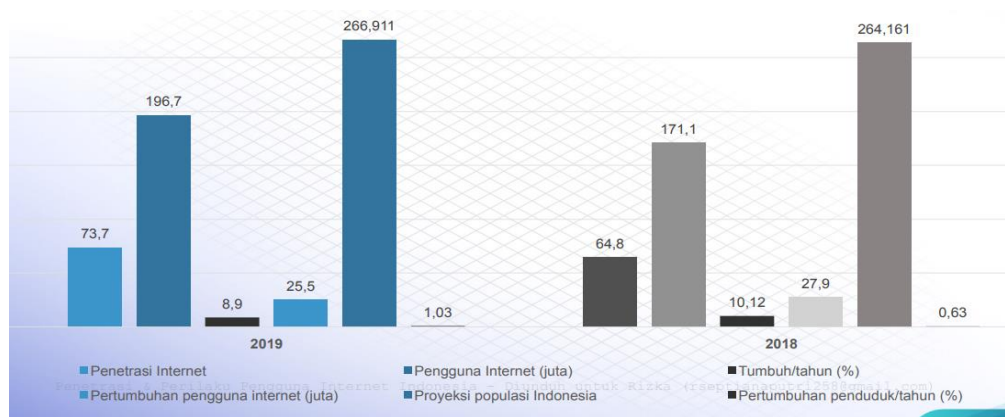


BAB I

PENDAHULUAN

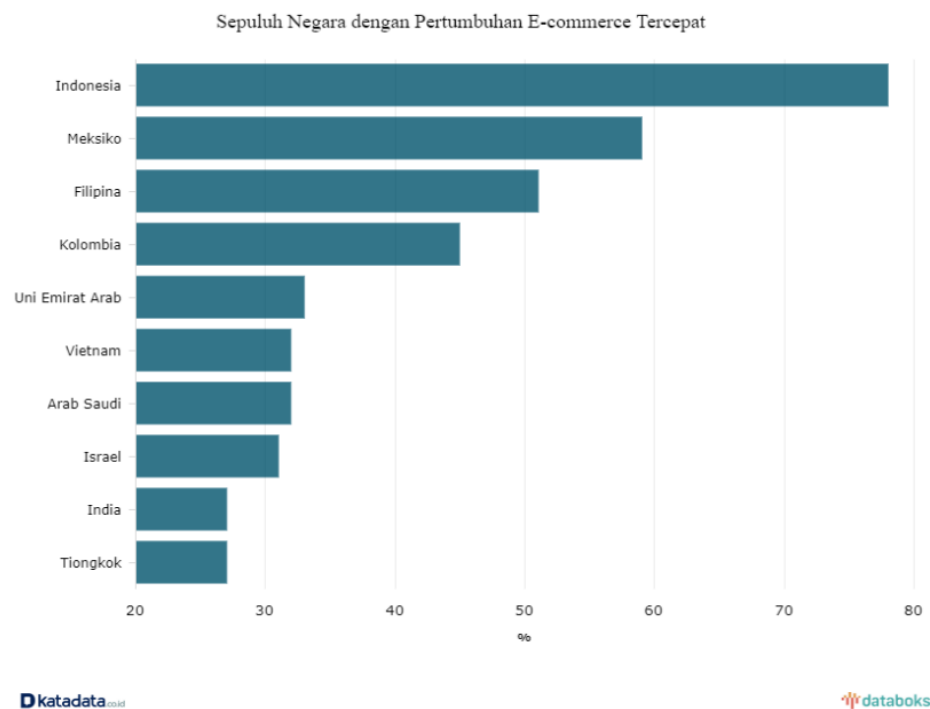
1.1 Latar Belakang

Pada saat ini konsumen sering menggunakan internet sebagai media untuk melakukan transaksi online dan mencari kelengkapan informasi terhadap produk. Di dalam internet tersedia beraneka ragam informasi dari berbagai sumber. Berdasarkan data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2019-2020 menunjukkan bahwa pengguna internet mengalami kenaikan 73,7% atau sekitar 196 juta jiwa dari keseluruhan total penduduk indonesia [1].



Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia [1]

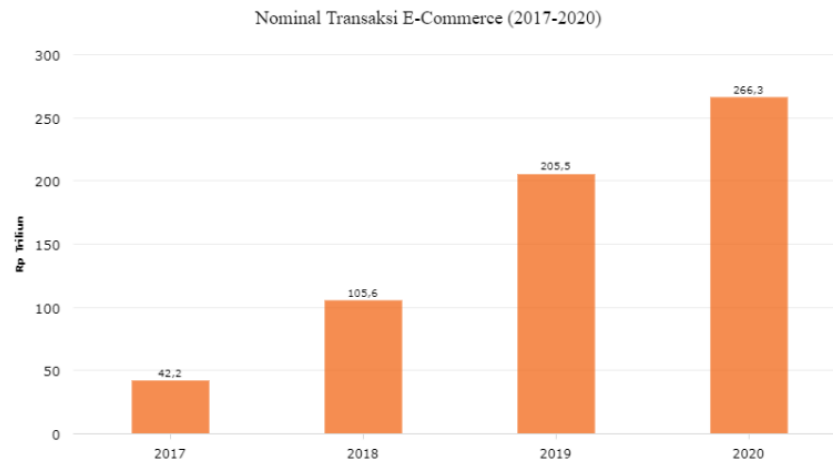
Seiring berkembangnya internet yang semakin pesat, perkembangan bisnis online mengalami peningkatan setiap tahunnya hal tersebut didukung dengan adanya berbagai macam kemudahan yang diberikan bagi konsumen dan penjual [2]. Berdasarkan data yang diperoleh melalui databooks bisnis yang sedang populer saat ini di Indonesia yaitu penjualan barang secara elektronik dengan menggunakan media internet atau biasa disebut dengan *E-commerce*. Indonesia menduduki posisi pertama dengan pertumbuhan *E-commerce* tercepat [3].



Gambar 1.2 Sepuluh Negara Dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat [3]

Di dalam *E-commerce* terdapat aktivitas berupa penawaran produk, penjualan produk dan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. *E-commerce* sendiri terdiri dari beberapa jenis yaitu *Business-to-Consumer (B2C)*, *E-commerce Business-to-Business (B2B)*, *E-commerce Consumer-to-Consumer (C2C)*, *Mobile E-Commerce (M-commerce)*, *Social E-commerce* dan *Local E-commerce* [4].

Pada tahun 2019 nilai transaksi *E-commerce* sebesar Rp 205,5 Triliun dan nilai transaksi *E-commerce* pada tahun 2020 mencapai Rp 266,3 Triliun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai transaksi *E-commerce* pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 29,6% dibandingkan tahun 2019 [5].



Gambar 1.3 Nilai Transaksi *E-commerce* [5]

Berdasarkan gambar 1.2 transaksi *E-commerce* setiap tahunnya mengalami perkembangan yang pesat hal tersebut didukung dengan meningkatnya pengguna internet setiap tahunnya. Di Indonesia terdapat banyak *E-commerce* yang menawarkan berbagai macam produk dan kebutuhan sehari-hari konsumen. Salah satu *E-commerce* yang ada di Indonesia yaitu JD.ID. JD.ID merupakan tempat belanja online yang termasuk dalam kategori *E-commerce* B2C. Terdapat berbagai macam barang dan kebutuhan konsumen yang tersedia pada JD.ID. Akan tetapi masih terdapat beberapa kekurangan pada aplikasi dan pelayanan yang diberikan oleh JD.ID kepada konsumen yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan sebagai data pendukung penelitian diperoleh data sebanyak 73,6% responden belum pernah berbelanja menggunakan aplikasi JD.ID. Pada kuesioner tersebut responden diminta untuk menuliskan alasan tidak menggunakan aplikasi JD.ID sehingga berdasarkan alasan yang telah diberikan oleh responden ditarik kesimpulan alasan yang paling dominan yaitu responden kurang familiar terhadap aplikasi JD.ID, tidak tertarik untuk menggunakan aplikasi JD.ID dan lebih nyaman menggunakan aplikasi *E-commerce* yang lain. Selain itu

diperoleh juga data responden yang pernah berbelanja menggunakan aplikasi JD.ID yaitu sebesar 26,4%. Terdapat beberapa keluhan yang dirasakan oleh responden ketika berbelanja menggunakan aplikasi JD.ID seperti produk tidak sesuai dengan detail produk, proses pengiriman yang lama, proses *refund* yang bertele-tele, proses retur dipersulit serta layanan *customer service* yang kurang memuaskan.

Kekurangan pada aplikasi dan keluhan kualitas layanan yang dialami konsumen seharusnya ditindaklanjuti oleh pihak JD.ID karena hal tersebut berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen. Perlu dilakukan pengukuran kualitas layanan pada JD.ID dengan menggunakan metode *E-servqual* bagi penyedia jasa secara *online*. Dalam penelitian ini metode *E-servqual* digunakan untuk membandingkan anantara persepsi dan ekspektasi dengan menggunakan tujuh dimensi yaitu *fulfilment*, *efficiency*, *privacy*, *system availability*, *compensation*, *responsiveness*, dan *contact*. Dengan dilakukannya analisis ini diharapkan dapat mengetahui dimensi mana yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan memperbaiki dimensi yang masih memiliki kekurangan. Hasil dari penelitian ini adalah berupa saran kepada pihak JD.ID mengenai layanan yang perlu diperbaiki berdasarkan tujuh dimensi *E-servqual*.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Aplikasi *E-commerce* JD.ID Dengan Menggunakan Metode *E-Servqual*”.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa baik buruknya suatu kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak JD.ID sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Rumusan masalah pada

penelitian ini adalah masih adanya kekurangan dari segi kualitas layanan yang diberikan oleh JD.ID kepada konsumen.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen *E-Commerce* JD.ID?
2. Bagaimana cara meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh JD.ID?

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka untuk mewujudkan penelitian yang sesuai dengan masalah yang ada diperoleh batasan-batasan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2021
2. Penelitian ini ditujukan kepada para pengguna aplikasi JD.ID.
3. Penelitian ini berfokus pada tujuh dimensi *E-Servqual* yaitu *system availability, fulfilment, efficiency, privacy, compensation, responsiveness, dan contact*.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini bahwa :

1. Untuk mengetahui Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen *E-Commerce* JD.ID
2. Untuk mengetahui cara meningkatkan kepuasan pengguna melalui kualitas peyanan

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis untuk menambah pengetahuan penulis mengenai penerapan metode *E-servqual* dalam mengukur kualitas dari suatu layanan.

2. Bagi Perusahaan

Manfaat penelitian ini bagi aplikasi JD.ID adalah untuk mengetahui variabel mana yang secara signifikan berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen dan memperbaiki variabel yang tidak memberikan kepuasan pada konsumen sehingga JD.ID dapat meningkatkan pelayanannya agar konsumen tidak menggunakan *E-commerce* lain.