

# Analisis Perkembangan Bisnis *Online* Mahasiswa Karawang Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*

*Online Business Development Analysis of Karawang University Students Using Customer Satisfaction Index Method (CSI)*

Hannie\*<sup>1</sup>, Dini Sri Istiningdias<sup>2</sup>, Ultach Enri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sistem Informasi; Universitas Singaperbangsa Karawang  
<sup>1, 2, 3</sup> Karawang, Indonesia

e-mail: \*[hannie@staff.unsika.ac.id](mailto:hannie@staff.unsika.ac.id), [dinisriistiningdias@staff.unsika.ac.id](mailto:dinisriistiningdias@staff.unsika.ac.id),  
[ultach@staff.unsika.ac.id](mailto:ultach@staff.unsika.ac.id)

**Abstrak** – Saat ini banyak mahasiswa melakukan usaha bisnis pada masa perkuliahan. Masa kuliah adalah masa yang tepat bagi mahasiswa untuk memulai usaha bisnis karena mahasiswa dapat belajar langsung menghadapi tantangan dunia kerja. Berbekal kreativitas, peluang dan keberanian dalam mengambil resiko maka mahasiswa dapat melakukan usaha bisnis online untuk memasarkan produknya lebih luas. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur perkembangan bisnis online di kalangan mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang. Atribut pelayanan jasa dapat dijadikan masukan dalam meningkatkan bisnis online mahasiswa dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Penelitian dilakukan di Universitas Singaperbangsa Karawang. Data penelitian diperoleh dari kuesioner yang dibagikan secara online menggunakan Google Form. Metode pengambilan sample yang digunakan yaitu metode *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria yaitu mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang dan mempunyai usaha bisnis. Uji pengolahan data menggunakan Uji Validitas dan Uji Realibilitas. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* menunjukkan hasil sebesar 74,49 %. Hasil tingkat kepuasan diantara 66 % - 80 % menunjukkan bahwa mahasiswa puas dengan perkembangan bisnis online.

**Kata kunci** – *Bisnis online, Customer Satisfaction Index, Mahasiswa, Universitas Singaperbangsa Karawang*

**Abstract** – Currently, many students build business during their studies period in college. College period is the right time for students to start a business because students can learn directly to face the work challenges. By creativity, opportunity and courage in taking risks then students can conduct online business to market their products more widely. The analysis carried out in this research aimed to determine the development of online business among Universitas Singaperbangsa Karawang students. Service attributes can be used as input in improving student's online business by using the *Customer Satisfaction Index (CSI)* method. The research was conducted at Universitas Singaperbangsa Karawang. The research data were obtained from questionnaires distributed online using Google Form. The sampling method used was *nonprobability sampling* method with *purposive sampling* type, where the sampling technique was based on the criteria, such as Universitas Singaperbangsa Karawang students and having a business. Test data processing used the validity test and reliability test. The calculation of the *Customer Satisfaction Index* showed a result of 74.49%. The results of the satisfaction level between 66% - 80% indicated that students are satisfied with the development of an online business.

**Keywords** – *Online Business, Customer Satisfaction Index, University Students, Universitas Singaperbangsa Karawang*

---

---

## I. PENDAHULUAN

Bisnis *Online* adalah kegiatan bisnis baik jasa maupun produk yang dilakukan secara online menggunakan media internet. Penggunaan media internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian terpenting dalam memenuhi kebutuhan manusia yang secara perlahan telah mengubah pola gaya hidup dan pola pemikiran masyarakat. Berdasarkan hasil survey dari APJII pada tahun 2018 bahwa wilayah Pulau Jawa paling banyak yang menggunakan internet yaitu sebesar 55,7 % [1]. Sementara itu, Universitas Singaperbangsa Karawang sebagai lokasi penelitian terletak di Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

Universitas Singaperbangsa Karawang merupakan perguruan tinggi negeri yang memiliki 9 fakultas dan 32 program studi, dimana setiap tahun selalu meningkat jumlah mahasiswanya. Lokasi Universitas Singaperbangsa Karawang sangat strategis untuk dijadikan tempat berbisnis karena merupakan kawasan industri. Setiap tahun jumlah penduduk di Kabupaten Karawang selalu meningkat berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) [2]. Hal tersebut mengakibatkan kondisi lalu lintas di Kabupaten Karawang menjadi sangat padat dan perjalanan ke lokasi perbelanjaan untuk membutuhkan waktu yang lama. Selain itu, saat ini sedang terjadi pandemi COVID-19 dimana warga dilarang untuk berpergian agar dapat mencegah dan mengurangi penyebaran virus corona. Peluang tersebut menjadi target untuk berbisnis bagi mahasiswa. Masa kuliah adalah masa yang tepat bagi mahasiswa untuk memulai bisnis karena mahasiswa dapat belajar langsung menghadapi tantangan dunia kerja. Berbekal kreativitas, peluang dan keberanian mengambil resiko maka mahasiswa dapat melakukan usaha bisnis online.

Ada berbagai macam usaha bisnis yang telah dilakukan oleh mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang dalam menjalankan usaha bisnis seperti jualan makanan, pakaian, tas, buku dan lainnya. Namun, proses pemasaran produk sebagian mahasiswa masih menjalankan metode konvensional (*offline*) dan menggunakan *social media* atau *whatsapp* sehingga kurang maksimal dalam aktivitas pemasaran produk, peningkatan pendapatan dan kepercayaan konsumen kepada penjual ketika melakukan transaksi pembelian barang.

Keuntungan menjalankan bisnis *online* lebih menjanjikan daripada peluang usaha *offline*. Bisnis *online* tidak harus mempunyai toko fisik, pemasaran lebih luas, durasi waktu berjualan 24 jam, dan dapat memulai bisnis dengan modal yang minimum melalui *marketplace*. *Marketplace* adalah sebuah situs atau aplikasi *online* yang bertindak sebagai pihak ketiga dalam proses transaksi jual beli online dari berbagai macam toko.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengukur tingkat kepuasan mahasiswa sebagai upaya meningkatkan kualitas layanan bisnis online mahasiswa. Kepuasan mahasiswa diukur dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut produk atau jasa [3]. Sedangkan untuk membantu mahasiswa dalam menentukan atribut pelayanan produk atau jasa yang dibutuhkan mahasiswa dalam memasarkan bisnis secara online dan atribut pelayanan yang perlu diperbaiki dengan cara menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode SERQUAL IF dan IPA mampu menjelaskan sejumlah besar kualitas layanan pada saat yang sama, factor kualitas layanan model IPA memiliki pertimbangan yang lebih komprehensif dibandingkan SERQUAL IF [4]. Dikarenakan *Importance Performance Analysis* merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa saja yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa (konsumen) [5].

Adanya urgensi penelitian dikarenakan kurangnya pemahaman mahasiswa tentang cara berbisnis *online*, ketidakmampuan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja setelah lulus kuliah, rendahnya minat atau motivasi mahasiswa untuk membuka lapangan kerja atau membuka usaha setelah lulus kuliah dan belum ada sebuah website atau aplikasi penjualan online yang disediakan Universitas untuk memasarkan produk mahasiswa, dimana yang kedepannya sangat bermanfaat dalam meningkatkan kualitas mahasiswa dan Universitas.

---

II. LANDASAN TEORI

### 2.1. Bisnis Online

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai (*create value*) melalui penciptaan barang dan jasa (*create of good and service*) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi [6].

*Online* berarti segala aktivitas yang menggunakan internet dimana kita bisa berkomunikasi atau berhubungan atau terkoneksi dengan banyak orang melalui dunia maya. Secara umum, sesuatu dikatakan *online* adalah bila interkoneksi/terhubung dalam suatu jaringan ataupun sistem yang lebih besar [7].

Bisnis *online* didefinisikan sebagai kegiatan menjual barang / jasa untuk mendapatkan keuntungan melalui media internet [7].

### 2.2. Lapangan Pekerjaan

Tenaga kerja (*man power*) merupakan seluruh penduduk yang dianggap memiliki potensi untuk bekerja secara produktif [8]. Di Indonesia kesempatan kerja dijamin dalam UUD 1945 pasal 27 ayat 2 yang berbunyi "Tiap-tiap warga Negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak". Dari bunyi UUD 1945 pasal 27 ayat 2 itu jelas bahwa pemerintah Indonesia untuk menciptakan lapangan kerja bagi anggota masyarakat karena hal ini berhubungan dengan usaha masyarakat untuk mendapat penghasilan.

### 2.3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha-usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang dengan harapan konsumen [9].

### 2.4. Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Ada 2 macam teknik pengambilan sampling [10] yaitu :

1. *Probability Sampling* adalah teknik sampling untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dapat menjadi anggota sampel.
2. *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan (peluang) yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.
  - a. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.

### 2.5. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Validitas dan Reliabilitas digunakan sebagai panduan dalam membuat kuesioner. Data penelitian menggunakan dengan cara membagikan kuesioner ke mahasiswa Universitas Singaperbangsa secara online. Untuk melakukan uji Validitas dan Reliabilitas menggunakan bantuan SPSS versi 23 *for windows*.

1. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variable. Daftar pertanyaan pada umumnya mendukung suatu kelompok variable tertentu.

Teknik yang dipakai yaitu rumus teknik korelasi *Pearson product moment* sebagai berikut [11] :

$$r_{hitung} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \dots (1)$$

Dimana :

$r_{hitung}$  = Koefisien Korelasi

n = Jumlah responden

X = Skor tiap pertanyaan

Y = Skor total

Hasil *r hitung* dibandingkan dengan *r table*, Jika *r hitung* > *r table* maka hasilnya valid. Mencari nilai *r table* dengan cara :

$$d(f) = n - 2 \dots (2)$$

Dimana :

d(f) = Degree of freedom

Alpha = 5%

- Uji realibilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan isi pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variable dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner. Realibilitas mencakup dua hal utama yaitu stabilitas ukuran dan konsistensi internal. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka reliabel. Dengan rumus sebagai berikut [12] :

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \dots (3)$$

Dimana :

r = koefisien reliability instrument  
 (*Cronbach Alfa*)

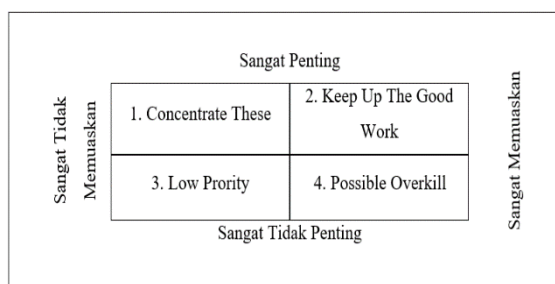
k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Total Varians butir

$\sigma_t^2$  = Total Varians

### 2.6. Importance Performance Analysis

*Importance Performance Analysis* dibuat atas hasil tabulasi kuesioner. Martilla dan Jams, menyarankan metode *Importance Performance Analysis* dalam mengukur tingkat kepuasan pelayanan jasa [9]. Dimana ada 4 kuadran untuk seluruh variable yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu Concentrate these, Keep Up The Good Work, Low Priority dan Possible Overkill



Gambar 1. Peta *Importance Performance* [9]

### 2.7. Customer Satisfaction Index

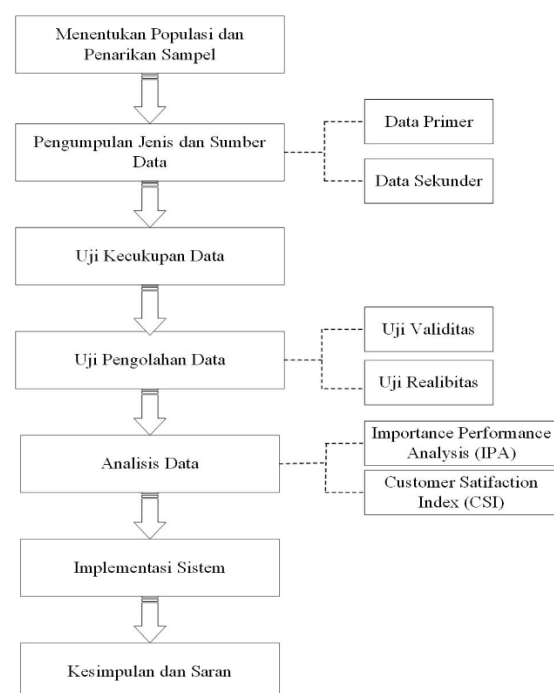
*Customer Satisfaction Index* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen Karawang terhadap kinerja pelayanan penjualan online. Untuk mengetahui besarnya *CSI*, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut [13] :

- Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* tiap-tiap variabel.

- Membuat *Weight Factors (WF)* per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai *MIS* per variabel terhadap total *MIS* seluruh variabel.
- Menentukan *Mean Satisfaction Score (MSS)* tiap atribut.
- Membuat *Weight Score (Wsk)* tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara *Wfk* dengan *MSSk*
- Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

### III. METODE

Berikut Tahapan Penelitian yang digunakan :



Gambar 2. Alur Penelitian

### 3.1. Menentukan Populasi dan Penarikan Sampel

Penelitian di Universitas Singaperbangsa Karawang, dimana populasi yang diteliti yaitu mahasiswa. Metode Penarikan sample penelitian dilakukan dengan metode *non probability sampling*, dengan pendekatan *purposive sampling* dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria yaitu mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang dan mempunyai usaha bisnis [14].

### 3.2. Pengumpulan Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data yang berupa :

1. Data Primer yang diperoleh melalui hasil penelitian langsung terhadap obyek yang diteliti. Data tersebut diperoleh dari kuesioner yang dibagikan secara online ke mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang.
2. Data Sekunder merupakan data penting dan bermanfaat untuk mendukung informasi penelitian yang diperoleh dari perpustakaan, makalah, artikel, internet dan pihak internal. Data sekunder yang didapatkan berupa data kuantitatif dan data kualitatif.

### 3.3. Uji Kecukupan Data

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi [10]. Untuk menentukan besarnya jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan rumus 25 kali variable bebas [15]. Dimana variabel bebas (X) yaitu service (X1), Assurance (X2), dan Tangibles (X3).

### 3.4. Uji Pengolahan Data

1. Uji Validitas  
Setelah kuesioner akhir terbentuk, langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23 for windows. Atribut pertanyaan dinyatakan valid bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.
2. Uji Realibilitas  
Uji reliabilitas (keandalan) untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan bisnis online kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS dengan cara menguji nilai Cronbach Aplha.

### 3.5. Analisis Data

1. *Importance Performance Analysis*  
Dalam menganalisis data penelitian ini digunakan metode *Importance Performance*. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai tingkat kepuasan Mahasiswa Karawang terhadap perkembangan bisnis online. Analisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja ini diukur dengan

menggunakan skala Likert 5 tingkat untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.

Tabel 1. Nilai menurut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja [10]

Skor / Nilai	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Baik
2	Tidak Penting	Tidak Baik
3	Biasa	Biasa
4	Penting	Baik
5	Sangat Penting	Sangat Baik

### 2. *Customer Satisfaction Index*

Customer Satisfaction Index digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan Mahasiswa Karawang dalam bisnis online secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat harapan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur dalam menentukan sasaran di tahun mendatang. Tanpa adanya CSI mustahil *top management* dapat menentukan *goal* dalam perkembangan bisnis online, dan indeks diperlukan karena proses pengukuran kepuasan mahasiswa bersifat kontinyu.

Tabel 2. Kriteria kepuasan konsumen [16]

No	Nilai IKP	Indeks Kepuasan Pelanggan
1	81 – 100	Sangat Puas
2	66 – 80	Puas
3	51 – 65	Cukup Puas
4	35 – 50	Kurang Puas
5	0 – 34	Tidak Puas

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Uji Kecukupan Data

Data penelitian didapat dengan cara membagikan kuesioner secara online kepada mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang. Kuesioener menggunakan *Google Form* mulai dari 1 – 28 September 2020 dan yang mengisi kuesioner sebanyak 376 responden. Namun, data yang digunakan untuk penelitian hanya 75 responden berdasarkan :

1. *Purposive Sampling*, dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria yaitu mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang dan mempunyai usaha bisnis.

Tabel 3. Data Mahasiswa yang Mengisi Kuesioner

Data	Responden (Mahasiswa)	Persentase (%)
Mahasiswa yang tidak mempunyai Bisnis	298	79
Mahasiswa Yang mempunyai Bisnis	78	21
Jumlah	376	100

Berdasarkan hasil dari survey 75 mahasiswa pada tabel 4 bahwa masih ada mahasiswa yang berjualan secara offline yaitu sekitar 24 %.

Tabel 4. Jenis Toko

Jenis Toko	Responden (mahasiswa)	Persentase (%)
Toko Offline	18	24
Toko Online	52	69
Toko Offline & Online	5	7
Jumlah	75	100

- Rumus =  $25 \times \text{variable bebas}$  [15].  
 $= 25 \times \text{variable bebas}$   
 $= 25 \times 3$  (jumlah variable bebas)  
 $= 75 \text{ responden}$

#### 4.2. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas indicator Tingkat harapan, Tingkat kepentingan dan Tingkat kinerja menggunakan SPSS versi 23 for windows. Dari hasil Uji Validitas tingkat harapan, tingkat kepentingan dan tingkat kinerja bahwa  $r$  hitung atau Corrected Item-Total Correlation  $>$   $r$  table. Dimana  $r$  table yaitu 0,1914. Sehingga semua pertanyaan variable tingkat harapan, tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dinyatakan valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Indikator Tingkat Harapan, Kepentingan dan Kinerja

Per Tanya an	Tingkat Hara pan r hitung	Tingkat Kepenti ngan r hitung	Tingkat Kinerja r hitung	Ket
Butir 1	0.577	0.641	0.579	Valid
Butir 2	0.697	0.737	0.737	Valid
Butir 3	0.766	0.618	0.708	Valid
Butir 4	0.836	0.834	0.843	Valid
Butir 5	0.752	0.795	0.685	Valid
Butir 6	0.893	0.888	0.875	Valid
Butir 7	0.830	0.811	0.752	Valid
Butir 8	0.728	0.719	0.665	Valid
Butir 9	0.817	0.831	0.750	Valid
Butir	0.718	0.728	0.674	Valid

Per Tanya an	Tingkat Hara pan r hitung	Tingkat Kepenti ngan r hitung	Tingkat Kinerja r hitung	Ket
10				
Butir 11	0.612	0.570	0.528	Valid
Butir 12	0.819	0.834	0.772	Valid
Butir 13	0.813	0.827	0.785	Valid
Butir 14	0.827	0.815	0.784	Valid
Butir 15	0.691	0.600	0.682	Valid

#### 4.3. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas tiap-tiap pertanyaan pada item kuesioner Tingkat Harapan, Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23 for windows menyatakan reliabel. Dikarenakan Cronbach's Alpha tingkat harapan, tingkat kepentingan dan tingkat kinerja  $>$  0,60.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Indikator Tingkat Harapan, Kepentingan dan Kinerja Hasil Uji Reliabilitas

Tingkat Harapan	Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
	.956	.958	15

Tingkat Kepentingan	Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
	.954	.956	15

Tingkat Kinerja	Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
	.947	.948	15

#### 4.4. Analisis Karakteristik Responden

##### 1. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil survey dari 75 responden dapat dilihat pada table jenis kelamin bahwa Lebih banyak mahasiswa berjenis kelamin perempuan yang mempunyai

usaha bisnis yaitu sebesar 63 %. daripada laki-laki sebesar 37 %.

Tabel 7. Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden (mahasiswa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	28	37
2	Perempuan	47	63
Jumlah		75	100

## 2. Usia

Untuk karakteristik usia dibagi menjadi 6 kelompok. Berdasarkan hasil survey dari 75 mahasiswa bahwa umur 19 tahun atau 25% yang banyak mempunyai usaha bisnis. Dikarenakan mahasiswa sudah mendapat ilmu berbisnis dan mulai membutuhkan biaya lebih banyak.

Tabel 8. Usia

No	Usia	Responden (mahasiswa)	Persentase (%)
1	<18	18	24
2	19	19	25
3	20	17	23
4	21	15	20
5	22	5	7
6	>23	1	1
Jumlah		75	100

## 3. Marketplace yang digunakan

Dari hasil 75 responden bahwa customer paling banyak belanja online di shopee sebesar 57% dan peringkat kedua di Tokopedia sebesar 15%. Dari dua marketplace tersebut merupakan peluang mahasiswa untuk meningkatkan penjualan produknya secara online di shopee dan tokopedia.

Tabel 9. Marketplace yang digunakan

No	Marketplace	Responden (mahasiswa)	Persentase (%)
1	Lazada	8	8
2	Blibli	1	1
3	Shopee	59	57
4	Tokopedia	16	15
5	Bukalapak	8	8
6	Jd.id	2	2
7	Lain-lain : Social Media, OLX, Whatsapp	10	10
Jumlah		104	100

## 4. Metode pembayaran dalam transaksi

Metode pembayaran dalam transaksi yang banyak digunakan oleh pembeli yaitu Gerai Retail (Indomaret, alfamart, kantor pos,dll)

sebesar 25% dikarenakan gerai indomaret dan alfamart sudah banyak disetiap wilayah.

Tabel 10. Metode pembayaran dalam transaksi

No	Metode Pembayaran	Responden (mahasiswa)	Persentase (%)
1	Transfer Bank	22	19
2	Transfer Virtual Account	24	21
3	Pembayaran Instan (Klik BCA, Mandiri e-cash, BRI e-Pay, BNI, dll)	14	12
4	Kartu Kredit / Debit Online / Cicilan	2	2
5	Gerai Retail (Indomaret, Alfamart, Kantor pos, dll)	29	25
6	COD (Cash On Delivery)	21	18
7	Lain-lain : Uang Elektronik	3	3
Jumlah		115	100

## 5. Jasa pengiriman paket yang digunakan untuk transaksi

Dari hasil table 10 Data Jasa Pengiriman paket yang digunakan untuk transaksi kebanyakan konsumen memilih menggunakan JNE sebesar 33% dan sicepat sebesar 23% dikarenakan JNE sudah lama ada dan terpercaya.

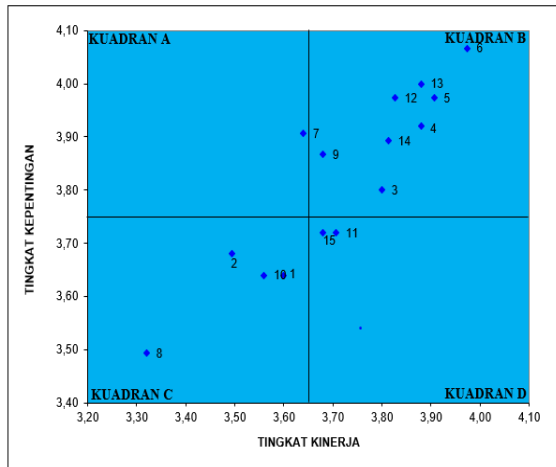
Tabel 11. Jasa Pengiriman paket yang digunakan untuk transaksi

No	Jasa pengiriman paket	Responden (mahasiswa)	Persentase (%)
1	Gosend	7	4
2	Grab	5	3
3	JNE	53	33
4	TIKI	5	3
5	Sicepat	37	23
6	AntarAja	2	1
7	Wahana	5	3
8	J&T	46	29
Jumlah		160	100

## 4.5. Hasil Analisis *Impotance-Performance*

Hasil penjabaran kuadran *Importance Performance Analysis* didapat dari hasil tabulasi kuesioner rata-rata tingkat kinerja

(X) dan rata tingkat kepentingan (Y) dapat dilihat pada diagram kartesius dibawah ini :



Gambar 3. Diagram Kartesius Peta Importance Performance Analysis

#### 4.6. Hasil Analisis Customer Satisfaction Index

Hasil nilai Customer Satisfaction Index sebesar 74,49 % dimana nilai tersebut diantara 66 % – 80 % yang berarti puas dengan perkembangan bisnis online sekarang.

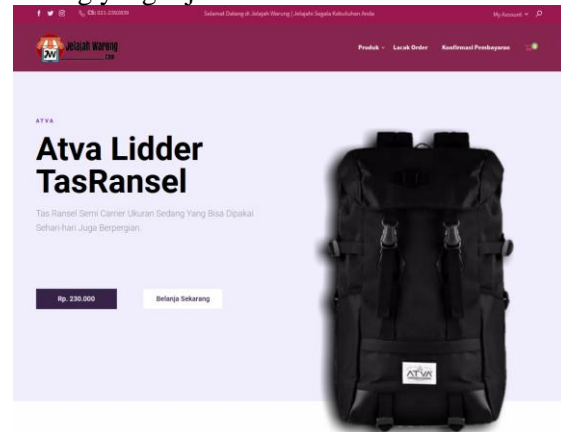
Tabel 12 Hasil Nilai Hitung Customer Satisfaction Index (CSI)

No. Atribut	Rata-rata Tingkat Harapan (Y)	Importance Weighting Factor (persen)	Rata-rata Tingkat Kinerja (X)	Weighted Score (WS)
1	3,56	6,27	3,60	0,23
2	3,48	6,13	3,49	0,21
3	3,84	6,77	3,80	0,26
4	3,91	6,88	3,88	0,27
5	3,89	6,86	3,91	0,27
6	4,04	7,12	3,97	0,28
7	3,83	6,74	3,64	0,25
8	3,47	6,11	3,32	0,20
9	3,81	6,72	3,68	0,25
10	3,63	6,39	3,56	0,23
11	3,69	6,51	3,71	0,24
12	3,92	6,91	3,83	0,26
13	3,97	7,00	3,88	0,27
14	3,89	6,86	3,81	0,26
15	3,81	6,72	3,68	0,25
<b>Total</b>	<b>56,75</b>	<b>100,00</b>	<b>3,72</b>	
	<b>Weighted Total</b>			<b>3,72</b>
	<b>Satisfaction Index</b>			<b>74,49%</b>

#### 4.7. Implementasi Sistem

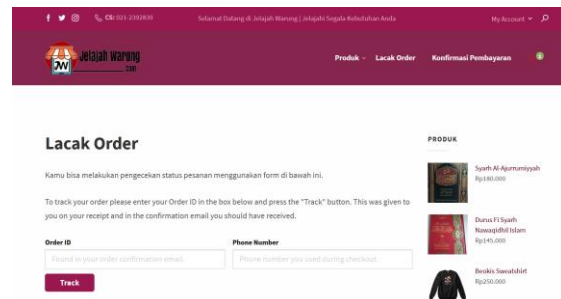
Metode pengembangan sistem menggunakan *prototyping* yaitu sebuah metode yang melibatkan mahasiswa secara langsung dengan analisis dan perancangan sehingga peneliti dan mahasiswa dapat saling berinteraksi selama proses pembuatan sistem. Berdasarkan hasil Analisis Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index dapat mengidentifikasi kebutuhan system pada aplikasi penjualan online yang akan dibangun untuk memasarkan produk mahasiswa seperti tampilan produk, proses pemesanan barang, proses biaya kirim, proses pengecekan status pesanan barang dan proses yang lainnya.

Pada gambar 4 menampilkan halaman home [www.jelajahwarung.com](http://www.jelajahwarung.com) berupa produk barang yang dijual oleh mahasiswa.



Gambar 4. Tampilan Halaman Home [www.jelajahwarung.com](http://www.jelajahwarung.com)

Sedangkan pada gambar 5 menjelaskan proses pengecekan status pesanan barang.



Gambar 5. Proses Pengecekan Status Pesanan



## V. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Perkembangan Bisnis Online Mahasiswa Karawang Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* bahwa :

1. Dari 376 mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang yang mengisi kuesioner hanya 78 mahasiswa yang mempunyai usaha bisnis atau sebesar 21% dan dominan berjenis kelamin perempuan sebesar 63%.
2. Ada atribut prioritas utama dari diagram Kartesius Peta *Importance Performance Analysis* yang harus diterapkan kepada mahasiswa dalam menjalankan bisnis online yaitu Isi deskripsi produk di marketplace seperti kualitas produk, ukuran, bahan dan gambar harus sesuai dengan produknya.
3. Hasil dari perhitungan *Customer Satisfaction Index* didapat sebesar 74,49% dimana mahasiswa puas dengan Bisnis yang sudah dilakukan dan diperkirakan akan meningkat setelah aplikasi penjualan online yang disediakan universitas mulai siap dioperasikan .
4. Berdasarkan Peringkat *Weighting Score* bahwa jaminan terkait keamanan dan kerahasiaan data saat berbelanja online sangat dibutuhkan pembeli karena data tersebut sangat *privacy* dan dapat mempengaruhi kepercayaan pembeli terhadap bisnis *online* atau keputusan berbelanja *online*.
5. Aplikasi penjual *online* dibuat sebagai tempat bagi para mahasiswa yang ingin menjual produk barang secara *online* dan memudahkan mahasiswa mendapatkan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018," <https://apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>, 2018. [Online]. Available: <https://apjii.or.id/survei2017>. [Accessed: 18-Mar-2018].
- [2] Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang, "Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Karawang," <https://karawangkab.bps.go.id/>, 2016. [Online]. Available: <https://karawangkab.bps.go.id/statictable/2016/10/27/55/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-di-kabupaten-karawang-2010-2014-dan-2015.html>. [Accessed: 20-Mar-2018].
- [3] S. Husna and A. Syukri, "Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja," *J. Ilm. Tek. Ind.*, vol. 13, no. 2, pp. 103–111, 2014.
- [4] T. Chandra and D. Novia, "Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION USING CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) AND IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) METHOD IN 'JAKARTA' OPTICAL PEKANBARU," vol. 7, no. 2, pp. 125–139, 2019.
- [5] A. Suhendra and D. W. I. Prasetyanto, "Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance-Performance Analysis," vol. 2, no. 2, pp. 59–70, 2016.
- [6] R. W. Griffin and R. J. Ebert, *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenhallindo, 2009.
- [7] R. R. Situmeang, F. Ekonomi, U. Prima, and I. Medan, "DAMPAK BISNIS ONLINE DAN LAPANGAN PEKERJAAN TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT ( STUDI KASUS JASA BISNIS ONLINE TRANSPORTASI GRAB DI KOTA MEDAN ) Pergerakan Ilmu Pengetahuan sangat menentukan berubah atau tidaknya peradaban manusia , dimana manusi," vol. 03, no. September, pp. 319–335, 2018.
- [8] S. Moertiningsih, "Dasar-Dasar Demografi," *Lemb. Demogr. UI*, 2010.

- 
- [9] R. Nugraha, A. Harsono, and Adianto, "Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel 'X' Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis (Studi kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang).," *J. Online Inst. Teknol. Nas.*, vol. 1, no. 3, pp. 221–231, 2014.
- [10] Sugiyono, *STATISTIKA UNTUK PENELITIAN*. 2010.
- [11] E. Riadi, *Statistika Penelitian (Analisis Manual Dan IBM SPSS)*. Yogyakarta: ANDI, 2016.
- [12] W. V Sujarweni, "Metode dan Teknik Penelitian," *Metod. Penelit.*, 2014.
- [13] Sudarno, A. Rusgiyono, A. Hoyyi, and Listifadah, "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengendalian Kualitas Jasa Berdasarkan Persepsi Pengunjung," *Media Stat.*, vol. 4, no. 1, pp. 33–45, 2011.
- [14] S. Randall, E. Coast, and T. Leone, *Cultural constructions of the concept of household in sample surveys*, vol. 65, no. 2. 2011.
- [15] A. Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2014.
- [16] D. Fitriana, Florencia, J. U. Dwi, and Tanto, "Pengukuran Kepuasan Kontraktor Terhadap Kinerja Klien Pada Proyek Konstruksi Swasta," *J. Karya Tek. Sipil*, vol. 3, no. 1, pp. 283–295, 2014.