

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1.1.1 Shopee Xpress

Shopee merupakan perusahaan *e-commerce* yang bergerak sebagai *platform* belanja *online* dengan mudah dan cepat. Shopee pertama kali diluncurkan oleh induk perusahaannya yaitu Sea Grup pada tahun 2015 di beberapa negara salah satunya Indonesia. Perusahaan ini memiliki tujuan untuk menjadikan dunia sebagai tempat yang lebih baik dengan menyediakan platform untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas, didukung oleh kekuatan teknologi yang transformatif. Shopee menawarkan pengguna internet pengalaman belanja online yang komprehensif, dari berbagai pilihan produk hingga komunitas sosial untuk dijelajahi, dan layanan yang selalu memenuhi kebutuhan pelanggan tanpa hambatan (*Shopee Karier, n.d.*). Salah satu layanan yang dikembangkan oleh Shopee untuk mendukung pengalaman belanja online yang lebih baik adalah Shopee Xpress.



*Gambar 1. 1 Logo Shopee Xpress*

*Sumber: seller.Shopee.co.id*

Shopee Xpress atau disingkat sebagai SPX adalah sebuah layanan yang dikembangkan resmi oleh Shopee dibidang jasa pengiriman barang atau paket secara cepat dan aman. Layanan ini terbentuk pada tahun 2019 sebagai salah satu inovasi dari Shopee untuk mengembangkan jaringan logistik dan pengirimannya sendiri sehingga setiap paket yang menggunakan ekspedisi ini akan dikirim dan ditangani langsung oleh tim resmi dari Shopee. Shopee Xpress kini telah resmi menjadi jasa pengiriman khusus bagi para penjual yang ada di Shopee namun hanya penjual yang terpilih yang dapat menggunakan jasa Shopee Xpress. Meskipun

terbilang baru di industri pengiriman barang, Shopee Xpress sering kali menawarkan promo potongan biaya pengiriman atau gratis ongkir lebih besar dibanding ekspedisi pengiriman lainnya. Hal ini dilakukan agar dapat bersaing dengan ekspedisi pengiriman barang lainnya seperti SiCepat, JNE maupun J&T Express yang sudah lebih dahulu menguasai pasar di industri pengiriman barang. Shopee Xpress hingga kini telah berkembang dengan empat layanan utama, yaitu:

1. Shopee Xpress Standard

SPX Standard adalah layanan yang disediakan oleh Shopee untuk pengiriman reguler yang menjangkau Pulau Jawa dan Luar Jawa dengan waktu pengiriman mencapai satu minggu. Berat maksimal paket yang dari layanan ini adalah 50 kg untuk pengiriman ke luar Pulau Jawa dan 200 kg untuk pengiriman di dalam Pulau Jawa.

2. Shopee Xpress Sameday

SPX Sameday adalah layanan yang disediakan oleh Shopee untuk pengiriman yang akan tiba pada hari yang sama. Layanan ini hanya dapat mengirim paket dengan berat maksimal 7 kg pada jangkauan wilayah tertentu dalam waktu 24 jam.

3. Shopee Xpress Instant

SPX Instant hampir sama seperti SPX Sameday yang hanya dapat menjangkau wilayah tertentu saja namun yang membedakannya adalah pengiriman barang yang akan dilakukan maksimal 3 jam dari *pick up*.

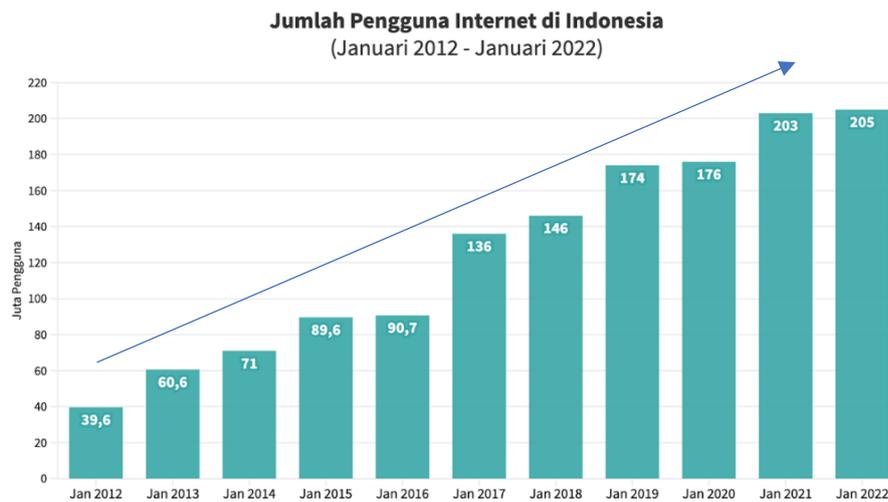
4. Shopee Xpress Hemat.

SPX Hemat adalah layanan yang disediakan oleh Shopee untuk pengiriman dengan biaya yang lebih hemat namun dengan waktu pengiriman yang lebih lama. Berat maksimal paket yang dapat dikirim melalui layanan ini juga cenderung lebih sedikit dibanding dengan layanan SPX Standar yaitu 50kg untuk pengiriman ke luar dan dalam Pulau Jawa.

## 1.2 Latar Belakang

Kemajuan teknologi di Indonesia telah berkembang pesat sehingga tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Perkembangan Teknologi Informasi

dan Komunikasi (TIK) yang paling pesat terlihat pada penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari. Dalam sepuluh tahun terakhir, penggunaan TIK di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan. Gambar 1.3 memperlihatkan bahwa tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat beberapa tahun kebelakang. Jika dibandingkan dengan tahun 2012, saat ini jumlah pengguna internet Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 165.4 juta pengguna (*Databoks.co.id*, 2022).



*Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia*

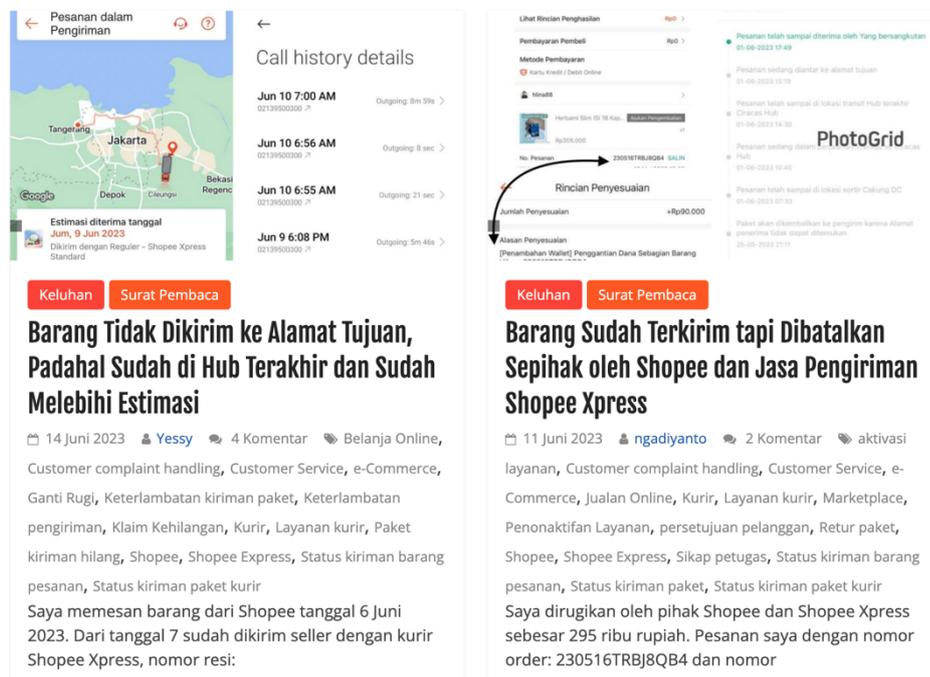
*Sumber: DataIndonesia.id*

Pertumbuhan ini membuktikan bahwa Teknologi Informasi telah berkembang pesat yang mengakibatkan perubahan besar pada kehidupan sehari-hari masyarakat. Kemajuan teknologi informasi tersebut turut memberikan dampak yang begitu besar dalam sektor bisnis. Banyak pelaku bisnis yang mulai menggunakan internet untuk menjalankan usahanya karena dianggap dapat menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa batasan ruang dan waktu. Di sisi pelanggan, kemajuan teknologi informasi sangat memudahkan mereka untuk berbelanja secara *online* tanpa harus datang langsung ke toko penjual sehingga dapat menghemat waktu, energi dan uang lebih. Pola belanja ini akhirnya menjadi gaya hidup baru dikalangan masyarakat dan para pelaku usaha. Akibatnya, banyak bisnis *e-commerce* yang mulai muncul di Indonesia sebagai *platform* untuk transaksi jual beli barang dan jasa.

*E-Commerce* adalah suatu kegiatan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen secara digital melalui sistem elektronik seperti internet, halaman web maupun jaringan komputer lainnya (Dwi Juniansyah et al., 2020). Shopee merupakan salah satu e-commerce besar di Indonesia yang menduduki peringkat pertama berdasarkan data dari Similarweb per Agustus 2022. Sebagai *e-commerce* yang menduduki peringkat pertama di Indonesia, keberhasilan Shopee tentunya tidak lepas dari jasa ekspedisi dalam mengirimkan barang kepada para pelanggan. Hingga saat ini, Shopee telah berkerjasama dengan 15 jasa ekspedisi dalam menunjang bisnisnya. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan jasa ekspedisi akan semakin ketat karena semakin banyak jasa ekspedisi yang tersedia maka akan menuntut para penyedia jasa ekspedisi untuk mempersiapkan diri dengan baik jika ingin bertahan dalam persaingan bisnis tersebut. Apabila permintaan akan jasa pengiriman barang yang handal semakin tinggi, maka semakin banyak pula perusahaan ekspedisi yang akan bersaing untuk memberikan kualitas layanan yang lebih baik dari pesaingnya (Wijaya & Rizani, 2022).

Shopee Xpress merupakan salah satu jasa ekspedisi di Indonesia yang dikembangkan langsung oleh Shopee sehingga setiap paket yang menggunakan ekspedisi ini akan dikirim dan ditangani langsung oleh tim resmi dari Shopee. Hingga saat ini, Shopee Xpress telah muncul dengan empat layanan utama yaitu Shopee Xpress Standard, Shopee Xpress Sameday, Shopee Xpress Instant dan Shopee Xpress Hemat. Layanan pertama Shopee Xpress Standard adalah layanan untuk pengiriman reguler yang menjangkau Pulau Jawa dan Luar Jawa dengan waktu pengiriman mencapai satu minggu. Layanan Sameday dan Instant adalah layanan pengiriman dengan jangkauan tertentu. Layanan Sameday dapat melayani pengiriman dalam waktu 24 jam, sedangkan layanan Instant dapat melakukan pengiriman maksimal dalam waktu 3 jam saja (Wijaya & Rizani, 2022). Shopee Xpress Hemat adalah layanan yang disediakan oleh Shopee untuk pengiriman dengan biaya kirim yang lebih hemat namun dengan waktu pengiriman yang lebih lama.

Jasa ekspedisi Shopee Xpress awalnya didirikan untuk mengoptimalkan layanan dan mengurangi adanya kesalahan pada perusahaan logistik sebagai bagian penting dalam keberhasilan perusahaan *e-commerce* (Jozuna & Dewi, 2020). Namun, jasa ekspedisi ini masih banyak dikeluhkan oleh pelanggan diantaranya seperti pengiriman barang yang terlambat, pengiriman paket yang tidak dapat di *trecking*, terjadi kerusakan pada paket yang dikirim, paket kiriman hilang serta pegawai Shopee Xpress yang dianggap kurang ramah dalam melayani pelanggan (Wijaya & Rizani, 2022). Shopee Xpress juga mengalami banyak komplain dari para penjual karena bisnis mereka di banjir bintang 1 oleh pembeli yang kecewa atas pengiriman Shopee Xpress yang sangat lambat (Lorenzi et al., 2023).



Gambar 1. 3 Keluhan Pelanggan Terkait Shopee Xpress

Sumber: Mediakonsumen.com

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa masih banyak pelanggan yang mengeluhkan terkait jasa ekspedisi Shopee Xpress pada website Media Konsumen. Salah satu contohnya yaitu keluhan yang disampaikan oleh Alvin Mufti dengan ID “excellent\_era” yang merasa kecewa karena barang yang dikirim menggunakan Shopee Xpress tidak kunjung tiba ke alamat tujuan dan tidak ada penanganan serius

yang dilakukan oleh pihak perusahaan dalam menanggapi keluhan maupun bantuan yang disampaikan oleh Avin sebagai pelanggan dari Shopee Xpress.

Berbagai keluhan yang disampaikan oleh pelanggan tersebut menunjukkan bahwa ada ketidakpuasan terhadap jasa yang diberikan oleh Shopee Xpress. Hal ini akan berdampak serius terhadap keberhasilan Shopee Xpress karena kepuasan pelanggan dapat menguntungkan perusahaan seperti meningkatkan minat beli ulang, pelanggan akan menggunakan jasa yang ditawarkan lebih sering dan pelanggan akan merekomendasikan kepada pihak lain agar menggunakan jasa tersebut. Lorenzi et al. (2023) telah melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Shopee Xpress berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Melihat betapa pentingnya kepuasan pelanggan terhadap jasa yang diberikan, maka Shopee Xpress perlu mengetahui bagaimana kualitas jasa yang diberikan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas jasa yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang merupakan target utama perusahaan agar dapat tumbuh dan berkembang untuk menghadapi persaingan yang ketat (Wibowati, 2021). Pelayanan yang baik menentukan keberhasilan usaha dan merupakan aspek utama dalam menjalankan usaha terlebih yang bergerak dibidang jasa (On, 2018).

Terdapat beberapa pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan seperti SERVQUAL, E-SERVQUAL dan SERVPERF (Marianti, 2009; Trivedi & Bhatt, 2019). Penelitian ini mengukur kualitas layanan menggunakan model SERVQUAL dimana sangat efektif untuk mengidentifikasi perbedaan antara persepsi dengan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan (Nugraha & Hisniati, 2021). Selain itu, model SERVQUAL ini telah diuji oleh Parasuraman, Zeithaml dan Malhotra untuk situs web belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien serta efektif dari sudut pandang pelanggan sehingga sesuai untuk digunakan dalam mengukur kualitas layanan jasa ekspedisi Shopee Xpress (Trivedi & Bhatt, 2019). Terdapat penelitian terdahulu oleh Prasetiawan et al. (2022) yang menggunakan

model SERVQUAL untuk melihat kualitas layanan yang diberikan oleh jasa ekspedisi.

Di era digital saat ini, pelanggan semakin banyak membagikan pendapat mereka tentang suatu produk atau jasa di media sosial. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan kemudahan akses dan jangkauan luas yang disediakan media sosial sehingga memungkinkan konsumen untuk menyuarakan pikiran dan pengalaman mereka secara instan. Postingan mengenai opini, sentimen dan juga kritisi pada sosial media terhadap suatu produk atau layanan dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengukur apakah layanan diberikan diterima dengan baik oleh penggunanya (Sasmita et al., 2021). Dengan menganalisis komentar dan ulasan pelanggan, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang membutuhkan peningkatan, serta menemukan faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

Twitter merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai media untuk mengetahui opini pelanggan terkait layanan yang diberikan. Penyebaran opini pengguna media sosial Twitter sangat mudah sehingga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan. Perusahaan dapat mengolah dan menganalisis opini terkait kualitas layanan dengan memanfaatkan big data. Big data merupakan kategori teknologi yang melibatkan pemrosesan data dalam jumlah besar (Taulli, 2019). Karena informasi yang diperoleh melalui media sosial Twitter merupakan data yang tidak terstruktur, maka metode analisis sentimen dapat digunakan untuk mengklasifikasikan dimensi kualitas layanan menurut persepsi pelanggan. Analisis sentimen merupakan salah satu metode yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui kualitas layanan suatu perusahaan dengan mengklasifikasikan opini pengguna Twitter berdasarkan sentimen negatif dan positif. Analisis sentimen merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menganalisis opini, memahami dan mengolah data teks secara otomatis untuk melihat sentimen yang terkandung dalam sebuah opini (F. V. Sari & Wibowo, 2019). Analisis sentimen dilakukan untuk mengetahui bagaimana perasaan diekspresikan dalam dokumen tekstual dan apakah teks tersebut mengandung ekspresi yang menunjukkan opini yang positif atau

negatif (Barbierato et al., 2021). Berikut adalah contoh tweet dari beberapa akun Twitter dengan sentimen yang membahas terkait Shopee Xpress:

*Tabel 1. 1 Data tweet mengenai Shopee Xpress*

<b>Tweet</b>	<b>Sentimen</b>
Tumben <sup>2</sup> nya Shopee Express kali ini gercep. 5days. Biasanya lolita bgt 10 harian baru nyampe. Aku aja kaget td pagi pas ada notif `paket sdg diantar kurir ke lokasi. Klo gini trs khan bgus, ky ada manis <sup>2</sup> nya gitu...masa ekspedisi lokal lambretnya mengalahkan ekspedisi dr china 🙄 <a href="https://t.co/2ZdDt5Dcln">https://t.co/2ZdDt5Dcln</a> 2022-10-15T20:04:55Z	Positif
cara ganti jasa kirim di Shopee gmn si, gamau pake Shopee Express lagi sumpah kurirnya galak bgt 2022-10-15T17:20:23Z	Negatif
Shopee Express lawak bener, paket di kirim ke polda metro jaya diretur dengan alasan alamat ga ketemu buset kantor polda segede itu kaga ketemu gimana ceritanya bambang 2022-10-15T10:42:54Z	Negatif
kurir Shopee Express judes bngt etdah, salah apa gw bang? 2022-10-15T09:21:00Z	Negatif
@convomfs Shopee Express. Sicepat cuma namanya doang anjir, aslinya lelet🙄👋 2022-10-15T11:29:15Z	Negatif

*Sumber: Olahan Penulis*

Terdapat penelitian terdahulu yang menggunakan metode analisis sentimen untuk menganalisis komentar mengenai kualitas layanan, diantaranya Sasmita et al. (2021) yang menganalisis kualitas layanan tiga *platform e-commerce* di Indonesia menggunakan topic modeling dan analisis sentimen. Selain itu, (P. K. Sari et al., 2018) mengklasifikasikan ulasan menjadi sentimen positif dan negatif untuk lima dimensi kualitas layanan elektronik (e-Servqual) pada bisnis *e-commerce*.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, penulis telah membahas betapa pentingnya mengetahui kualitas layanan Shopee Xpress untuk mewujudkan kepuasan konsumen dengan pendekatan analisis sentimen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi opini atau sentimen pelanggan terkait kualitas layanan yang telah diberikan oleh Shopee Xpress. Berdasarkan latar belakang, maka penelitian ini diberi judul **“Analisis Sentimen Kualitas Layanan Jasa Ekspedisi Shopee Xpress Pada Media Sosial Twitter”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Shopee Xpress merupakan salah satu layanan yang dikembangkan oleh Shopee di bidang jasa pengiriman barang atau paket secara cepat dan aman. Sebagai jasa pengiriman barang yang terintegrasi dengan aplikasi Shopee, Shopee Xpress memegang peran penting dalam keberhasilan perusahaan terlebih Shopee yang bergerak di Industri *e-commerce* sehingga perkembangannya tidak bisa jauh dari yang namanya jasa pengiriman barang. Shopee Xpress didirikan dengan tujuan untuk mengoptimalkan layanan dan mengurangi adanya kesalahan pada perusahaan logistik sebagai bagian penting dalam keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, kualitas layanan yang diberikan oleh Shopee Xpress harus diperhatikan agar kualitas jasa yang diberikan dapat mewujudkan kepuasan pelanggan. Namun, masih banyak pelanggan yang mengeluhkan terkait jasa pengiriman Shopee Xpress yang sangat lambat sehingga menimbulkan kekecewaan serta ketidakpuasan atas jasa yang mereka berikan (Lorenzi et al., 2023). Media sosial Twitter dapat digunakan sebagai sarana untuk memperoleh informasi terkait pendapat konsumen yang menggunakan Shopee Xpress. Mudah-mudahan penyebaran opini pelanggan melalui media sosial Twitter harus dimanfaatkan untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan. Namun, opini yang beredar tersebut belum tentu memberikan wawasan

tentang perusahaan sehingga perlu dilakukan pengolahan data dengan metode analisis sentimen agar perusahaan dapat mengetahui bagaimana kualitas layanan sesuai dengan dimensi SERVQUAL yang ada.

Atas dasar rumusan masalah tersebut maka penelitian ini perlu menjawab pertanyaan penelitian berikut:

1. Bagaimana gambaran opini konsumen mengenai kualitas layanan jasa ekspedisi Shopee Xpress pada media sosial Twitter?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan berdasarkan opini konsumen menggunakan kategori sentimen positif dan negatif terkait layanan jasa ekspedisi Shopee Xpress pada media sosial Twitter?
3. Dimensi kualitas layanan apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan layanan jasa demi memenuhi kepuasan pelanggan ekspedisi Shopee Xpress berdasarkan analisis sentimen dan *wordcloud*?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran opini konsumen mengenai kualitas layanan jasa ekspedisi Shopee Xpress pada media sosial Twitter.
2. Untuk mengetahui gambaran kepuasan pelanggan berdasarkan opini konsumen menggunakan kategori sentimen positif dan negatif terkait layanan jasa ekspedisi Shopee Xpress pada media sosial Twitter.
3. Untuk mengetahui dimensi kualitas layanan apa saja yang perlu diperbaiki oleh perusahaan untuk meningkatkan layanan jasa ekspedisi Shopee Xpress agar mencapai kepuasan pelanggan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini, diharapkan dapat memberikan dua manfaat penelitian, yaitu manfaat penelitian secara teoritis dan secara praktis sebagai berikut:

##### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Penelitian dapat menambah wawasan baru dalam menerapkan bidang manajemen terkait pengolahan big data dan *text analytics*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini dapat membantu dan mempermudah pihak Shopee Xpress dalam mengelola kualitas layanan sehingga dapat meningkatkan layanan dan juga loyalitas dari konsumen serta memperbaiki kesalahan - kesalahan yang telah dikeluhkan oleh konsumen melalui status tweet pengguna Twitter.

### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan tugas akhir ini disusun dalam beberapa bab yang masing-masing bab menguraikan beberapa pokok pembahasan. Adapun sistematika penulisan tugas akhir ini yaitu sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang gambaran umum objek penelitian yang diambil oleh penulis, latar belakang permasalahan, perumusan masalah yang dihadapi dalam tugas akhir, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan tugas akhir.

#### **BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN**

Bab ini menjelaskan tentang teori apa saja yang berkaitan dengan topik yang diangkat dan yang telah dibuat berdasarkan hasil penelitian.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini merupakan bab yang menjadi alur bagaimana penelitian dilakukan, mulai dari metode penelitian, cara mengumpulkan data, mengolah atau menganalisis data, uji data dan menyimpulkan simpulan dari sebuah hipotesis.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang hasil dari pengujian data secara umum maupun terperinci.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang pernyataan singkat berupa kesimpulan dari pembahasan kualitas layanan dan analisis sentimen yang dibuat secara keseluruhan dan saran untuk mengembangkan kualitas layanan yang lebih baik.

**‘halaman ini sengaja dikosongkan’**