

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan pesat teknologi telah menciptakan berbagai sistem baru yang mendorong perubahan gaya hidup. Salah satu perkembangan teknologi ini telah menciptakan transaksi *online* yang mengubah kebiasaan berbelanja masyarakat menjadi digital (We are social, 2023). Transaksi *online* dapat dilakukan melalui *media social*, *e-commerce*, *personal chat*, dan media apapun yang menggunakan internet, keadaan ini mengubah sistem belanja yang mengharuskan konsumen datang ke toko menjadi berbelanja melalui *platform digital* menggunakan alat elektronik di mana saja (Ahsana et al., 2023). Perubahan ini terjadi di hampir seluruh dunia termasuk Indonesia. Menurut laporan We are social dan Meltwater (2023), pegiat internet di negara Indonesia terhitung Januari 2023 menembus angka 212,9 juta pengguna yang berarti bahwa 77% dari jumlah populasi Indonesia telah memanfaatkan internet. Jumlah pemakai internet tahun 2023 meninggi jika dibandingkan dengan jumlah pengguna tahun sebelumnya, menurut laporan tersebut keseluruhan Individu yang menggunakan internet di Indonesia per Januari 2022 berjumlah 204,7 juta.

Meningkatnya pengguna internet tiap tahun mendukung perubahan gaya transaksi di Indonesia. Selain itu, keadaan Covid-19 yang memaksa masyarakat untuk menjalankan banyak kegiatan secara *online* juga membuat perubahan gaya transaksi semakin digital. Yuswohady (2020) menyatakan

bahwa pandemi Covid- 19 menciptakan lima pergeseran besar atau *megashifts* perilaku konsumen,

salah satunya adalah Go Digiwhere yang membuat penggunaan teknologi semakin dalam dan meluas. Contoh dari pergeseran perilaku konsumen ini adalah kegiatan belanja *online* yang dilakukan secara reguler. Laporan dari Sirclo dan Ravenry (2021) menemukan bahwa 74,5% masyarakat memilih melakukan belanja *online* dibanding belanja secara *offline*. Tetapi, data Bank Indonesia (2022) menunjukkan nilai transaksi *e-commerce* nasional 2022 lebih rendah dari target awal. Total nilai transaksi tahun 2022 senilai 476,3T, di mana nilai ini lebih rendah dari target awal sebesar 489T. Hal ini diperkirakan terjadi akibat adanya pelanggaran pembatasan aktivitas Covid-19 yang membuat masyarakat kembali berbelanja di toko konvensional. Adanya penurunan pengunjung pada *e-commerce* masih ditanggapi secara positif dan optimis oleh para ahli. Riset We are social (2023) terbaru yang membahas mengenai perilaku belanja masyarakat menemukan bahwa 67% masyarakat antusias dalam menyambut beragam promosi belanja *online*.

Intelligentia - Dignitas

E-commerce menurut Saputra (2020) adalah media *online* berbasis web tempat penjual bertemu dengan pembeli melakukan transaksi berbisnis. Dengan berhubungan sebanyak mungkin dengan supplier berdasarkan karakteristik yang dikehendaki, pembeli dapat menemukan harga terbaik, sedangkan supplier atau penjual dapat menemukan perusahaan yang menginginkan barang dan jasa mereka. Ranah *E-commerce* menjadi area bisnis yang sesuai dengan berbagai kondisi *market* yang semakin dinamis serta sangat kompetitif dengan persaingan yang sehat sehingga dapat menstimulasi perubahan perilaku para konsumen. Sehingga, dahulu masyarakat akan mendatangi minimarket, pusat perbelanjaan, dan toko yang diinginkan untuk berbelanja, namun perkembangan dunia digital yang semakin maju menarik masyarakat untuk berbelanja secara *online* (Saputra, 2020).

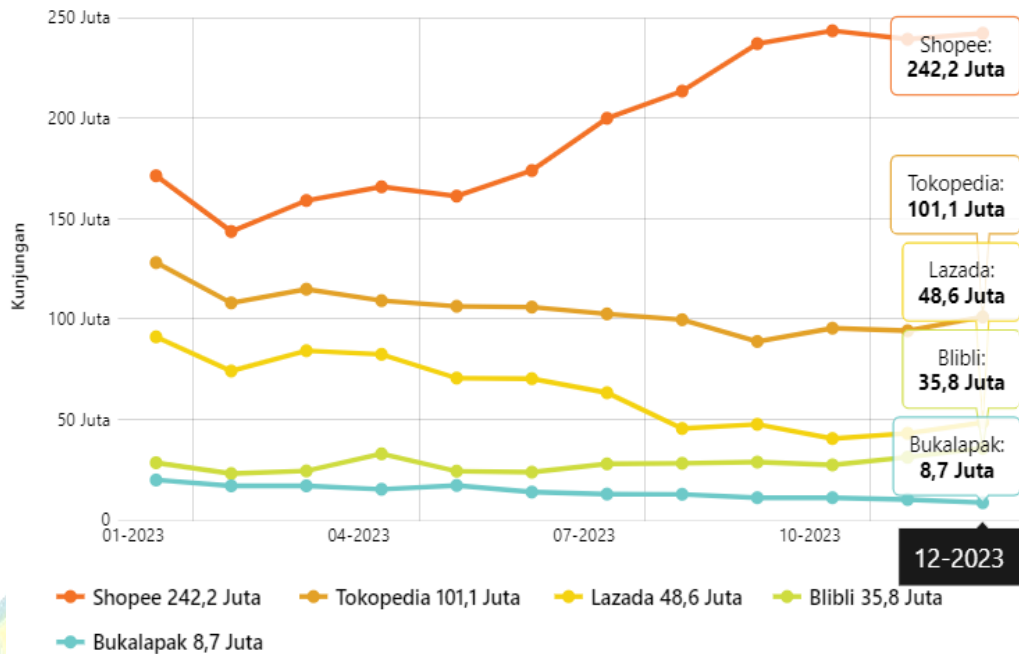
Perusahaan *e-commerce* berusaha bersaing untuk merangsang keinginan masyarakat dengan keunggulan yang dimiliki agar dapat mempertahankan eksistensi dikala ketatnya persaingan guna keuntungan perusahaan semakin tinggi. Maka sebab itu sistem penjualan yang saat ini dimiliki sebuah perusahaan menjadi hal yang vital untuk dikembangkan (Saputra, 2020). Shopee yang merupakan *e-commerce* yang menyediakan beragam macam produk penjualan, berdasarkan riset yang dipublikasikan We are social (2023) saat awal tahun 2023, terdapat 107 juta individu yang berbelanja produk kebutuhan primer pada beberapa *e-commerce* yang ada di Indonesia. Kemudian pada awal tahun 2023, data menunjukkan peningkatan

sebesar 67% yang berarti ada 178,90 juta konsumen telah berbelanja kebutuhan konsumsi melalui *e-commerce*. Munculnya pergeseran di masa pandemi ini juga berdampak tidak hanya pada sisi konsumen tetapi juga pada sisi produsen. Indonesia memiliki potensi yang besar untuk perkembangan industri *e-commerce*. Saat ini, terdapat tiga pemain besar di industri *marketplace*. Shopee memuncaki posisi teratas yang diikuti Tokopedia diposisi kedua lalu posisi ketiga adalah Lazada (We Are Social, 2023).

Pada tahun 2015 Shopee resmi diluncurkan di negara Singapura pada tahun 2015 yang diikuti dengan negara Indonesia, Vietnam, , Taiwan, Thailand, Filipina, dan Malaysia. Dengan visi "Menjadi *C2C Mobile Marketplace* Nomor 1 di Asia Tenggara", sebagai *Marketplace* jual beli daring raksasa di Indonesia.

Shopee adalah perusahaan *e-commerce* yang bernaung dibawah bayangan Garena yang telah berganti menjadi SEA Group (Ahsana et al., 2023). Chris Feng merupakan CEO Shopee yang merupakan lulusan terunggul di National University of Singapore yang mengembangkan aplikasi bisnis *C2C mobile marketplace* guna memungkinkan para konsumen melakukan pembelian dan penjualan produk yang mereka miliki pada aplikasi Shopee baik Android dan iOS.

Intelligentia - Dignitas



Gambar 1.1 Kategori *E-commerce Marketplace* Paling Sering Dikunjungi di Indonesia per Desember 2023.

Sumber: Similarweb (2023)

Riset Similarweb (2023) menemukan bahwa Shopee menduduki posisi teratas pada kategori *marketplace* yang paling sering digunakan di Indonesia per Desember 2023. Shopee dikunjungi sebanyak 242,2 juta kali pada situsnya, angka ini meningkat 41,4% jika dibandingkan pada tahun 2022.

Tokopedia berada pada urutan kedua dengan jumlah kunjungan 101,1 juta kali pada akhir tahun 2023, angka tersebut menurun sebesar 21,1% dibanding tahun 2022. Lazada menduduki posisi ketiga dengan jumlah kunjungan sebesar 48,6 juta kali pada Desember 2022, kemudian menurun pada 2023 sebesar 46,72%. Pada periode yang sama, menurut Similarweb (2023) mencatat situs Blibli memiliki kunjungan 35,8 juta kali atau naik naik sebesar 25,2%. Pada situs Bukalapak memiliki 8,7 juta kali kunjungan yang

menurun sebesar 56,5%. Pengunjung terbanyak pada *e-commerce* Shopee hal ini tidak terlepas dari upaya Shopee untuk terus melakukan peningkatan layanan dan produk yang ada agar dapat memuaskan konsumen. Karena konsumen sebelum membeli sesuatu akan mempertimbangkan berbagai aspek agar mampu memuaskan para konsumennya pada saat melakukan kegiatan berbelanja (Verawaty et al., 2022).

Kepuasan konsumen adalah wujud evaluasi dari kegiatan berbelanja berdasarkan beberapa pilihan yang dipilih serta dianggap dapat memberikan dampak yang memenuhi harapan dari konsumen, dengan kata lain kepuasan konsumen merupakan dampak dari suasana hati yang berupa kekecewaan atau bahagia yang timbul akibat perbandingan kinerja yang mempersepsikan hasil dari ekspektasi yang ada (Putu, 2019). Jika sebuah kinerja yang ada tidak dapat melebihi harapan konsumen, sehingga konsumen tidak terpuaskan. Akan tetapi, bila sesuai dengan harapan konsumen maka mereka menjadi terpuaskan, karena para konsumen selalu melakukan perbandingan antara harapan serta hal yang mereka terima apakah sesuai dengan harapan yang ada saat mengonsumsi barang dan jasa pada sebuah bisnis. (Jonathan et al., 2023). Oleh sebab itu, konsumen memiliki nilai yang bersifat subjektif dan nilai tersebut berbeda-beda.

Atas dasar beberapa hal di atas, penulis melakukan pra survei tentang kepuasan konsumen pada 20 responden yang dilakukan secara acak pada pengguna *e-commerce* Shopee Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Kuesioner pra survei ini ditujukan pada responden yang sudah berbelanja di

e-commerce Shopee. Penyebaran kuesioner pra survei ini disebar dengan tujuan untuk mengetahui persepsi konsumen pada tingkat kepuasan konsumen *e-commerce* Shopee.

**Tabel 1.1 Persepsi Pengguna terhadap Kemudahan Penggunaan
Shopee**

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah aplikasi Shopee mudah digunakan?	18	12
2	Apakah Anda menyukai aplikasi antar muka aplikasi Shopee?	16	14
3	Apakah Anda nyaman menggunakan aplikasi Shopee?	15	15
4	Apakah mencari sebuah barang di Shopee mudah dilakukan?	18	12
5	Apakah terdapat peningkatan kenyamanan penggunaan aplikasi Shopee sekarang dengan dahulu?	14	16

Sumber: Pra survei pengguna *e-commerce* Shopee (2024)

Berdasarkan tabel di atas terlihat pada hasil pra survei terhadap kemudahan penggunaan Shopee pada *item* pertama responden menjawab Ya dengan jumlah 18 orang menyatakan bahwa aplikasi Shopee mudah digunakan, pada *item* kedua responden menjawab Ya dengan jumlah 16 orang menyatakan bahwa mereka menyukai aplikasi antar muka aplikasi Shopee, pada *item* ke 3 responden menjawab Ya dengan jumlah 15 orang menyatakan bahwa nyaman menggunakan aplikasi Shopee, pada *item* ke 4 responden menjawab Ya dengan jumlah 18 orang menyatakan bahwa mencari sebuah barang di Shopee mudah dilakukan, dan pada *item* 5 responden menjawab Ya dengan jumlah 14 orang menyatakan bahwa terdapat peningkatan kenyamanan penggunaan aplikasi Shopee sekarang dengan dahulu.

Tabel 1.2 Persepsi Pengguna terhadap Aplikasi Shopee

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah aplikasi Shopee dapat memenuhi kebutuhan belanja Anda?	18	12
2	Apakah berbelanja di aplikasi Shopee menghemat waktu dan biaya?	14	16
3	Apakah aplikasi Shopee menyediakan fitur yang mempermudah Anda dalam berbelanja?	16	14
4	Apakah aplikasi Shopee dapat menanggapi komplain dengan baik?	14	16
5	Apakah aplikasi Shopee menyediakan berbagai promo belanja?	12	18

Sumber: Pra survei pengguna *e-commerce* Shopee (2024)

Berdasarkan tabel di atas terlihat pada hasil pra survei terhadap persepsi pengguna aplikasi Shopee pada *item* pertama responden menjawab Ya dengan jumlah 18 orang menyatakan bahwa aplikasi Shopee dapat memenuhi kebutuhan belanja, pada *item* kedua responden menjawab Ya dengan jumlah 14 orang menyatakan bahwa berbelanja di aplikasi Shopee menghemat waktu dan biaya, pada *item* ke 3 responden menjawab Ya dengan jumlah 16 orang menyatakan bahwa aplikasi Shopee menyediakan fitur yang mempermudah dalam berbelanja, pada *item* ke 4 responden menjawab Ya dengan jumlah 14 orang menyatakan bahwa aplikasi Shopee dapat menanggapi komplain dengan baik, dan pada *item* 5 responden menjawab Ya dengan jumlah 12 orang menyatakan bahwa aplikasi Shopee menyediakan berbagai promo belanja.

Intelligentia - Dignitas

Tabel 1.3 Persepsi Pengguna terhadap Informasi dan Pengaturan Sistem Shopee

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Aplikasi Shopee menyediakan cara yang dapat diterima untuk menikmati layanan berbelanja?	15	15
2	Aplikasi Shopee cukup ramah untuk digunakan dan memberikan informasi untuk memudahkan berbelanja?	16	14
3	Sistem navigasi aplikasi Shopee konsisten ketika berpindah antar layar aplikasi Shopee ke aplikasi yang akan digunakan?	13	17
4	Antarmuka aplikasi Shopee memungkinkan saya untuk menggunakan semua fungsi seperti memasukkan kata kunci barang yang dicari serta informasi lainnya yang ditawarkan oleh aplikasi?	14	16
5	Aplikasi Shopee memiliki semua fungsi dan kemampuan yang saya harapkan demi menunjang kegiatan berbelanja?	14	16

Sumber: Pra survei pengguna *e-commerce* Shopee (2024)

Berdasarkan tabel di atas terlihat pada hasil pra survei terhadap persepsi pengguna aplikasi Shopee pada *item* pertama responden menjawab Ya dengan jumlah 15 orang menyatakan bahwa aplikasi Shopee menyediakan cara yang dapat diterima untuk menikmati layanan berbelanja, pada *item* kedua responden menjawab Ya dengan jumlah 16 orang menyatakan bahwa berbelanja di aplikasi Shopee cukup ramah untuk digunakan dan memberikan informasi untuk memudahkan berbelanja, pada *item* ke 3 responden menjawab Ya dengan jumlah 13 orang menyatakan bahwa aplikasi Shopee memiliki sistem navigasi yang konsisten ketika berpindah antar layar aplikasi Shopee ke aplikasi yang akan digunakan, pada *item* ke 4 responden menjawab Ya dengan jumlah 14 orang menyatakan bahwa aplikasi Shopee memiliki antarmuka yang memungkinkan penggunaannya untuk menggunakan semua

fungsi seperti memasukkan kata kunci barang yang dicari serta informasi lainnya yang ditawarkan oleh aplikasi dapat menanggapi komplain dengan baik, dan pada *item 5* responden menjawab Ya dengan jumlah 14 orang menyatakan bahwa aplikasi Shopee memenuhi harapan konsumen dengan menunjang kegiatan berbelanja mereka..

Berdasarkan ketiga pra survei di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi kepuasan pengguna aplikasi Shopee mendapat respon positif. Akan tetapi hal ini perlu dikaji lebih dalam apakah persepsi kepuasan konsumen menggunakan aplikasi Shopee ini memang benar-benar mendapatkan respon yang positif atau tidak.

Penelitian penggunaan aplikasi Shopee pada penelitian yang dilakukan kali ini serupa dengan hasil penelitian Alanzi (2022) dengan hasil yang menemukan tingkat kepuasannya baik sehubungan dengan aplikasi mHealth, peningkatan tiba-tiba dalam pengguna mHealth sebagian dapat dikaitkan dengan beberapa masalah psikologis seperti kecemasan dan depresi di antara orang-orang dan juga karena akses yang terbatas selama pandemi. Hasil penelitian tersebut menggambarkan bahwa pengalaman penggunaan sebuah aplikasi yang mendapatkan respon yang baik belum tentu mendapatkan hasil yang memuaskan kepada para pengguna aplikasi tersebut, hal ini lantaran berbagai kondisi yang sebenarnya tidak dapat disimpulkan hanya terbatas pada puas atau tidaknya penggunaan aplikasi yang sedang digunakan. Akan tetapi dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen, perusahaan dapat

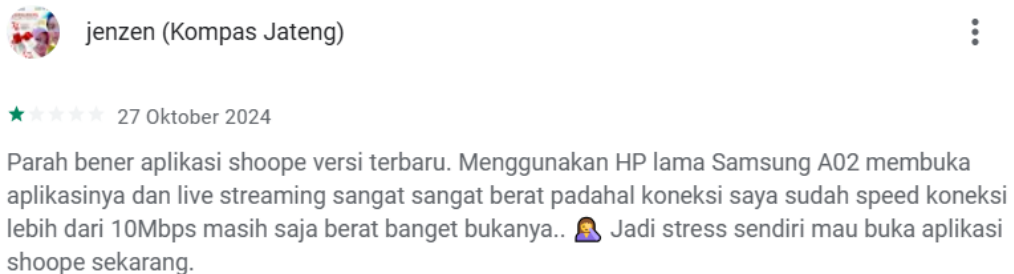
mengevaluasi dan meningkatkan kualitas dan layanan mereka serta menemukan kebutuhan dan harapan konsumen yang belum terpenuhi.

Shopee pada periode 2024 menjadi *marketplace* paling banyak dikunjungi dengan berbagai fitur yang menarik yang memungkinkan pengguna mencari produk yang diinginkan dengan fitur *hashtag*, *live stream* dan *live chat*. Aplikasi Shopee telah membukukan unduhan lebih dari 14,2 juta kali pada Google Playstore dan memiliki peringkat 4,4 tetapi masih ada beberapa keluhan tentang situs tersebut yang menunjukkan ketidakpuasan konsumen (Ahsana et al., 2023).

Berdasarkan beberapa ulasan konsumen Shopee pada Google Playstore baik pembeli dan penjual memberi komentar ulasan yang menggambarkan ketidakpuasan pada beberapa aspek seperti status pengiriman barang yang tak kunjung berubah status pada proses saat pengiriman, toko yang tidak aktif tak kunjung di hapus, tidak adanya solusi yang baik pada penyelesaian masalah oleh *customer services*, serta banyak beredar penjual yang menjual produk yang palsu dan tidak sesuai deskripsi (Ahsana et al., 2023).

Berdasarkan beberapa ulasan *e-commerce* Shopee di Playstore, terdapat beberapa hal yang memerlukan peningkatan, hal ini tentu saja merupakan hal yang perlu diperhatikan agar kepuasan konsumen dapat terjaga, berikut penulis menyajikan beberapa ulasan dari pengguna Shopee di Playstore yang terbagi berdasarkan dimensi yaitu, *Perceived Usefulness*, *Perceived System Information and Arrangement* dan *Perceived Ease of Use* (Alanzi, 2022).

Serta *Success Models* DeLone & McLean dalam Alanzi (2022) yaitu *Service Quality*, *System* dan *Information Quality*.



52 orang merasa ulasan ini berguna

Gambar 1.2 Keluhan Pengguna Dimensi *Perceived Ease of Use*

Sumber: Google Playstore



77 orang merasa ulasan ini berguna

Gambar 1.3 Keluhan Pengguna Dimensi *Perceived Ease of Use*

Sumber: Google Playstore

Beberapa ulasan diatas mengenai dimensi *Perceived Ease of Use* ditemukan beberapa ulasan pengguna yang kecewa dengan sulitnya mengoperasikan aplikasi Shopee dan terdapat pengguna yang menganggap beberapa fitur yang ada tidak ramah untuk digunakan seperti sebelum aplikasi diperbarui.



★★★★★ 26 Oktober 2024

aplikasi bikin jengkel, kesel dan mumet, hampir setiap buka aplikasi dengan account yang sama di hp lain selalu di minta login ulang, padahal sdh login sebelum nya, iklannya bebas ongkir dan ada discount tapi setelah klik order dan pilih pembayaran..... ambyarrrrrr semua iklan gratis ongkir dan discount musnah, ini yg bikin jengkel, entah kenapa semacam permainan aja... hadehhh

26 orang merasa ulasan ini berguna

Gambar 1.4 Keluhan Pengguna Dimensi *Perceived System Information and Arrangement*

Sumber: Google Playstore



★★★★☆ 26 Oktober 2024

kenapa sih sekarang shopee sering banget bermasalah karna apk yg gak mau dibuka, udah coba bersihin sampah chaca, di perbarui bahkan dh di hapus terus instal lagi tetep aja gak mau dibuka, padahal lagi butuh butuh nya malah kayak gini. tolong ya udh sebulan lebih shopee saya bermasalah kayak gini, semoga segera diperbaiki. makasih

60 orang merasa ulasan ini berguna

Gambar 1.5 Keluhan Pengguna Dimensi *Perceived System Information and Arrangement*

Sumber: Google Playstore

Berdasarkan dimensi *Perceived System Information and Arrangement* ditemukan beberapa kekecewaan setelah aplikasi diperbarui pengguna tidak dapat masuk ke akun Shopee yang dimiliki dan terdapat pengguna yang tidak dapat mengoperasikan aplikasi dengan semestinya bahkan setelah dilakukan beberapa upaya tetap tidak teratasi.

Intelligentia - Dignitas



Tanti Silviyani



★★★★★ 25 Oktober 2024

Hallo kak...maaf sebelumnya saya kecewa karena baru saja membuat akun metode cod tidak bisa digunakan..tolong perbaiki yah semoga akun sayah bisa kembali melakukan pembayaran metode cod...karena saya belum pernah melakukan kelalaian..tolong saat ini segera diperbaiki semoga akun saya bisa melakukan pembayaran metode cod.

1 orang merasa ulasan ini berguna

Gambar 1.6 Keluhan Pengguna Dimensi *Perceived Usefulness*

Sumber: Google Playstore



Enjel Lika



★★★★★ 27 Oktober 2024

kecewa sih soalnya mau pesan barang tapi ga bisa cod padahal beberapa kali pesan bisa aja sekarang malah ga bisa pakai alamat yang sama, tolong lah pihak shopee diperbaiki!!

Gambar 1.7 Keluhan Pengguna Dimensi *Perceived Usefulness*

Sumber: Google Playstore

Berdasarkan dimensi *Perceived Usefulness* ditemukan beberapa kekecewaan terkait efisiensi dan tidak efektifnya beberapa fitur yang ada mengakibatkan kinerja aplikasi Shopee tidak maksimal karena lambatnya pengoperasian aplikasi Shopee memakan waktu yang lebih lama.



Dinamond Dina



★★★★★ 27 Oktober 2024

Sekarang sudah sangat jelek, semakin lama semakin jelek ini aplikasi, dulu enak sebab kalau ada kendala bisa langsung chat dengan cs nya walaupun menunggu beberapa waktu, sekarang udah susah, dan beberapa hal lain yg tidak bisa di sebutkan satu², pokoknya ini aplikasi semakin jelek.

3 orang merasa ulasan ini berguna

Gambar 1.8 Keluhan Pengguna Dimensi *Information Quality*

Sumber: Google Playstore

B Bang jeck




★ ★ ★ ★ ★ 28 Oktober 2024

Soal jarak penjual dan pembeli itu tidak masalah.tapi yg jadi masalah sudah ada pemberitahuan dari shoppe kalo barang sedang di antar ke alamat tujuan dan kita sebagai pembeli yg bertanggung jawab harus menunggu pesanan.tapi nyatanya barang tidak datang juga.

Gambar 1.9 Keluhan Pengguna Dimensi *Information Quality*

Sumber: Google Playstore

Berdasarkan dimensi *Information Quality*, didapati isu bahwa pelanggan mengalami ketidakpuasan terhadap solusi ataupun respon yang diberikan oleh customer service di aplikasi Shopee dan terdapat pula keluhan mengenai beratnya penggunaan aplikasi.

 Dhonny Irawan



★ ★ ★ ★ ★ 8 Oktober 2024

Aplikasi bagus bisa dipercaya untk saat ini, tp sayang nya aplikasi masih loadingny lemot banget. Nontifikasi sering telat, terlalu banyak menggunakan jaringan, sehingga tidak mudah dijangkau dipelosok desa. Photo tidak sesuai dengan yg ada di etalase toko. Masih ada penjual curang alias penipu sampai saat ini tidak ada pembenahan trhadap penerimaan penjual dishope sehingga peluang besar bagi penjual curang terus terjadi,. Karnapihak shopee tidak menampilkan alamat toko penjual secara detail,

95 orang merasa ulasan ini berguna

Gambar 1.10 Keluhan Pengguna Dimensi *System Quality*

Sumber: Google Playstore

Intelligentia - Dignitas

 Terli Libertini



★★★★★ 17 September 2024

Bisa ngga iklannya ga sampe mengganggu orang gitu na Apaan coba sampe langsung buka aplikasinya dari iklan itu mengganggu banget, bisa kn hanya d cancel gtu aja hilang iklannya, d cancel malah masuk d aplikasi apaan coba, orang lain juga punya kesibukan. Silahkan bikin iklan tapi Janggan sampe menjengkelkan bgtu. Terlalu banyak iklan yg lain tapi d cancel hilang, ini kalau shopee beda.. di pikir kita tiap hari belajar ga ada kerjaan lain apa.

149 orang merasa ulasan ini berguna

Gambar 1.11 Keluhan pengguna dimensi *System Quality*

Sumber: Google Playstore

Pada dimensi *System Quality* ditemukan kekecewaan pengguna dikarenakan beratnya *interface*, banyaknya iklan yang ada pada sebuah laman dan posisi peletakan konten yang berubah-ubah bahkan aplikasi kerap tertutup secara paksa.

 Saifullah Abidin



★★★★★ 17 September 2024

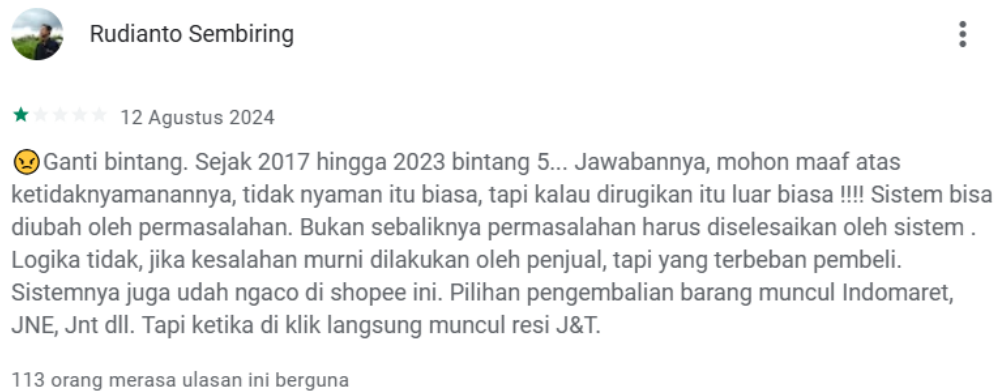
Shopee tambah tidak bagus dulu bisa milih jasa kirim sekarang otomatis akhirnya pengiriman sangat lambat. Saya pesan 2 barang berbeda dihari yang sama tapi shopee otomatis memilih kurir berbeda satu J&t dan satu SPX. Yang J&t udah sampai 1 minggu yang lalu SPX sampai sekarang belum sampai padahal sudah lewat estimasi. Cukup kecewa dengan shopee yang sekarang tidak bisa pilih jasa pengiriman, semoga kedepannya bisa diperbaiki.

115 orang merasa ulasan ini berguna

Gambar 1.12 Keluhan pengguna dimensi *Service Quality*

Sumber: Google Playstore

Intelligentia - Dignitas



Gambar 1.13 Keluhan pengguna dimensi *Service Quality*

Sumber: Google Playstore

Berdasarkan ulasan pada dimensi *Service Quality* penggunaan aplikasi Shopee didapat kekecewaan terhadap penggunaan berupa tidak dapat memilih jasa kirim dengan leluasa untuk proses pengiriman barang belanja dan pembeli sebagai pihak yang dirugikan ketika kesalahan terletak pada penjual.

Berdasarkan ulasan pengguna aplikasi Shopee di atas bahwa banyak konsumen yang memberikan ulasan di Playstore karena ketidakpuasan terhadap pelayanan, harga serta kualitas produk kerap dikeluhkan para pengguna aplikasi Shopee di Playstore. Maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pra survei dan beberapa ulasan yang telah peneliti sajikan sebelumnya terdapat hubungan antara *Perceived Usefulness* pada *e-commerce* Shopee, *Perceived System Information and Arrangement* pada sistem aplikasi *e-commerce* Shopee dan *Perceive Ease of Use e-commerce* Shopee. Penggunaan aplikasi Shopee yang harus memperhatikan kepuasan penggunaannya dalam menggunakan aplikasi seperti yang disinggung dalam

penelitian Alanzi (2022) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa masalah utama yang teridentifikasi dalam penggunaan sebuah aplikasi adalah terkait dengan kenyamanan dalam berkomunikasi dengan penyedia layanan.

Hasil tersebut di atas sepadan dengan riset Ahsana et al. (2023) yang mengindikasikan kualitas layanan yang memiliki tingkat perolehan bobot nilai terendah dalam penelitian ini. Layanan dengan kualitas yang baik akan lebih cenderung membuat konsumen puas dengan platform *e-commerce* tersebut, hal itu juga dapat membangun basis konsumen yang setia. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Keragaman produk mencakup variasi produk, merek, warna, ukuran, dan fitur yang tersedia untuk konsumen. Hal ini berpengaruh dengan kepuasan konsumen, sebab menawarkan yang beragam cocok dengan yang konsumen cari. Selanjutnya pada riset yang dilakukan Setiawan (2021) menemukan bahwa pelayanan dan produk yang baik membuat konsumen tidak ragu untuk melakukan kegiatan berbelanja pada *e-commerce* Shopee. Penelitian relevan yang terakhir dilakukan Sriwahyuni et al. (2021) yang menemukan jika responden merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan *e-commerce* Shopee, karena telah melayani dengan memberikan bantuan serta informasi yang berguna bagi para konsumen di *e-commerce* Shopee, sehingga pelanggan merasa diperhatikan dengan sangat baik oleh *e-commerce* Shopee.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, layanan pada aplikasi *e-commerce* Shopee berpotensi memiliki peran terhadap perubahan perilaku konsumen seperti halnya yang telah dibahas pada pra survei dan juga ulasan

pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee sebelumnya. Oleh karena itu analisis kepuasan pengguna menjadi hal yang penting dalam menilai efektivitas dan keberlanjutan layanan aplikasi *e-commerce* Shopee. Maka dengan aspek-aspek yang memberi pengaruh bagi kepuasan pengguna, sehingga *e-commerce* Shopee dapat melakukan perbaikan dan peningkatan pada layanan untuk lebih baik lagi sesuai dengan harapan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti mengangkat penelitian bertema “**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE SHOPEE**”.

1.2. Rumusan Masalah

Atas dasar uraian pada pendahuluan yang disampaikan, perlu diketahui pertanyaan kunci yang menjadi prioritas penulis untuk memfokuskan penelitian ini dengan menuangkan perumusan masalah yang diteliti pada penelitian ini ialah bagaimana kepuasan konsumen pada layanan *e-commerce* Shopee?.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada pendahuluan dan perumusan masalah, akan ditentukan tujuan daripada penelitian agar dapat diketahui kepuasan konsumen pada layanan *e-commerce* Shopee menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait kepuasan konsumen.
2. Peneliti berharap penelitian agar berguna sebagai unsur kajian serta referensi pada penelitian yang sama atau terkait dengan topik kepuasan konsumen pada pada layanan *e-commerce* khususnya Shopee.

1.4.2. Manfaat Praktis

Bagi Shopee, penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna dalam mengevaluasi dan meningkatkan kualitas dan layanan yang ditawarkan, serta mengidentifikasi kebutuhan dan harapan konsumen yang belum terpenuhi. Penelitian ini juga dapat memberikan umpan balik yang positif bagi Shopee dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang ada, serta memberikan saran dan kritik yang konstruktif bagi perbaikan di masa depan.

Intelligentia - Dignitas