 dengan jumlah penduduk Indonesia sebanyak 262 juta orang pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa atau sekitar 54,68% sedangkan pada tahun 2018 dengan jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 264,16 juta orang, pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8%. Dari tahun 2017 sampai 2018 pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 27.91 juta jiwa atau naik sebesar 10,12%, kenaikan ini terjadi karena jumlah masyarakat di Indonesia juga mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Pengguna internet ini akan terus semakin bertambah, hal ini terjadi karena semakin banyak dan murahnya harga *gadget* (gawai) untuk mengakses ke media sosial membuat pengguna internet tumbuh semakin pesat. Selain itu mulai banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan internet untuk menjalankan bisnisnya seperti *online shop* dan mulai banyak *startup* yang berkembang. Banyak juga perguruan tinggi yang memakai teknologi internet untuk menunjang proses

belajar dan mengajar, berdasarkan datariau.com (2019) perguruan tinggi yang telah memanfaatkan teknologi internet yaitu Universitas Gajah Mada, Universitas Terbuka, Universitas Indonesia dan Universitas Diponegoro. Perguruan tinggi tersebut telah menerapkan sistem pembelajaran *e-learning* di dalam perkuliahan, hal ini dilakukan untuk menambah pengetahuan mahasiswa dalam proses belajar. Salah satu perguruan tinggi lainnya yang memanfaatkan teknologi internet adalah Universitas Telkom.

Universitas Telkom merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di bawah Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) mempunyai sebuah visi yang sama dengan pemerintah yaitu meningkatkan kualitas pendidikan dan mencapai universitas berkelas dunia (*World Class University*) pada tahun 2018. Berdasarkan Jpnn.com (2019) pada tahun 2019 ini Universitas Telkom menjadi perguruan tinggi swasta nomor satu di Indonesia, sementara untuk seluruh perguruan tinggi Universitas Telkom menempati peringkat 14, dalam klasterisasi Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti).

Dalam kategori penyelenggaraan Pendidikan tinggi, Universitas Telkom telah merintis sistem pembelajaran ragam ganda (*bended learning*) dalam ragam kelas (*on-site*) dan *daring* (*on-line*). Universitas Telkom juga mengembangkan kampus Pintar (*smart campus*) dan pengelolaan administrasi akademik serta pendukung akademik berbasis TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi). Universitas Telkom juga telah mengadopsi kurikulum berbasis kompetensi, dengan penguatan penggunaan metode pembelajaran berpusat mahasiswa (*SCL/Student Centered Learning*) pada sebagian kegiatan perkuliahan. (Telkom University, 2018) Salah satu fakultas yang menerapkan penggunaan teknologi internet adalah Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB).

Fakultas Komunikasi dan Bisnis merupakan salah satu fakultas dari tujuh fakultas yang terdapat di Universitas Telkom, Fakultas Komunikasi dan Bisnis memiliki tiga prodi yaitu S1 Administrasi Bisnis regular dan Internasional, S1 Ilmu Komunikasi regular dan Internasional, serta prodi baru S1 Digital Public Relations. Dalam membantu melayani mahasiswa, Fakultas Komunikasi dan Bisnis memiliki sekretariat yang mempunyai nama Layanan Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (LAAK), yang membantu melayani mahasiswa dalam pelayanan administrasi dan akademik mulai dari pembuatan surat, pendaftaran sidang, perpindahan jadwal kelas dan cuti. Bila dahulu mahasiswa harus

daftar dan berhadapan langsung dengan *Person In Charge* / Staff LAAK-FKB untuk mendapatkan surat dan melakukan pendaftaran semisal Surat Keterangan Mahasiswa, Surat Pengantar Magang ataupun lainnya, maka saat ini LAAK FKB memanfaatkan penggunaan teknologi internet dengan merilis sebuah *website* yang di beri nama I Miss-U (*Integrated Academic Information System Universitas Telkom*) yang memudahkan mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis dalam pembuatan surat dan melakukan pendaftaran, sehingga mahasiswa tidak perlu mengantri lagi. (laakfkb.telkomuniversity, 2019).

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis kepada staff LAAK FKB, bahwa dalam melayani mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis, pada tahun sebelumnya LAAK FKB memakai komputer dalam melakukan pembuatan surat dan melakukan berbagai pendaftaran, yang membuat mahasiswa harus antri, karena hanya tersedia tiga komputer yang hanya bisa diakses di kampus. Setelah dikembangkannya *website* baru dari LAAK FKB yaitu *website* I Miss-U yang sekarang memudahkan mahasiswa dalam pembuatan berbagai surat dan melakukan pendaftaran, serta untuk mengurangi penggunaan kertas. Munculnya layanan baru dalam bentuk *website* dari LAAK FKB ini belum sepenuhnya memudahkan mahasiswa dalam pembuatan surat dan melakukan pendaftaran, karena masih banyak mahasiswa yang belum tahu fungsi dan cara memakai *website* I Miss-U sendiri serta *website* I Miss-U tergolong baru dan suka mengalami masalah seperti *error* tiba – tiba, berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada staff LAAK FKB bahwa *website* sering mengalami *error* karena adanya *hacker* yang tidak bertanggung jawab, sehingga menyebabkan masalah pada *website* dan menjadi kendala yang menghambat mahasiswa dalam mengakses keperluan seperti melakukan pembuatan surat atau melakukan berbagai pendaftaran. Fenomena diatas menjadikan mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis belum merasa puas terhadap *website* baru dari LAAK FKB.

Kepuasan merupakan sebuah ungkapan rasa dari seseorang baik itu kecewa atau senang karena mendapat hasil dari ekpetasi yang mereka inginkan. Jika kemampuan dari sebuah perusahaan tidak dapat memenuhi ekpetasi dari pelanggan, maka mereka akan merasa tidak puas. Dan sebaliknya jika perusahaan mampu memenuhi harapan dari pelanggannya, maka mereka akan merasa senang dan puas. Tetapi jika kemampuan

perusahaan melebihi harapan dari pelanggannya, maka pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. (Kotler dan Keller, 2012:150)

Berdasarkan hal diatas dengan adanya *website* dari LAAK FKB diharapkan dapat membantu dan memudahkan mahasiswa dalam berbagai pembuatan surat serta melakukan berbagai pendaftaran dan *website* I Miss-U merupakan produk baru. Oleh karena itu semakin banyak mahasiswa yang memakai atau mengakses *website* I Miss-U, maka tingkat kualitas *website* harus diukur agar mahasiswa atau pengguna merasa puas ketika memakai *website* I Miss-U

Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis belum merasa puas dengan *website* I Miss-U, karena belum sesuai dengan harapan atau ekspektasi mereka ketika menggunakan *website* I Miss-U. Hal ini dibuktikan dengan pra kuesioner yang di sebar kepada 30 mahasiswa secara acak, sebagai berikut ini:

TABEL 1.2

Survei Kepuasan Mahasiswa FKB terhadap Kualitas *Website* I Miss-U

	Pertanyaan	YA	Tidak
Kepuasan	Apakah kalian merasa puas dengan kualitas <i>website</i> I Miss-U LAAK FKB?	46,6%	53,3%

Sumber: Olahan pribadi data pra kuesioner, 2019

Hasil dari penyebaran pra kuesioner kepada tiga puluh responden angkatan 2016 secara acak, terdapat adanya masalah:

Pada kepuasan pengguna, yaitu sebanyak 46,6% responden menyatakan “YA” atau merasa puas dengan kualitas *website* I Miss-U LAAK FKB karena memudahkan dalam berbagai pendaftaran dan pembuatan surat. Namun sebanyak 53,3% menyatakan “TIDAK” atau merasa kurang puas dengan kualitas *website* I Miss-U LAAK FKB, karena menurut pendapat mereka masih sering *error* atau *down* ketika mengakses *website* dan masih banyak yang belum tahu cara menggunakan *website* I Miss-U. Berdasarkan hal di atas dapat dikatakan, sebagian mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis belum merasa puas terhadap kualitas *website* I Miss-U LAAK FKB. Dalam jangka panjang ketidakpuasan mahasiswa akan meberikan dampak buruk sedangkan kepuasan dari

mahasiswa merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan, keberadaan dan perkembangan layanan akademik Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.

Sebagai layanan akademik dan administrasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, yang harus dilakukan LAAK FKB, adalah memberikan kemudahan layanan bagi mahasiswa/mahasiswi dalam membantu melakukan pembuatan surat dan berbagai pendaftaran seperti, *Desk Evaluation*, Sidang Skripsi, Akademik dan Magang. Dengan meningkatkan kualitas *website* I Miss-U, maka akan menjadikan mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis akan merasa puas.

Menurut Sangadji dan Sopiah, (2013: 180) kepuasan atau ketidakpuasan adalah suatu perasaan bahagia atau frustrasi dari seseorang yang berasal dari pertimbangan antara ekspektasi yang dimiliki dengan realita yang ada terhadap kinerja sebuah produk atau pelayanan jasa yang ada. Berdasarkan pendapat Mowen dan Minor (2002: 89) kepuasan konsumen adalah seluruh sikap yang diperlihatkan konsumen baik senang atau kecewa atas barang dan jasa setelah mereka mendapatkan dan memakainya.

Sementara itu dalam Kumparan.com (2017) bahwa semakin besar kesenjangan antara harapan dengan kemampuan dari sebuah produk, maka akan membuat konsumen tidak puas. Konsumen yang merasa tidak puas akan memberikan reaksi yang berbeda. Terdapat tiga kategori tanggapan atau komplain terhadap ketidakpuasan. Pertama, konsumen akan menyampaikan complain secara langsung dan meminta ganti rugi kepada perusahaan. Bila pelanggan melakukan hal tersebut maka perusahaan akan memperoleh beberapa manfaat, di antaranya, pelanggan memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk memuaskan mereka, dan memperbaiki kesalahan atas kekurangan dalam pelayanan atau produk yang dijual. Sehingga perusahaan dapat dipercaya kembali oleh pelanggan dan mendapatkan loyalitas pelanggan. Kedua, tindakan yang dilakukan untuk memperingatkan atau memberitahu kolega, teman atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan, umumnya tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi citra perusahaan. Ketiga, adalah tindakan yang dilakukan pelanggan untuk meminta ganti rugi ke perusahaan melalui jalur hukum, menulis surat pernyataan, atau datang ke lembaga konsumen, instansi hukum dan sebagainya. Perbuatan seperti ini akan menyusahkan perusahaan yang tidak memiliki prosedur penanganan keluhan yang baik. (www.kumparan.com, 2017).

Kepuasan dari mahasiswa sangat penting bagi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, karena akan meningkatkan citra dari Fakultas Komunikasi dan Bisnis, berdasarkan duniapelajar.com (2013) salah satu cara dalam meningkatkan citra perusahaan yaitu menjadi perusahaan yang memiliki nilai di mata pelanggannya, hal ini bisa dibuktikan dengan memberikan kualitas yang baik terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Sehingga perusahaan akan memuaskan serta memenuhi kebutuhan pelanggannya dan mampu memiliki citra yang baik di mata pelanggan atau penggunanya. Dengan hal ini LAAK FKB akan mendapat citra yang baik apabila mampu memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan bagi mahasiswanya,

Salah satu layanan dalam melayani mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis, LAAK FKB meluncurkan sebuah sistem informasi berupa *website* yang di beri nama I Miss-U (Integrated Academic Information System Universitas Telkom), *website* ini akan membantu mahasiswa dan memudahkan mahasiswa dalam berbagai pembuatan surat dan melakukan pendaftaran. Dengan adanya *website* baru dari LAAK FKB diharapkan dapat mempermudah melayani mahasiswa dan tersampainya informasi secara lengkap dan jelas.

Untuk mengukur kepuasan mahasiswa atau pengguna pada *website* I Miss-U maka yang menjadi tolak ukur adalah kualitas *website*, berikut ini merupakan pra kuesioner yang di sebar kepada 30 mahasiswa angkatan 2016 secara acak untuk mengetahui kualitas *website* I Miss-U

TABEL 1. 3
Survei Kualitas *website* I Miss-U LAAK FKB

Kualitas <i>Website</i>	Pertanyaan	YA	TIDAK
<i>Accessibility</i> (Kualitas Penggunaan)	apakah <i>website</i> I Miss-U LAAK FKB mudah digunakan?	50%	50%
Kualitas Informasi	apakah informasi dari <i>website</i> I Miss-U LAAK FKB mudah untuk dimengerti?	40%	60%
Kualitas Interaksi	apakah <i>website</i> I Miss-U LAAK FKB memiliki fitur komunikasi online dengan baik?	43,3%	56,6%

Sumber: Olahan pribadi data pra kuesioner, 2019

Berikut hasil dari penyebaran pra kuesioner kepada tiga puluh responden angkatan 2016 secara acak, terdapat beberapa masalah yaitu:

- a. Pada *accessibility* (kualitas penggunaan), yaitu sebanyak 50% responden menyatakan “YA” bahwa *website* I Miss-U LAAK FKB mudah untuk di akses atau digunakan baik melalui handphone dan laptop. Sedangkan sebanyak 50% menyatakan “TIDAK” bahwa *website* I Miss-U LAAK FKB terkadang sering error ketika di akses
- b. Pada kualitas informasi, yaitu sebanyak 40% responden mengatakan bahwa informasi *website* I Miss-U LAAK FKB mudah untuk dimengerti. Namun sebanyak 60% responden menyatakan “TIDAK” karena banyak mahasiswa yang belum mengerti penggunaan fitur fitur yang ada di *website* I Miss-U seperti melakukan pembuatan surat, melakukan pendaftaran seperti *desk evaluation* dll.
- c. Pada kualitas interaksi, yaitu sebanyak 43,3% responden menyatakan “YA” terhadap *website* I Miss-U LAAK FKB bahwa memiliki fitur komunikasi online yang baik. Sedangkan sebanyak 56,6% responden menyatakan “TIDAK” terhadap pernyataan tersebut, beberapa dari mereka mengatakan bahwa fitur komunikasi online di *website* I Miss-U kurang efektif dan lama dalam merespon tanggapan.

TABEL 1.4
Permasalahan pada website I Miss-U

Atribut	Permasalahan
<i>Screen Design</i>	- Tampilan biasa, kurang menarik - Penggunaan warna perlu diperbarui
<i>Content</i>	- Informasi yang diberikan tidak lengkap - Informasi perlu diperbarui
<i>Accessibility</i>	- Loading lama - Sering terjadi <i>error</i>
<i>Navigation</i>	- Pilihan menu sedikit
<i>Media Use</i>	- Gambar dan video tidak menarik - Masih sedikit penggunaan gambar dan video sebagai informasi

<i>Interactivity</i>	- Balasan atau respon dalam menjawab lama
<i>Consistency</i>	- Tata letak halaman berubah

Sumber: Olahan pribadi data pra kuesioner, 2020

Dari data pra survei ini dapat dilihat bahwa *website* I Miss-U memiliki beberapa permasalahan pada *website* yang perlu ditingkatkannya kualitas *website* I Miss-U, sehingga dapat memudahkan dalam melayani mahasiswa dan berpengaruh terhadap kepuasan bagi mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis.

Pengembangan *website* I Miss-U perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas dari *website* tersebut. Menurut pendapat Gaspersz (2010) dalam penelitian Ellyusman, S (2017), bahwa sebuah kualitas akan mengarah kepada segala sesuatu yang menetapkan kepuasan bagi pelanggan, suatu produk atau jasa akan dikatakan berkualitas jika produk tersebut sesuai dengan keinginan pelanggan, dan dapat digunakan dengan baik. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ari L, Suhandiah S, Sulistiowati (2016) bahwa kualitas dari *website* mempengaruhi kepuasan dari penggunaannya, sehingga secara keseluruhan peningkatan *website* yang lebih baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan atau pengguna. Dalam penelitian yang dilakukan Fauziah, L dan Syahputra (2018) mengenai pengaruh kualitas *e-service* menggunakan *SCANMIC* model terhadap kepuasan konsumen aplikasi Go-jek di kota Bandung. Bahwa berdasarkan hasil penelitian kepuasan akan tercipta dengan baik apabila tingkat kualitas *e-service* pada aplikasi Go-Jek tinggi.

Penelitian yang dilakukan Syaifullah dan Soemantri (2016), menjabarkan bahwa kepuasan akan terjadi sangat dominan apabila dipengaruhi oleh pelayanan yang baik seperti terdapatnya sebuah grup atau komunitas di dalam *website*, kemudahan memberikan tanggapan (*feed back*), keamanan, dan tingkat kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan *website*.

Selain komponen pengukuran kualitas sebelumnya, menurut penelitian Hassan dan Li (2001), model *SCANMIC* adalah model yang terdiri dari tujuh faktor penentu kualitas pada *website*, diantaranya: *screen design*, *content*, *accessibility*, *Navigation*, *media use*, *interactivity*, dan *consistency*. Kualitas dari *website* I Miss-U LAAK FKB dapat diukur dengan menggunakan model *SCANMIC*, karena memiliki tujuh faktor komponen yang dikembangkan oleh Hassan dan Li (2001) sehingga dijadikan untuk melihat kualitas *e-service* dari *website* I Miss-U. Selain itu pihak dari LAAK FKB juga

ingin mengetahui bagaimana pengaruh *e-service website* I Miss-U sehingga berpengaruh pada kepuasan pengguna (mahasiswa)

Dalam Penelitian ini penulis akan menggunakan komponen model *SCANMIC* dalam mengukur kualitas *website* I Miss-U LAAK FKB, sehingga terdapat pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Jika hasil yang diteliti terdapat pengaruh yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap penggunaan *website* I Miss-U maka akan menjadi masukan untuk Layanan Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas *E-Service Website* I Miss-U LAAK FKB Menggunakan Dimensi *SCANMIC* Model Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Komunikasi dan Bisnis)**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas *e-service website* I Miss-U LAAK FKB menggunakan *SCANMIC* model?
2. Bagaimana kepuasan mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Komunikasi dan Bisnis?
3. Bagaimana pengaruh kualitas *website* I Miss-U LAAK FKB terhadap kepuasan mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Komunikasi dan Bisnis?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas *e-service website* I Miss-U LAAK FKB menggunakan *SCANMIC* model.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Komunikasi dan Bisnis.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas *website* I Miss-U LAAK FKB terhadap kepuasan mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Komunikasi dan Bisnis.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi Layanan Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Komunikasi dan Bisnis untuk meningkatkan kualitas *website* dengan memperhatikan faktor apa saja yang menjadi penilaian mahasiswa dalam penggunaan *website* I Miss-U LAAK FKB.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Peneliti

Hasil penelitian dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas *website* terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis.

2. Bagian Layanan Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Komunikasi dan Bisnis, sebagai sarana evaluasi ataupun masukan terhadap *website* I Miss-U untuk pengembangan ke depannya dalam memperbaiki kualitas *website*.

3. Peneliti Selanjutnya, sebagai bahan referensi bagi penelitian lebih lanjut

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran secara garis besar tentang apa yang menjadi isi dari penulisan ini maka dikemukakan susunan dan rangkaian masing-masing bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang konsep, teori gaya hidup (*activities, interest, opinion*), proses keputusan pembelian, teori perilaku konsumen dan teori pemasaran. Berdasarkan konsep tersebut, maka dapat dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan dengan jelas mengenai hasil penelitian dan analisis data serta pembahasan berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil-hasil yang didapatkan dari penelitian, dan juga diberikan saran-saran baik untuk perusahaan ataupun untuk penelitian selanjutnya.