

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan internet telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu dampak utama dari perkembangan ini adalah lahirnya bisnis *e-commerce* atau perdagangan elektronik. *E-commerce* telah memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian secara online dengan mudah dan nyaman tanpa harus datang ke toko fisik. Salah satu *platform e-commerce* yang populer di Indonesia adalah *Shopee*.

Masyarakat semakin tertarik untuk berbelanja melalui *platform Shopee* karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh *platform* tersebut. Namun, dalam konteks persaingan bisnis *e-commerce* yang semakin ketat, penting bagi *Shopee* untuk menjaga kualitas pelayanan kepada pelanggan agar mereka tetap loyal dan melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan di dalam konteks *e-commerce* mencakup berbagai aspek, termasuk kecepatan pengiriman, respons terhadap pertanyaan pelanggan, ketersediaan produk, kemudahan bertransaksi, dan lain sebagainya. Kualitas pelayanan yang baik akan membentuk persepsi positif pelanggan terhadap *platform Shopee* dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap proses pembelian online. Walaupun *Shopee* telah memiliki reputasi yang baik dalam hal kualitas pelayanan, masih mungkin ada beberapa aspek yang perlu

diperbaiki. Dengan memahami dampak kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang pelanggan, *Shopee* dapat mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar.

E-commerce telah menjadi salah satu kekuatan utama dalam dunia perdagangan. Di Indonesia, *Shopee* telah menjadi salah satu *platform e-commerce* terkemuka yang meraih popularitas yang besar. Namun, dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat, menjaga pelanggan tetap setia dan mendorong pembelian ulang menjadi tantangan yang semakin signifikan bagi *Shopee*.

Kunjungan ke situs lokapasar daring atau *e-commerce* di Indonesia mengalami penurunan pada Februari 2023. Hal itu terlihat dari lima *e-commerce* terbesar di Indonesia, yakni *Shopee*, Tokopedia, Lazada, Orami, dan Blibli. Berdasarkan data *SimilarWeb*, *Shopee* mendapatkan 143,6 juta kunjungan pada Februari 2023. Jumlahnya turun 16,2% dari bulan sebelumnya yang sebanyak 171,3 juta kunjungan. Tokopedia juga mencatatkan penurunan kunjungan sebesar 15,6% dari 128,1 juta menjadi 108,1 juta pada Februari 2023. Seperti *Shopee*, penurunan Tokopedia juga melanjutkan tren sejak Januari 2023. Lazada mencatatkan 74,2 juta kunjungan pada Februari 2023. Angkanya lebih rendah 18,6% dibandingkan bulan sebelumnya yang sebanyak 91,2 juta kunjungan. Kemudian, Orami meraih 28,3 juta kunjungan atau turun 7,2% secara bulanan pada Februari 2023. Sementara, Blibli mencatatkan 23,2 juta kunjungan atau turun 18,9% dari bulan sebelumnya. Penurunan kunjungan ke situs *e-commerce* disinyalir karena melandainya pandemi Covid-19 dan dicabutnya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Masyarakat kini mulai kembali berbelanja secara luring ketimbang lewat *e-commerce*.

Pembelian ulang oleh pelanggan merupakan indikator penting dari tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap sebuah *platform e-commerce*. Penurunan dalam tingkat pembelian ulang dapat mengindikasikan adanya masalah yang lebih mendalam, termasuk kualitas pelayanan yang mungkin tidak memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang kurang memadai dapat memiliki dampak yang merugikan bagi *Shopee*. Pelanggan yang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan mungkin akan mencari alternatif lain atau beralih ke pesaing yang menawarkan pengalaman yang lebih baik. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menyebabkan penurunan pendapatan, reputasi yang buruk, dan potensi kehilangan pangsa pasar. Permasalahan yang dihadapi oleh *Shopee* dalam hal penurunan pembelian ulang pelanggan dapat mencakup beberapa aspek, seperti lambatnya waktu pengiriman, ketidakresponsifan terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan, kualitas produk yang buruk, atau kesulitan dalam proses pengembalian barang. Semua faktor ini dapat mengakibatkan pengalaman buruk bagi pelanggan dan menghambat keinginan mereka untuk kembali berbelanja di *Shopee*.

Menurunnya tingkat pembelian ulang pelanggan pada *platform e-commerce Shopee* menjadi isu yang perlu segera diatasi. Penurunan ini dapat menjadi tanda bahwa terdapat permasalahan yang lebih dalam dalam hal kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Shopee* kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang kurang baik dapat berdampak signifikan pada keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, bahkan dapat menyebabkan mereka beralih ke pesaing yang menawarkan pengalaman yang lebih memuaskan.

Salah satu permasalahan yang mungkin muncul adalah lambatnya waktu pengiriman barang. Dalam dunia *e-commerce*, kecepatan pengiriman menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Pelanggan umumnya mengharapkan barang yang dipesan tiba tepat waktu sesuai dengan janji yang diberikan. Jika terjadi keterlambatan pengiriman, pelanggan mungkin merasa kecewa dan meragukan kemampuan *Shopee* dalam memenuhi komitmen pengiriman.

Respon yang lambat terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan juga dapat berkontribusi pada penurunan pembelian ulang. Ketika pelanggan mengalami masalah atau memiliki pertanyaan mengenai pesanan, mereka mengharapkan tanggapan yang cepat dan solutif dari pihak *Shopee*. Jika respon terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan tidak memadai, pelanggan mungkin merasa diabaikan atau kurang dihargai, sehingga dapat mengurangi minat mereka untuk berbelanja kembali. Permasalahan kualitas produk juga dapat memainkan peran dalam penurunan pembelian ulang. Jika pelanggan menerima produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi atau mengalami masalah kualitas, hal ini dapat merusak citra *Shopee* sebagai *platform e-commerce* yang dapat diandalkan dan berkualitas.

Kualitas pelayanan yang kurang baik juga dapat tercermin dalam pengalaman transaksi dan proses pembayaran di *platform Shopee*. Kemudahan dan kecepatan dalam proses pembelian dan pembayaran merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Jika pelanggan menghadapi kesulitan atau hambatan saat bertransaksi, seperti masalah teknis pada *website* atau aplikasi, sulitnya menemukan produk yang diinginkan, atau kendala dalam metode

pembayaran, hal ini dapat membuat pelanggan merasa frustrasi dan kurang puas dengan pengalaman berbelanja mereka.

Adanya perbedaan antara deskripsi produk dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan juga dapat berdampak negatif pada pembelian ulang. Pelanggan yang mendapatkan produk yang tidak sesuai dengan harapan atau gambaran yang diberikan dalam deskripsi produk mungkin merasa kecewa dan kurang puas dengan pembelian mereka. Ini dapat mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap kejujuran dan integritas *Shopee* sebagai *platform e-commerce*. Selain aspek-aspek yang telah disebutkan, permasalahan kualitas pelayanan juga dapat terkait dengan kurangnya informasi yang jelas mengenai kebijakan pengembalian barang atau garansi produk. Pelanggan yang tidak merasa yakin bahwa mereka dapat mengembalikan atau menukar produk jika terjadi masalah mungkin akan ragu untuk melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, transparansi dan komunikasi yang baik mengenai kebijakan-kebijakan ini sangat penting dalam membangun kepercayaan pelanggan.

Kendala yang dihadapi dalam menjaga kualitas layanan di *platform e-commerce* seperti *Shopee* adalah meningkatnya jumlah pelanggan dan transaksi yang harus ditangani. Dalam skala besar, mempertahankan kualitas layanan yang konsisten bisa jadi sulit. Namun, adanya persaingan yang ketat di industri *e-commerce* juga mengharuskan *Shopee* untuk terus meningkatkan kualitas layanan agar dapat mempertahankan pelanggan dan tetap kompetitif.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini penting untuk dilakukan agar dapat mengetahui apakah ada pengaruh pelayanan terhadap pembelian ulang pelanggan pada *e-commerce Shopee*.

Kehadiran platform *e-commerce* telah mengubah cara konsumen melakukan pembelian produk dan layanan. *Shopee*, sebagai salah satu platform *e-commerce* terkemuka di Indonesia, mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Keberhasilan *Shopee* dan platform serupa lainnya dalam menjalankan operasinya bergantung pada berbagai faktor, terutama kualitas pelayanannya.

Kualitas pelayanan adalah unsur penting dalam memahami pengalaman pelanggan dalam bertransaksi secara *online*. Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, seperti responsif, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kualitas pelayanan yang tinggi dapat menciptakan kepuasan pelanggan, membangun kepercayaan, dan berpotensi mendorong pembelian ulang. Dalam konteks platform *e-commerce*, pembelian ulang pelanggan merupakan indikator penting untuk menilai keberhasilan jangka panjang perusahaan.

Kota Singaraja merupakan salah satu kota di Provinsi Bali yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang pesat. Hal ini didukung oleh berbagai faktor, seperti pertumbuhan penduduk, perkembangan industri pariwisata, dan meningkatnya aktivitas perdagangan. Pertumbuhan ekonomi yang pesat di Kota Singaraja juga diikuti dengan meningkatnya aktivitas belanja online. *Shopee* merupakan salah satu platform *e-commerce* yang populer di Kota Singaraja.

Shopee adalah aplikasi mobile *e-commerce* yang berbasis marketplace. *Shopee* merupakan wadah untuk belanja secara online yang fokus kepada platform mobile sehingga orang-orang lebih mudah untuk mencari, berbelanja dengan hanya menggunakan ponsel. Aktivitas belanja yang dilakukan secara online dengan tidak mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung akan menimbulkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan

pembelian. Sejalan dengan itu, perkembangan marketplace di Indonesia sendiri dapat dikatakan memiliki peran yang sangat berpengaruh dan cepat berkembang hal ini ditandai dengan hadirnya beragam platform media sosial.

Faktor utama, yang pastinya akan dipertimbangkan oleh seseorang ketika melakukan aktivitas pembelian ulang adalah faktor Kualitas Pelayanan. Dikarenakan kadangkala kualitas pelayanan dari shopee belum tentu dapat memenuhi ekspektasi dan harapan pembeli. Di lihat dari aspek kualitas pelayanannya penting untuk diperhatikan karena berpengaruh terhadap daya tarik. Kualitas pelayanan haruslah sesuai atau cocok dengan apa yang dibutuhkan oleh pembeli sehingga jika pelayanan yang diterima akan dikatakan baik apabila sudah memenuhi keinginan dari apa yang diharapkan oleh pelanggan. Namun ada kalanya, dari tindakan pelayanan yang diterima terkadang belum memberikan kesan yang baik terhadap pelanggan dikarenakan kerap kali apa yang diinginkan oleh pelanggan belum sepenuhnya sesuai. Oleh karena itu, jika harapan konsumen dan keinginan dari pihak pelanggan telah terpenuhi maka dapat dikatakan kualitas pelayanan yang diperoleh baik dan pelanggan juga merasa lebih dihargai.

Pembelian ulang merupakan perilaku pelanggan yang sebelumnya telah melakukan pembelian produk atau layanan melalui platform e-commerce Shopee dan memutuskan untuk melakukan pembelian kembali di platform yang sama dalam jangka waktu tertentu. Perilaku pembelian ulang merupakan indikator penting dalam memahami kesetiaan pelanggan terhadap Shopee dan dampak kualitas pelayanan terhadap keputusan mereka untuk tetap berbelanja di platform ini. Pelanggan yang melakukan pembelian ulang adalah mereka yang telah mengalami berbelanja di Shopee sebelumnya dan merasa puas atau percaya dengan

pengalaman yang mereka dapatkan. Mereka memilih untuk kembali berbelanja di Shopee karena berbagai alasan, seperti pengalaman yang baik sebelumnya, kualitas produk atau layanan yang memuaskan, harga yang kompetitif, promosi menarik, atau faktor-faktor lain yang membuat mereka merasa nyaman dan percaya dengan platform ini. Kota Singaraja, yang terletak di Provinsi Bali, adalah lokasi dari penelitian ini. Pelanggan di daerah ini juga menghadapi tantangan logistik yang berbeda dalam proses pengiriman, penerimaan dan respons atas pertanyaan dan keluhan dari pelanggan. Hal ini dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, terutama jika pelanggan menghadapi kendala. Karakteristik dan perilaku pelanggan di suatu daerah yang berbeda dengan daerah lain, terutama dalam konteks berbelanja melalui platform e-commerce. Masyarakat di Kota Singaraja mungkin memiliki preferensi, harapan, dan tingkat kepuasan yang berbeda dibandingkan dengan wilayah lain di Indonesia.

Nurakhmawati (2022) berpendapat bahwa Permasalahan kualitas pelayanan Shopee yang sering dialami oleh pelanggan adalah keterlambatan pengiriman barang, ketidakjelasan informasi produk, dan kesulitan dalam proses pengembalian barang. Permasalahan-permasalahan tersebut dapat menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan tidak ingin melakukan pembelian ulang. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Shopee, maka semakin besar kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Berdasarkan uraian fenomena yang telah diuraikan di atas, sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Pelanggan Pada *E-commerce* Shopee Di Kota Singaraja”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, peneliti mengidentifikasi masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut.

1. Adanya permasalahan dari berbagai aspek kualitas pelayanan Shopee, seperti responsif, kecepatan pengiriman, kemudahan berkomunikasi dengan pihak Shopee, kualitas produk yang diterima, dan pengalaman berbelanja yang luas.
2. Permasalahan bagaimana kualitas pelayanan Shopee memengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali membeli barang dari Shopee setelah pengalaman belanja sebelumnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah oleh peneliti dengan maksud agar pembatasan dapat lebih terfokus. Tujuan adanya pembatasan masalah ini untuk menghindari kesalahan dan juga pembahasan di luar topik. Adapun masalah yang dibatasi oleh penulis adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Ulang Pelanggan pada E-commerce Shopee di kota Singaraja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian ulang pelanggan *e-commerce Shopee* di Kota Singaraja?

2. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang pelanggan *e-commerce Shopee* di Kota Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang pelanggan pada *e-commerce shopee* di kota Singaraja.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang pelanggan *e-commerce Shopee* di Kota Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini menyediakan informasi yang berharga dan berguna bagi perkembangan pengetahuan tentang hubungan antara kualitas pelayanan dan pembelian ulang pelanggan di *e-commerce Shopee*. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan yang berguna bagi manajemen bisnis *e-commerce* untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada serta membantu *e-commerce* untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan meningkatkan penggunaannya dalam pembelian produk.

1.6.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengalaman berharga bagi peneliti dalam mengembangkan kemampuan dan keahlian dalam bidang penelitian pemasaran, khususnya dalam mempelajari perilaku pelanggan di *ecommerce*. Peneliti juga dapat mengembangkan jaringan dan hubungan dengan pihak-pihak yang terkait dalam industri *e-commerce*.

b) Bagi Pelanggan Shopee

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pelanggan *Shopee*. Hasil penelitian ini dapat membantu *Shopee* meningkatkan kualitas layanan, kepercayaan pelanggan dan kenyamanan dalam berbelanja di *platform ecommerce*.

c) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kampus, khususnya dalam pengembangan keilmuan pemasaran dan manajemen bisnis. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk perkuliahan atau penelitian lebih lanjut di bidang yang sama.