

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pandemic covid-19 atau yang dikenal dengan virus corona, Awal dari kemunculan wabah ini terdapat negara Tirai Bambu, tepatnya di kota Wuhan, Tiongkok. Wabah ini telah memakan korban jiwa sangat besar diberbagai belahan dunia. Hal ini menyebabkan pemerintah memberikan himbauan kepada masyarakat untuk tidak melakukan aktivitas diluar rumah seperti ke kantor, ke sekolah, ke rumah sakit, ke tempat rekreasi, bahkan berbelanja langsung di pusat perbelanjaan. Di Indonesia, himbauan ini disebut dengan PSBB, yang mana PSBB ini merupakan peraturan untuk membatasi kegiatan tertentu pada penduduk disuatu wilayah yang diprediksi terpapar atau terinfeksi penyakit *covid-19*.

Karena adanya *pandemic covid-19* membuat masyarakat atau konsumen yang awalnya tidak melakukan belanja secara *online* menjadi *online*. Apalagi dengan didukungnya berbagai penawaran menarik dan fasilitas yang diberikan para *e-commerce* untuk memudahkan masyarakat untuk berbelanja kapan saja dan dimana saja. *E-commerce* merupakan keseluruhan proses yang berkaitan dengan kegiatan peningkatan, penjualan, pemasaran, layanan, pengiriman serta transaksi para konsumen. Sistem *E-commerce* sendiri sangat mengandalkan jaringan internet. Pernyataan ini didukung oleh data berikut ini.

Table 1. Pertumbuhan Pengguna Internet Di Dunia

No	Pertumbuhan Terbesar	Pengguna
1	India	127.610.000
2	China	25.490.000
3	Indonesia	25.365.368
4	Pakistan	11.251.089
5	Iraq	10.637.541

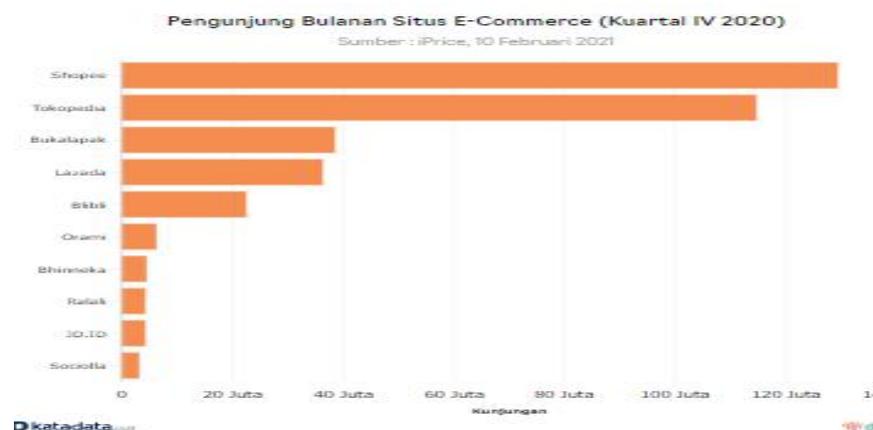
Sumber : Iprice.com (2020)

Berdasarkan data pada tabel 1. pengguna internet terbanyak adalah india sebesar 127,6 juta pengakses internet. Kemudian negara Indonesia berada di

urutan ke tiga didunia dengan jumlah pengakses internet sebanyak 25,3 juta per tahun. Hal ini membuktikan bahwa internet sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Internet sendiri diakses terkait hal yang menunjang untuk pekerjaan, pendidikan, hiburan, mengisi waktu luang, bersosialisasi, bisnis, berdagang, mencari barang, serta membeli barang kebutuhan secara *online*.

“Tren merupakan arah atau urutan kejadian yang memiliki momentum dan ketahanan”(Kotler, 2020). Tren sendiri dapat menyingkap seperti apa masa depan serta memberikan banyak peluang. Kebiasaan berbelanja *online* ini telah ada pada tahun 2014. Akan tetapi dengan adanya *pandemic covid-19* tren berbelanja *online* meningkat pesat. Hal ini dibuktikan dengan grafik pertumbuhan pengunjung bulanan pada aplikasi jual-beli *online* terbesar di Indonesia dimulai dari kuarta kelima pada tahun 2020 sampai dengan kuartal kedua ditahun 2020, hal ini didukung dengan data berikut ini:

Gambar 1. Pengunjung bulanan situs *E- Commerce* (kuartal IV 2020)



Sumber: Iprice.com (2020)

Menurut data tersebut shopee menduduki peringkat pertama dalam pengunjung bulanan pada kuartal ke lima ditahun 2020 sebanyak 130 juta orang. Hal ini tidak terlepas dari upaya shopee untuk terus melakukan peningkatan kualitas layanan dan kualitas produk agar dapat memuaskan konsumen. Karena konsumen sebelum membeli sesuatu, konsumen akan mempertimbangkan berbagai faktor diantaranya kualitas layanan, kualitas produk, serta keamanan

saat bertransaksi. Dengan begitu Konsumen akan lebih memilih akan memilih perusahaan yang menyediakan layanan dan produk yang berkualitas.

Kualitas layanan secara *online* atau yang dapat disebut juga dengan *e-service quality* yakni sebuah usaha perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan memanfaatkan sarana elektronik yang bermaksud untuk mencukupi harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Kualitas layanan sendiri yakni suatu hal yang dapat memberikan efek pada kepuasan konsumen. Dengan demikian konsumen menginginkan barang yang menyediakan fitur, inovasi, serta performa terbaik.

Dengan demikian jika kualitas produk baik maka memiliki dampak yang baik terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk yang baik dapat dilihat dari keadaan bentuk suatu produk, sifat serta tingkatan mutu yang disesuaikan dengan kemudahan dalam penggunaan, dan daya tahan.

Kepuasan konsumen yaitu pengukuran kembali yang dilakukan oleh konsumen terhadap jasa atau produk yang sudah dibeli dan digunakan. Kepuasan konsumen sendiri dipengaruhi oleh persepsi dan harapan konsumen terhadap produk serta jasa yang digunakan mereka. Kepuasan juga dapat diukur dengan membandingkan ekspektasi konsumen dan manfaat yang didapat. Konsumen akan puas jika manfaat yang diberikan melebihi ekspektasi konsumen maka, Akan tetapi sebaliknya konsumen akan kecewa jika harapannya tidak sesuai dengan realita.

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak hal dan salah satunya adalah kualitas produk dan kualitas layanan. Konsumen tidak akan merasa cukup puas meskipun kualitas produk yang ditawarkan baik jika tidak cukup baik dalam memberikan layanan. Konsumen akan merasa puas jika kualitas layanan dan kualitas produk baik.

Pernyataan ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Saputra et al., 2021) bahwa “kepuasan konsumen dipengaruhi dengan kualitas layanan dan kualitas produk di *Online Store Guzzle*”.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahira, Prasetyo Hadi, dan Heni Nastiti pada tahun 2021 dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas

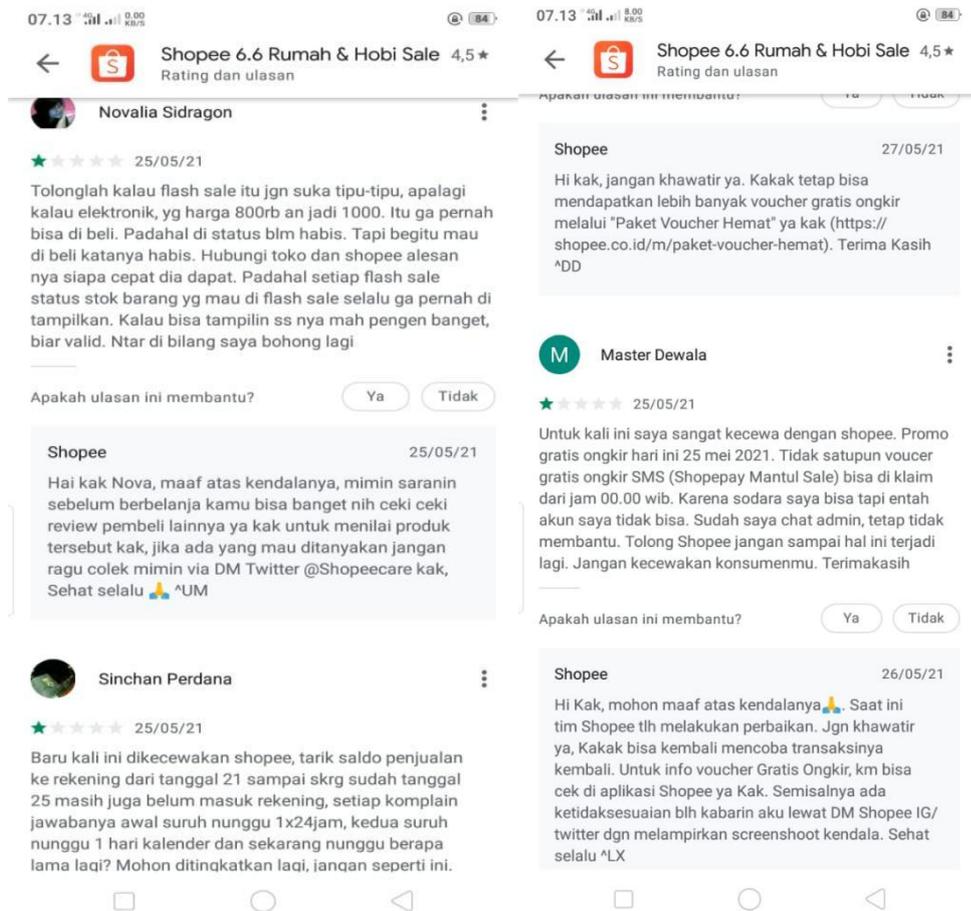
Pelanggan Indihome”. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa “kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan”.

Rini Kartika Sari dan Nanik Haryana melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo ditahun 2019”. dalam penelitian ini menggunakan *SEM Analysis*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan “harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang dan harga, serta minat pembelian ulang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online shopping*”

Berpijak dari riset sebelumnya hal ini bisa disimpulkan bahwa konsumen akan memilih perusahaan yang menyediakan produk dan layanan yang terbaik, karena layanan dan produk yang berkualitas dapat memberikan efek atau dampak terhadap kepuasan konsumen. Meskipun kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas produk, namun sering terjadi kegagalan dimana ekspektasi konsumen terlalu besar terhadap kualitas produk dan kualitas layanan yang ditawarkan perusahaan. Hal ini bisa dibuktikan dengan *review* pengguna Shopee di *play store*.

Gambar 2. *Review* Pengguna Shopee





Sumber : Data Diolah

Berdasarkan fenomena yang terjadi diatas mendinging penulisa untuk membuat usulan penelitian “Analisis Kepuasan Konsumen Shopee di Masa *Pandemic covid-19* (Studi pada pengguna Shopee di Jakarta Pusat)”.

I.2 Rumusan Masalah

Menurut adanya latar belakang diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan *online* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee ?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas layanan *online* terhadap kepuasan konsumen Shopee.
2. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Shopee.

I.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap semua pihak, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini yang berkaitan dengan pemasaran dalam kepuasan konsumen khususnya dalam kualitas layanan dan kualitas produk diharapkan dapat memberi manfaat kepada pembaca. Serta dapat mejadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini yang berkaitan dibidang pemasaran diharapkan dapat menjadi tumpuan untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang jual beli secara *online*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui respon dari konsumen mengenai kualitas layanan dan kualitas produk saat berbelanja *online* khususnya di shopee