

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju berdampak positif terhadap teknologi. Salah satunya dampaknya adalah pemanfaatan internet yang tidak hanya sebatas untuk mendapatkan informasi, tetapi juga dapat digunakan untuk hal lainnya yang memiliki pengaruh terhadap hidup manusia. Karena itu, banyak orang beralih dari kegiatan offline menjadi online.

Di dalam dunia bisnis, salah satu kemudahan yang dibawa oleh internet adalah kemudahan melakukan transaksi jual beli atau perdagangan karena tidak dibatasi oleh jarak dan waktu. Kemudahan tersebut juga dirasakan masyarakat Indonesia hingga muncul dengan tren belanja online.

Penduduk di Indonesia pada tahun 2008 mencapai 235 juta dan pada tahun 2020 penduduk Indonesia mencapai 273 juta jiwa. Pertumbuhan internet yang terjadi di Indonesia adalah keenam terbesar di dunia. Hal tersebut membuka peluang besar dalam bisnis yang berbasis online bagi pembeli maupun penjual.

Salah satu tempat untuk melakukan transaksi jual beli yaitu *e-commerce*. *E-commerce* adalah suatu kegiatan bisnis yang dilakukan secara online yang menggunakan suatu jaringan teknologi internet atau bisa juga menggunakan jalur komunikasi digital.

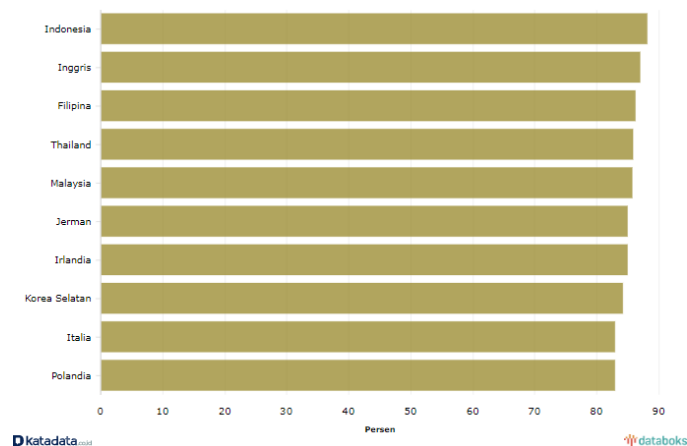
*E-commerce* dapat mempunyai arti lain yaitu suatu proses bisnis dengan cara menggunakan teknologi yang dapat menghubungkan antara pembeli dan penjual

yang berbentuk transaksi elektronik berupa produk, jasa maupun informasi (Munawar, 2009:1).

Selain itu *e-commerce* mempunyai berbagai produk atau jasa yang sangat memudahkan pembeli dalam memilih produk atau jasa yang diinginkan di berbagai tempat pada saat kapanpun (24 jam). Karena fleksibilitas waktu dan tempat, pembeli diuntungkan karena tidak perlu pergi ke toko fisik untuk bertansaksi.

Indonesia termasuk sepuluh negara di dunia dengan pengguna *e-commerce* tertinggi. Menurut survey We Are Social, Indonesia mencapai 88,1% dalam penggunaan *e-commerce* dalam bertransaksi. Data tersebut menunjukkan pengguna internet di Indonesia memberikan kontribusi rata rata 78,6% di seluruh dunia (Databoks, 2021).

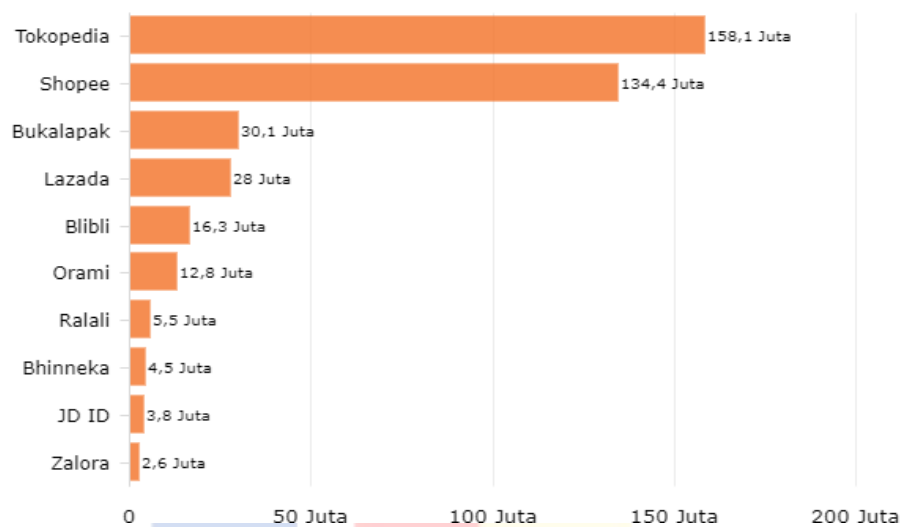
10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia (April 2021)



Gambar 1. 1 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia (April 2021)

*E-commerce* yang memiliki paling banyak pengunjung di Indonesia yaitu Tokopedia, Shopee dan Bukalapak, dapat dilihat dari data grafik pengunjung *E-commerce* berikut:

### E-Commerce dengan Pengunjung Web Bulanan Tertinggi (Kuartal III 2021)



Gambar 1. 2 pengunjung pada kuartal III tahun 2021, marketplace terbesar di Indonesia.

Sumber: (Katadata, 2021)

Berdasarkan data survey diatas, Tokopedia memiliki pengunjung paling banyak pada kuartal 3 tahun 2021: terdapat 158,8 juta pengunjung di setiap bulannya. Angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 7% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya. Shopee berada diperingkat kedua dengan pengunjung 134,4 juta dan mengalami kenaikan 5,7% dari kuartal sebelumnya. Peringkat ketiga dan seterusnya diisi oleh Bukalapak, Lazada dan lain lain.

*E-commerce* merupakan salah satu set dinamis dari aplikasi teknologi yang menjadi penghubung antara konsumen, perusahaan dan komunitas yang melakukan

transaksi melalui media elektronik dan perdagangan informasi, jasa, dan produk dilakukan melalui elektronik (Purbo, 2001)

Menurut Kalakota dan Whinston (1997) terdapat 4 definisi perspektif *e-commerce* yaitu, perspektif komunikasi, *e-commerce* merupakan sebuah proses pengiriman layanan, barang, informasi atau pembayaran melalui jaringan internet atau perangkat elektronik lainnya. Perspektif proses bisnis, *e-commerce* merupakan aplikasi dari teknologi menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.

Perspektif layanan, *e-commerce* merupakan alat yang memenuhi keinginan perusahaan, manajemen dan konsumen, dalam mengurangi biaya layanan. Perspektif online, *e-commerce* menyediakan kemudahan untuk bertransaksi melalui layanan internet.

Ribbink (2004) pada dunia *e-commerce*, kepuasan konsumen adalah suatu hal yang penting sekali untuk didapatkan. Kepuasan konsumen berkaitan dengan kualitas produk atau pelayanan konsumen disebut dengan nama *e-service quality*. Kepuasan konsumen didapatkan konsumen pada saat tertentu salah satunya adalah pelayanan yang baik dan memuaskan dari berbagai segi, yaitu segi kemudahan, harga, respon penjual yang cepat pada setiap keluhan yang disampaikan.

Terdapat istilah *e-satisfaction* diartikan sebagai perasaan kecewa ataupun senang dirasakan saat seseorang membandingkan suatu produk atau jasa yang diterima terhadap ekspektasi yang diharapkan saat belanja online. Tingkat kepuasan ini memiliki pengaruh penting dalam mempengaruhi minat dan loyalitas konsumen terhadap produsen produk atau jasa yang ditawarkan.

Terdapat contoh pelayanan yang dapat memuaskan kepuasan konsumen yaitu kualitas produk dan jasa, penjual memiliki respon yang cepat, kualitas website yang dapat mempermudah pembeli atau konsumen untuk mencari maupun mengakses produk, jasa yang dibutuhkan.

Dalam meningkatkan kepuasan konsumen *e-commerce*, kualitas dalam pelayanan disebut *e-service quality*. Berkaitan juga kemudahan pengguna (*easy to use*), respon terhadap konsumen (*responsiveness*), memiliki layout menarik (*escape*), informasi yang lengkap (*customization*), keamanan konsumen terhadap produk, jasa maupun data konsumen (*assurance*).

Dari segi kualitas dan pelayanan, *e-commerce* atau toko online dapat menarik konsumen. Sehingga sangat menarik untuk dilakukannya sebuah penelitian terkait pada kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, maka dari itu proposal skripsi ini diberi judul “Analisa kepuasan pelanggan Online Technical Tools terhadap kualitas pelayanan”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Sebagai sebuah usaha yang bergerak di bidang *e-commerce*, Online Technical Tools perlu mengukur kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan berguna sebagai umpan balik bagi penjual untuk pengembangan dan juga mengimplementasikan strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Maka dari itu, sangat diperlukan studi kepuasan konsumen agar Online Technical Tools dapat mengukur kepuasan pelanggan. Dengan adanya analisis kepuasan pelanggan, Online Technical Tools dapat terus meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga mampu bersaing dengan pelapak lainnya atau pendatang baru di dunia *e-commerce*.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, maka terdapat rumusan masalah yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan pelanggan pada toko Online Technical Tools?
2. Bagaimana hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan?

### **1.4. Tujuan penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kepuasan pelanggan Online Technical Tools.
2. Mengetahui kualitas layanan Online Technical Tools.
3. Mengetahui hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

#### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini dapat berguna sebagai referensi dalam mengembangkan pengetahuan dalam hal pengukuran kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dan pengaruh daya tanggap, kehandalan, empati, jaminan, bukti langsung terhadap kepuasan pelanggan.

#### **b. Manfaat Praktis**

##### **➤ Online Technical Tools**

Untuk pemilik Online Technical Tools, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kepuasan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar menjadi lebih baik.

➤ Akademis

Bagi akademisi, penelitian ini berguna sebagai bahan referensi dan dapat menjadi bahan untuk melakukan penelitian lanjutan.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan penelitian ini terdiri dari 5 bab yang terdiri dari:

### **BAB I : Pendahuluan**

Pada Bab ini peneliti menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: Tinjauan Pusaka**

Bab ini menguraikan deskripsi teori, kerangka berpikir, hipotesis pada penelitian, kualitas pada pelayanan, kepuasan dari pelanggan, di dalamnya terkait faktor yang dipengaruhi, dan pengukuran kepuasan.

### **BAB III: Metode penelitian**

Bab ini menguraikan tentang jenis dari penelitian, pada penelitian, hipotesis, karakteristik penelitian, pengambilan sampel. Jumlah, pengumpulan sampel, data serta analisis yang digunakan.

### **BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini menguraikan tentang hasil dari penelitian bersertakan pembahasannya yaitu gambaran dari penyajian data, analisis, dan lainnya.

### **BAB V: Kesimpulan**

Berisikan tentang jawaban dari permasalahan yang diajukan oleh penulis berbentuk kesimpulan dan saran yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Online Technical Tools.