

BAB I

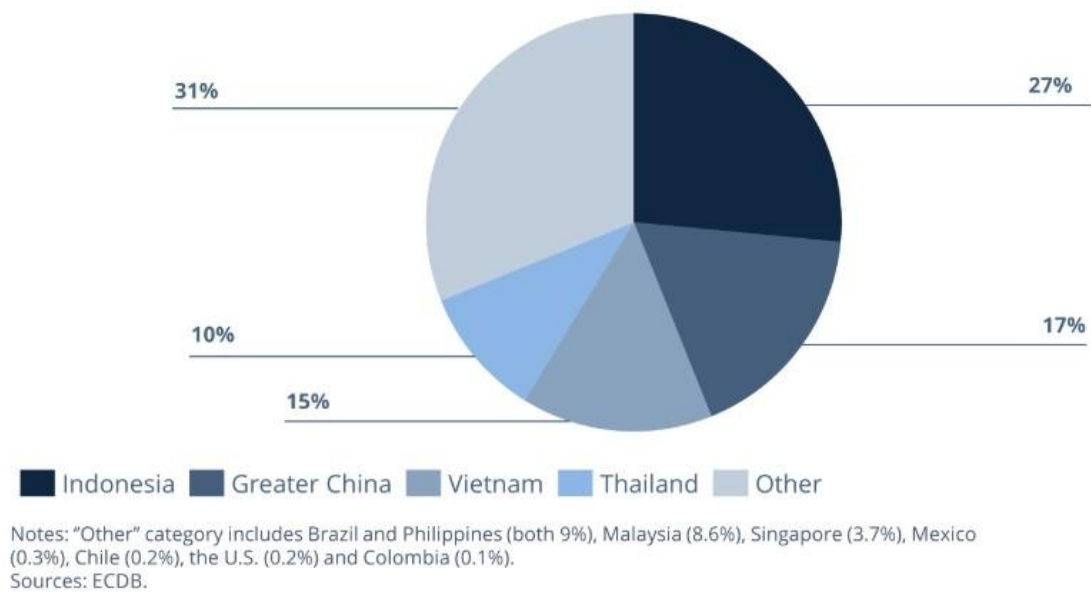
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat berbelanja secara drastis. Platform *E-Commerce* kini semakin diminati karena menawarkan kemudahan akses, beragam pilihan produk, serta kemajuan dalam metode pembayaran. Salah satu aplikasi belanja online yang populer adalah Shopee, yang menjadi pilihan utama banyak pengguna. Namun, dengan semakin ketatnya persaingan di dunia digital, kepuasan pelanggan menjadi aspek penting yang harus dijaga untuk mempertahankan loyalitas dan kelangsungan bisnis.

Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh keberagaman produk atau harga yang kompetitif, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh platform. Kualitas pelayanan ini dapat mencakup berbagai aspek seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan pengiriman, respon terhadap keluhan pelanggan, hingga keamanan dalam transaksi. Oleh karena itu, evaluasi kepuasan pelanggan sangat penting untuk mengidentifikasi aspek-aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan. Shopee merupakan situs elektronik komersial yang berkantor di Singapura di bawah naungan SEA Group (sebelumnya dikenal dengan nama Gerena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Pada tahun 2015 Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura, muncul pertama kali sebagai marketplace consumer to consumer (C2C). Namun kini telah berubah menjadi model hibrid C2C dan business to consumer (B2C). Sejak pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 sejak itu meluas ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina [1].

Sea Limited, perusahaan induk Shopee, telah mengumumkan hasil keuangannya untuk Q2'2024 tahun 2024, yang berakhir pada 30 Juni. Pendapatan Sea pada Q2'2024 tumbuh dari tahun ke tahun, dengan pendapatan naik 23% dan laba kotor naik 9,2%. Sumber pendapatan utama berasal dari layanan belanja online, keuangan digital, serta hiburan digital seperti game. Berikut adalah hasil untuk Q2'2024.



Gambar 1.1 Grafik Platform Belanja Online Paling Favorit Tahun 2024

Sumber : ecommercedb.com

Shopee platform e-commerce milik *Sea Ltd*, menunjukkan pertumbuhan yang kuat di Asia Tenggara dan beberapa wilayah Amerika Latin. Pandemi telah mendorong lonjakan pesanan yang signifikan, dan laporan keuangan terbaru mengonfirmasi optimisme analis terhadap pendapatan tahun 2024. Pada Q2'2024, GMV tercatat sebesar US\$23,3 miliar meningkat 29,1% dibandingkan tahun sebelumnya. GMV ini mencerminkan tingginya aktivitas transaksi di platform. Pendapatan dari sektor e-commerce mencapai US\$2,8 miliar, naik 33,7% secara tahunan, menyumbang dua pertiga dari total pendapatan perusahaan, sementara sisanya berasal dari layanan keuangan digital dan hiburan.

Dengan banyaknya pengguna yang melakukan transaksi jual-beli, keluhan dari pelanggan tidak dapat dihindari. Seorang pengguna bernama Aulia menyampaikan keluhannya melalui situs *mediakonsumen.com*, di mana ia menjelaskan bahwa berawal dari pengalaman mendaftar sebagai driver *ShopeeFood* menunjukkan masalah pada layanan *ShopeePayLater*. Awalnya, memilih cicilan 6 bulan untuk membeli atribut, tetapi tagihan berubah menjadi pembayaran penuh 1 bulan tanpa persetujuan. Upaya mengajukan perubahan tenor dan pembatalan ditolak, sehingga memunculkan ketidakpuasan terhadap fleksibilitas layanan tersebut. Amaliah Chairunisah juga mengungkapkan keluhannya melalui *mediakonsumen.com*, di

mana dia mengeluhkan pembatalan pesanan voucher flash sale pada 25 November 2024, yang dibatalkan oleh sistem dengan alasan aktivitas tidak wajar. Pesanan saya dibatalkan setelah berhasil checkout dan membayar, tanpa penjelasan yang jelas. Saya memastikan bahwa saya tidak melakukan aktivitas mencurigakan dan hanya mengakses akun melalui perangkat pribadi, serta melampirkan bukti rekaman checkout sebagai bukti.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Penelitian ini mencakup pengukuran 4 (empat) dimensi utama kualitas pelayanan, yaitu Desain Website (*Website design*), Pemenuhan Pesanan (*Fullfilment*), Layanan Pelanggan (*Costumer service*) dan Keamanan dan Privacy (*Security Privacy*). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tingkat kepuasan pelanggan serta mengidentifikasi aspek sistem atau pelayanan yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan untuk menciptakan layanan yang lebih optimal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan shopee terkait transaksi jual beli yang dilakukan melalui aplikasi shopee?
2. Apa saja faktor yang menyebabkan kelemahan dalam kualitas pelayanan atau sistem yang diterapkan oleh shopee?
3. Apa rekomendasi yang dapat diberikan kepada shopee guna meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dan sistem mereka di masa yang akan datang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan shopee dengan menerapkan metode IPA (*Importance Performance Analysis*).
2. Menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan kelemahan dalam kualitas pelayanan atau sistem yang diterapkan oleh shopee.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan batasan ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas, di antaranya adalah:

1. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 150 mahasiswa aktif Universitas Malikussaleh angkatan 2021 hingga 2024 yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui aplikasi shopee.
2. Penelitian ini berfokus pada pengukuran tingkat kepuasan pelanggan.
3. Metode yang digunakan adalah metode IPA (*Importance Performance Analysis*)

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Mengidentifikasi pelayanan atau sistem yang sulit dipahami oleh pengguna serta bagian yang sering mengalami kendala pada shopee.
2. Memberikan rekomendasi berbasis penelitian untuk peningkatan kualitas pelayanan dan sistem kepada shopee.