

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi, penyebaran informasi sangatlah cepat sehingga informasi dengan mudah melalui internet *connection networking* yang disebut dengan internet. Teknologi dan kecanggihan internet saat ini benar-benar membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Internet adalah layanan yang relatif ramah pengguna yang dapat diakses oleh semua demografi dan dapat digunakan terus-menerus (selalu) untuk mengiklankan dan membeli berbagai barang dan jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Internet saat ini dianggap sangat penting dan tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Hampir semua hal bisa dilakukan dengan internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini setara 77% dari total populasi di Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Jumlah pengguna internet di tanah air ini naik 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia baru sebanyak 202 juta orang (Kompas.com). Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di seluruh dunia dengan cepat, hal ini, yang menyebabkan aktivitas bisnis dan perdagangan yang dikenal juga *e – commerce (Electronic Commerce)* atau biasa di sebut pembelian online.

E-commerce adalah praktik menjalankan bisnis melalui penggunaan jaringan komputer, yaitu internet, dan berfokus pada kebutuhan konsumen, produsen, penyedia jasa, dan pedagang perantara. *E-commerce*, sebagaimana didefinisikan oleh (Fauziah, Nugroho, Suryawardana, 2021), adalah salah satu jenis mekanisme

bisnis yang berfokus secara elektronik pada transaksi bisnis berbasis individu dan menggunakan internet sebagai sarana untuk memperdagangkan produk dan layanan. Prospek bisnis yang besar (seperti penjualan produk dan penyediaan layanan online) dan peningkatan pendapatan dihasilkan oleh *e-commerce*.

Dalam perkembangan teknologi saat ini terdapat berbagai bidang, termasuk transportasi, komunikasi elektronik, dan bahkan perekonomian global. Dampak kemajuan teknologi telah mempengaruhi gaya hidup masyarakat saat ini; salah satu kemajuan yang paling menonjol adalah prevalensi gadget dan kecenderungan untuk terlibat dalam aktivitas online seperti berbelanja. Salah satu aktivitas yang banyak bermunculan di masyarakat, khususnya di wilayah metropolitan adalah berbelanja (Devano dan Ling Sri, 2023).

Selain itu, belanja telah berkembang menjadi kebutuhan bagi masyarakat tertentu. Belanja produk telah mengalami evolusi gaya di mana konsumen tidak perlu lagi mengunjungi toko secara fisik untuk berbelanja. Saat ini, pelanggan dapat memilih antara dua format dasar untuk berbelanja yaitu, belanja di toko dan secara online (Nuraini dan Evianah, 2019).

Belanja online yang merupakan salah satu cara berbelanja dengan menggunakan platform media sosial atau alat komunikasi elektronik yang digunakan dalam transaksi jual beli. Pertumbuhan pengecer online yang banyak dibidik oleh individu sebagai pelanggan menciptakan prospek bisnis baru di industri online. Karena memanfaatkan internet untuk menjalankan bisnisnya hanya memerlukan biaya, toko online mempunyai keunggulan sangat efisien dan mudah untuk melakukan promosi. Pembeli tidak perlu susah payah mengunjungi toko untuk melihat dan membeli apa yang mereka cari, cukup telusuri produk yang

dipilih secara online, lakukan pembelian, lalu kirimkan pembayaran dan barang tersebut akan dikirim dari toko internet (Nurhasanah Fitri Ayu et al., 2022). Belanja online kini menjadi metode alternatif bagi pengguna untuk membeli barang melalui internet, dan internet saat ini telah maju dalam hal jangkauan, seperti keamanan, popularitas, dan layanan. Meskipun secara teknis, *e-commerce* adalah perantara yang menghubungkan penjual dan konsumen secara online, toko online kini menjadi jalur praktis bagi pelanggan.

Dalam berbelanja online, juga memiliki keunggulan seperti pembeli hanya perlu melakukan pemesanan dan barang akan diantar ke rumah, pelanggan dapat menghemat waktu dan bahan bakar dengan tidak mencari toko secara berputar-putar, dan toko online selalu buka sepanjang waktu (Harahap dan Amanah, 2018). Adapun keunggulan yang dapat dirasakan oleh pelanggan, disamping itu ada kekurangan atau ketidaknyamanan dalam berbelanja online yaitu, adanya jeda waktu dalam pemesanan dan pengiriman, tidak dapat mencoba barang yang kita pesan, tidak dapat memeriksa barang yang telah kita beli seperti adanya kerusakan atau ukuran yang tidak cocok (Nurhasanah Fitri Ayu et al., 2022).

Dengan adanya kelebihan dan kekurangan dalam berbelanja online, pertumbuhan online shop sangatlah pesat dengan adanya situs berbelanja seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli merupakan situs berbelanja online yang terbesar dan terpopuler di Indonesia. Berdasarkan survey dengan data terbaru untuk kuartal 1 tahun 2023 yang dilakukan oleh databoks.co.id maka dapat dilihat 5 besar marketplace yang paling banyak dikunjungi di Indonesia adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan juga Bukalapak. Shopee masih unggul pada kuartal 1 tahun 2023 ini dengan 157,9 juta pengunjung web dalam satu bulan, sedangkan Tokopedia berada di urutan kedua dengan 117 juta kunjungan web

dalam satu bulan. Ini menunjukkan bahwa baik Shopee dan Tokopedia sama – sama unggul di Indonesia.



Gambar 1.1 5 E – Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia

Sumber : databoks.co.id

Sebagai salah satu situs jual beli online terbesar di Indonesia, Shopee pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 2015 serta beberapa negara lain di Asia Tenggara yaitu Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina dan Taiwan. Shopee ialah platform belanja berbasis online yang menyediakan beragam macam produk penjualan. Keberagaman produk yang ditawarkan oleh Shopee memiliki berbagai kategori meliputi Handphone, Sepeda, Tablet, Aksesoris Gadget, Komputer, Laptop, Printer/Scanner, Media Penyimpanan Data, Fashion Wanita, Fashion Pria, Aksesoris Fashion, Peralatan Elektronik, Audio & Video, Perlengkapan Rumah Tangga, Perlengkapan Bayi, Sampai dengan Buku ataupun Alat Musik dan lain-lain. Selain itu, toko online Shopee sering menawarkan barang-barang menarik seperti potongan harga dan pengiriman gratis ke lokasi tertentu.

Ia juga menawarkan layanan cash on delivery (COD) dan jaminan uang kembali jika suatu barang tidak dapat diterima. Shopee tentunya harus memberikan layanan berkualitas tinggi jika ingin pembeli online-nya senang.

Kualitas layanan adalah cara pelanggan membandingkan jumlah layanan yang mereka terima dengan apa yang mereka perkirakan. Jika pelayanan sesuai dengan yang diharapkan, maka persepsi kualitas pelayanan sebagai sesuatu yang positif dan menyenangkan mungkin akan memotivasi pelanggan untuk melakukan pembelian lebih lanjut dan berharap dapat mengembangkan rasa loyalitas menurut Kotler (2019).

Sebagian minat beli pelanggan sangat dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen. Perusahaan *e-commerce* harus menanamkan kepercayaan yang besar kepada calon konsumen agar dapat menggugah minat konsumen untuk berkunjung dan bertransaksi melalui websitenya. Kepercayaan merupakan landasan yang akan menunjang kesuksesan atau keberlangsungan bisnis *e-commerce* di masa depan. Reputasi toko online sendiri harus menjadi pertimbangan utama bagi siapapun yang ingin berbisnis online.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dalam Kepuasan Konsumen Terhadap Shopee (Studi kasus di Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah berpengaruh kualitas layanan dalam kepuasan konsumen terhadap Shopee di Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan ?

1.3 Tujuan Penelitian

“Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dalam kepuasan konsumen terhadap Shopee di Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan”

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang dibedakan menjadi dua macam yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk peneliti lainnya sehingga dapat melakukan penelitian yang sejenis dengan mengikuti perkembangan zaman.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan maupun menambah ilmu pengetahuan, wawasan, pemikiran baru serta informasi yang khususnya berkaitan dengan analisis kualitas pelayanan dalam kepuasan konsumen terhadap toko online shopee.

1.4.2 Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai wawasan untuk mengembangkan kemampuan dan melatih diri dalam bidang penelitian, serta menjadikan pengetahuan dan pengalaman yang berharga terutama pada bidang yang diteliti.
- b. Bagi toko online Shopee, dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memecahkan masalah yang dihadapi perusahaan terutama mengenai pengaruh kualitas pelayanan toko online shopee terhadap kepuasan konsumen.
- c. Bagi Konsumen, terutama konsumen di kalangan generasi muda / mahasiswa sehingga penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk memenuhi kebutuhan melalui belanja secara online maupun secara offline.