

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring kemajuan zaman, teknologi semakin canggih dan cepat dalam penyebaran informasi[1]. Perkembangan teknologi memberikan dampak baik positif maupun negatif[2]. Dampak positif teknologi seperti kemudahan memperoleh informasi hanya dalam hitungan detik[3]. Sedangkan dari sisi negatif yaitu teknologi tidak digunakan sebagaimana mestinya sehingga dapat merugikan orang lain[4]. Namun dengan adanya dampak negatif tersebut, teknologi tetap memiliki peran penting, karena dengan adanya teknologi dapat memberikan kemudahan akses dalam memenuhi kebutuhan pengguna[5].

Era digital semakin maju didukung dengan adanya teknologi yang berdampak dalam berbagai bidang, misalnya bidang perdagangan *online* atau *e-commerce*[6]. *E-commerce* merupakan sarana untuk melakukan transaksi perdagangan secara *online*[6]. Masyarakat dapat melakukan transaksi dengan efektif, efisien dan tentunya menghemat waktu karena dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun[7]. Penerapan *E-commerce* memberikan dampak positif karena dapat menguntungkan dunia bisnis. Dimana semua transaksi dapat dilakukan secara *online*[6]. Perkembangan *e-commerce* sangat signifikan, dibuktikan dengan menciptakan fitur-fitur baru yang banyak diminati pengguna[8].

E-commerce tidak lepas dari kepuasan pelanggan yang termasuk aspek penting dalam perusahaan[9]. Tidak sedikit perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan kepuasan pelanggannya dari berbagai aspek[10]. Kepuasan pelanggan dapat tercapai dengan terwujudnya antara keinginan dan harapan pelanggan[10]. Kunci utama yang harus dilakukan perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dengan adanya layanan yang baik bagi pelanggannya agar dapat menciptakan citra positif untuk perusahaan[11]. Kualitas layanan yaitu tolak ukur perusahaan guna mengetahui tingkat kualitas layanan dari perusahaan[12]. Indonesia memiliki beberapa *e-commerce* antara lain Shopee, Tokopedia, Lazada

dan lainnya. Shopee termasuk *e-commerce* di Indonesia, diluncurkan pada tahun 2015. Shopee termasuk dalam bisnis C2C (*Consumer to Consumer*) yang memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk menjual maupun membeli produk[10]. Dalam Shopee pelanggan dapat melakukan transaksi jual beli produk. Selain itu, Shopee juga menyediakan berbagai fitur yang dapat diakses oleh pengguna. Banyaknya fitur dan layanan yang diberikan, sehingga mendorong pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Salah satu fitur Shopee yang diluncurkan pada bulan April 2020 yaitu ShopeeFood. ShopeeFood dikategorikan *Food Delivery* baru jika dibandingkan dengan Grabfood maupun Gofood yang sudah ada lebih dahulu. ShopeeFood merupakan salah satu jasa pesan-antar makanan yang memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan makanan menjadi lebih praktis dan menghemat waktu[11]. Jasa pesan antar makanan sudah tidak asing bagi masyarakat. Dahulu jika ingin memesan makanan, masyarakat harus datang ke lokasinya. Tetapi seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih, masyarakat dapat memesan makanan secara *online* melalui *smartphone*-nya masing-masing[12]. Hal ini dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat, karena masyarakat dapat memesan makanan kapanpun dan dimanapun[7].

Tabel 1. 1 Tahun munculnya *Food Delivery*

	GoFood	ShopeeFood	GrabFood
Diluncurkan	2015	2020	2016



Gambar 1. 1 *Food delivery* Indonesia

Penelitian yang dilakukan berfokus pada pengguna yang sudah pernah menggunakan ShopeeFood. Penelitian yang dilakukan menggunakan cakupan seluruh Indonesia karena terdapat beberapa permasalahan yang ada, didukung

dengan kuesioner pra penelitian. Berdasarkan Tabel 1.1, ShopeeFood dikategorikan *food delivery* baru jika dibandingkan dengan Gofood dan GrabFood. Berdasarkan Gambar 1.1, ShopeeFood menduduki posisi kedua jika dibandingkan dengan *food delivery* lain yaitu GrabFood dan GoFood.

Penelitian ini melakukan *survey* pra penelitian. Berdasarkan kuesioner pra penelitian yang disebar di sosial media memperoleh 80 responden. Hasil yang kuesioner tersebut adalah sebanyak 80 % perempuan dan laki-laki sebanyak 20% dengan dominasi rentang usia sekitar 17-25 tahun. Berdasarkan kuesioner pra penelitian, terdapat beberapa permasalahan yang dirasakan yaitu *loading* lama, promo/*voucher* hanya dapat digunakan oleh pengguna ShopeePay, pengantaran tidak akurat, aplikasi *error*, dan *customer service* kurang responsif.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka dilakukan penelitian dengan judul “Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *E-Service Quality* Pada ShopeeFood”. Tujuannya yaitu untuk mengukur kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood. Pengukuran kualitas layanan ini menerapkan 7 variabel meliputi *efficiency*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *system availability*, *contact* dan *compensation*[13]. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui kepuasan pelanggan ShopeeFood dan variabel apa saja yang perlu diperbaiki guna meningkatkan kualitas layanan dari ShopeeFood.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini yaitu ShopeeFood masih dikategorikan baru dan terdapat beberapa permasalahan yaitu promo/*voucher* hanya dapat digunakan oleh pengguna *ShopeePay*, titik antar kurang akurat dan aplikasi *error*, sehingga perlu dilakukan pengukuran kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini yaitu “Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood?”.

1.4 Batasan Masalah

Penerapan batasan masalah adalah agar penelitian tidak terlalu luas. Batasan masalah ini yaitu hanya pengguna yang sudah pernah menggunakan ShopeeFood yang dapat mengisi *form* kuesioner untuk dijadikan responden penelitian.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood, sehingga dengan penelitian ini dapat mengetahui variabel apa saja yang perlu untuk dilakukan perbaikan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi pembaca
Pembaca dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai referensi lebih lanjut mengenai kepuasan pelanggan pada ShopeeFood.
2. Bagi perusahaan
Perusahaan dapat mengimplementasikan penelitian ini dalam menerima dan menampung masukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar tercapai sesuai dengan tujuan dan target perusahaan.
3. Bagi penulis
Penelitian dapat digunakan penulis untuk memberikan pengalaman dan sebagai sumber referensi maupun acuan.