

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Carousell adalah mobile marketplace yang berasal dari Singapura, di dirikan pada tanggal 2 Januari 2013 oleh tiga orang, Quek Siu Rui, Marcus Tan dan Lucas Ngoo. Beralamat di 23 Rochester Park #05-01 Singapore. Carousell memiliki slogan “*Snap, List, Sell – Create free listing to sell your stuff in 30 second. Shop new, thrift and vintage from your iPhone and Android.*” Dengan slogan tersebut, Carousell ingin membantu konsumen untuk menjual barang bekas ataupun baru yang berada di sekeliling mereka karena Carousell di bentuk untuk memecahkan masalah mengenai barang bekas ataupun



baru yang tidak terpakai namun masih memiliki nilai jual.

#### Gambar 1. 1

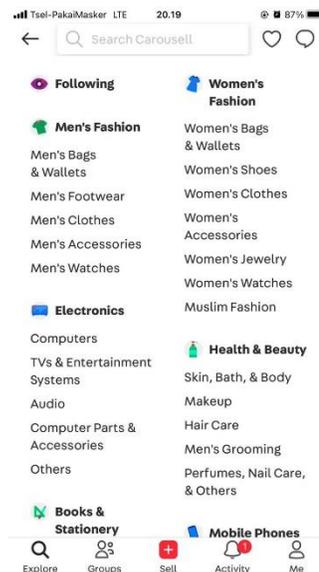
#### Logo Carousell

Sumber : [www.carousell.com](http://www.carousell.com) [19 November 2020]

Pada tahun 2014, Carousell mencapai titik tertinggi aplikasi belanja nomor satu di Singapura. Sejak diluncurkan pertama kali pada tahun 2012 yang lalu, Carousell telah menduduki peringkat lifestyle app nomor satu di App Store selama 11 bulan berturut-turut secara organic, dan shopping app nomor satu sejak Juni 2014 di Singapura. Melihat perkembangan tersebut, Carousell resmi meluncur di Indonesia sebagai mobile marketplace C2C pertama. Dilansir di beritasatu.com, “Salah seorang dari tiga pandiri

Carousell, Quek Siu Riu mengatakan, setelah meraih sukses besar di Singapura, pihaknya memutuskan untuk merambah pasar Indonesia dan berkeinginan untuk menjadikan ajang jual beli online simple dan mudah diakses bagi generasi smartphone di seluruh dunia.” Pada pernyataan yang dikeluarkan oleh salah satu pendiri Carousell, menyebutkan bahwa generasi smartphone yang sedang berkembang pada saat ini menjadikan pangsa pasar yang besar bagi Carousell dengan memberikan kemudahan dan kecepatan dalam menjual barang.

Konsep mobile marketplace yang dimiliki oleh Carousell memang sedikit berbeda dengan mobile marketplace yang lain. Target pengguna aplikasi carousell bukan pemilik bisnis besar maupun kecil, tetapi konsumen yang memiliki keresahan akan barang bekas atau barang yang terlanjur dibeli namun tidak terpakai yang tentunya stock dari barang tersebut jarang lebih dari 1. Berbeda dengan mobile marketplace lain seperti Tokopedia, Shopee dan marketplace lain sejenis, Carousell di dominasi oleh penjual yang menjual barang bekas dan bukan berasal dari pemilik bisnis. Terdapat lebih dari 20 kategori yang disediakan oleh aplikasi Carousell, yang terdiri dari fashion wanita, fashion pria,



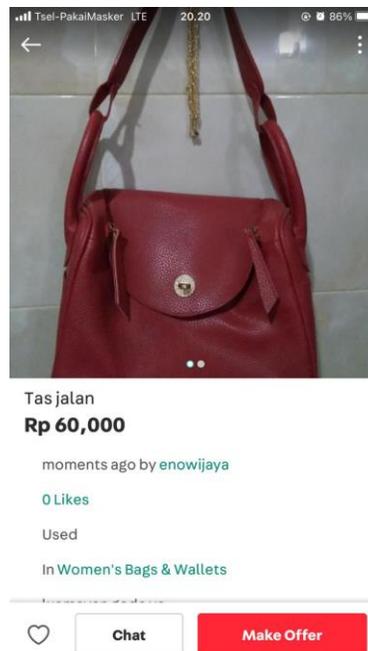
elektronik, kesehatan dan masih banyak lainnya.

**Gambar 1. 2**

**Kategori yang disediakan oleh Carousell**

*Sumber : Data pribadi penulis, [19 November 2020]*

Selain perbedaan target pengguna aplikasi, Carousell juga memiliki perbedaan di segi metode pembayaran. Dimana marketplace biasanya menggunakan pihak ke tiga untuk memfasilitasi pembayaran antar konsumen dan penjual, Carousell tidak memberikan fitur tersebut. Carousell hanya memberikan fitur chat bagi penjual dan pembeli, berbincang dan bertransaksi di dalam kolom chat tersebut dan meneruskan transaksi diluar tanggung jawab Carousell. Dalam fitur chat tersebut, pembeli juga dapat melakukan penawaran atas harga yang ditetapkan oleh penjual, penjual berhak



menerima atau menolak tawaran harga.

**Gambar 1. 3**

### **Iklan yang dipasang oleh penjual**

*Sumber : Data pribadi penulis, [19 November 2020]*

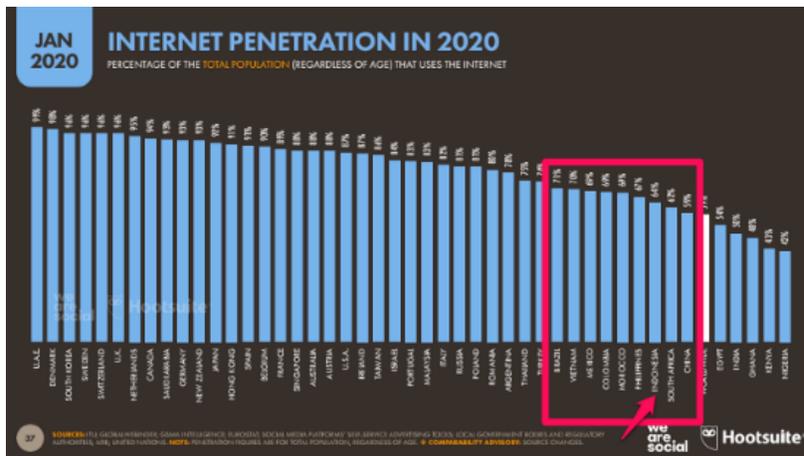
Dalam gambar 1.3 terdapat salah satu iklan yang dipasang oleh penjual dengan nama pengguna Enowijaya, terlihat dalam gambar tersebut terdapat fitur chat dan make offer, dimana konsumen yang tertarik dengan produk tersebut bisa menghubungi langsung penjual yang menjual barang tersebut dan melakukan transaksi didalam kolom chat. Aplikasi Carousell dapat di unduh melalui Appstore di iPhone dan Playstore di

android, selain itu dapat diakses melalui [www.id.carousell.com](http://www.id.carousell.com). Carousell juga menyediakan customer service jika ada pertanyaan lebih lanjut dari konsumen, dapat menghubungi Facebook, Instagram dan Twitter Carousell atau menghubungi email Carousell pada jam 10 pagi – 7 malam.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Memasuki era revolusi peradaban 5.0, peran teknologi informasi sudah semakin tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Segala aspek kehidupan manusia memiliki campur tangan teknologi informasi. Hal itu dibuktikan dengan semakin meningkatnya pengguna internet dan smartphone di dunia. Internet memberikan kemudahan bagi penggunanya, mendekatkan hal yang jauh dan mempermudah kerja manusia. Dewasa ini, internet sudah termasuk kepada kebutuhan primer manusia selain sandang, pangan dan papan. Tidak dapat bekerja jika tidak ada internet, tidak dapat mengetahui keberadaan dunia luar jika tidak ada internet dan sulit belajar dan berkembang jika tidak ada internet. Kebutuhan ini yang dilihat oleh para pebisnis sebagai peluang yang potensial bagi bisnis mereka, karena internet sangat bermanfaat bagi kegiatan perdagangan, pemasaran, ritel, periklanan dan masih banyak lainnya.

Dilansir oleh Teknoia.com, Indonesia menjadi salah satu negara pengakses internet tertinggi di dunia. Dengan total penduduk 4,3 milyar, separuh lebih dari populasi tersebut sekitar 56% di antaranya sudah mendapatkan akses internet. Data menunjukkan bahwa penggunaan internet di wilayah Asia Pasifik terus mengalami peningkatan. Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi muda diantara negara-negara dunia. Berdasarkan peringkat yang ada, rata-rata penduduk Indonesia berusia 29,7 tahun. Populasi yang masih cukup muda memberikan peluang bagi Indonesia untuk bisa lebih berkembang di dunia teknologi digital. Peringkat Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1.4 berikut ini :



**Gambar 1. 4**

**Internet Penetration in 2020**

**Sumber : <https://teknioia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19> (Di akses 20 November 2020)**

Selain pengguna internet yang menduduki salah satu peringkat tertinggi di dunia, Indonesia juga menempati tempat ketiga untuk negara dengan pertumbuhan internet tertinggi ketiga di dunia. Pertumbuhan internet dari tahun ke tahun menjadi peluang yang besar untuk para pebisnis. Dilansir oleh teknioia.com, Indonesia menempati peringkat ketiga dengan pertumbuhan internet sebanyak 17% dalam satu tahun terakhir yang sama dengan 25,3 juta pengakses internet baru dalam satu tahun. Dengan India dan China di peringkat pertama dan kedua dengan angka pertumbuhan 23% dan 3.1%. Dapat dilihat pada Gambar 1.5 dibawah ini, Indonesia menempati ranking 3 dalam pertumbuhan internet :

**JAN 2020** **INTERNET GROWTH RANKINGS: ABSOLUTE CHANGE**  
COUNTRIES AND TERRITORIES\* WITH THE LARGEST YEAR-ON-YEAR CHANGE IN THE ABSOLUTE NUMBER OF INTERNET USERS

| #  | LARGEST ABSOLUTE GROWTH | ▲ USERS      | ▲ %   | #  | LARGEST ABSOLUTE GROWTH | ▲ USERS    | ▲ %   |
|----|-------------------------|--------------|-------|----|-------------------------|------------|-------|
| 01 | INDIA                   | +127,410,000 | +23%  | 11 | IRAN                    | +5,676,469 | +11%  |
| 02 | CHINA                   | +25,490,000  | +3.1% | 12 | SAUDI ARABIA            | +4,321,382 | +15%  |
| 03 | INDONESIA               | +25,365,368  | +17%  | 13 | KENYA                   | +3,162,574 | +16%  |
| 04 | PAKISTAN                | +11,251,089  | +17%  | 14 | MOROCCO                 | +2,927,836 | +13%  |
| 05 | IRAQ                    | +10,637,541  | +55%  | 15 | TURKEY                  | +2,718,086 | +4.6% |
| 06 | EGYPT                   | +9,803,630   | +22%  | 16 | ALGERIA                 | +2,372,381 | +12%  |
| 07 | DEM. REP. OF THE CONGO  | +8,988,740   | +122% | 17 | NIGERIA                 | +2,155,629 | +2.6% |
| 08 | BRAZIL                  | +8,516,438   | +6.0% | 18 | SPAIN                   | +2,013,677 | +5.0% |
| 09 | VIETNAM                 | +6,169,040   | +10%  | 19 | U.S.A.                  | +1,816,314 | +0.6% |
| 10 | BANGLADESH              | +5,765,248   | +9.5% | 20 | UKRAINE                 | +1,476,697 | +5.7% |

SOURCES: ITU, GOVERNMENTS, OTHER RESEARCHERS, EUROPEAN SOCIAL MEDIA FACTORY, SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS, SOCIAL GOVERNMENT BODIES AND REGULATORY AGENCIES, AND MARKET RESEARCH. \*RANKS ONLY INCLUDE COUNTRIES AND TERRITORIES WITH POPULATIONS OF AT LEAST 100,000 PEOPLE. EXCLUDED: INDIAN-AT-SEA POPULATION, REGARDLESS OF AGE. © COMPANABILITY ADVISORY. SOURCE CHANGES.

we are social | Hootsuite

**Gambar 1. 5**

***Internet Growth Rankings : Absolute Change***

***Sumber : <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19>, (Di akses 20 November 2020)***

Selain pengguna internet dan pertumbuhan internet tertinggi, rata-rata durasi mengakses internet Indonesia lagi-lagi menempati posisi tinggi. Rangkaian 8 dengan rata-rata durasi mengakses internet 7 jam 59 menit, sedangkan rata-rata dunia hanya 6 jam 43 menit. Dengan data-data diatas, hal ini menjadi peluang yang sangat besar bagi para pebisnis untuk mulai merambah ke dunia online dan meninggalkan cara berjualan yang konvensional.

Terbukti dengan data “*E-Commerce Adoption*” oleh We Are Social yang dilansir oleh teknoia.com, Indonesia menempati rangking teratas dengan penggunaan *ecommerce* terbesar di dunia, mengalahkan negara-negara maju lainnya. Memiliki angka mencapai 88% dari seluruh pengguna internet yang ada di Indonesia, Indonesia berhasil mengalahkan rata-rata dunia yang berada di angka 74%. Data digital 2020 menjelaskan bahwa angka ini menunjukkan setidaknya ada 8 dari 10 orang pengguna internet yang dalam satu bulan sekali membeli produk atau jasa secara online. Data tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.6 dibawah ini



**Gambar 1. 6**

***E-Commerce Adoption***

**Sumber : <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19>, (Di akses 21 November 2020)**

Indonesia menempati peringkat nomor 1 penggunaan e-commerce di dunia tidak lepas dari sejarah perkembangan e-commerce di Indonesia. Dikutip dari Lotussanfransisco.com, sejarah e-commerce di Indonesia diawali dengan didapuknya IndoNet sebagai Internet Service Provider (ISP) di Indonesia pada tahun 1994 silam. Pada awal berdirinya, banyak pedagang yang menggunakan internet sebagai lapak untuk menampilkan dagangannya. Sedangkan proses jual beli tetap dilaksanakan secara manual. Memasuki era pertengahan pada tahun 2010-2011, Gojek menjadi bukti kesuksesan dari e-commerce di Indonesia. Dengan kesuksesannya, Gojek menjadi pemicu semangat bagi startup yang lain seperti Bukalapak, Tiket.com, Zalora dan masih banyak lagi. Karena perkembangan yang pesat, e-commerce telah mencapai era kejayaannya di tahun 2014. Pada tahun 2014 banyak bermunculan e-commerce startup maupun unicorn dalam berbagai bidang mulai dari fashion, transportasi, property, akomodasi dan lainnya.

Dengan maraknya pertumbuhan e-commerce di Indonesia, berkembang juga jenis-jenis e-commerce yang ada di Indonesia. Beragam perusahaan startup muncul di Indonesia, tidak terkecuali e-commerce yang berasal dari luar negeri ikut merambah ke dunia e-commerce di Indonesia karena potensi yang dimiliki oleh Indonesia. Dilansir pada Sisternet.co.id, terdapat perkembangan mulai dari fungsi sampai jenis-jenis e-

commerce dengan karakteristik yang berbeda. Adapun jenis-jenis e-commerce di Indonesia dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. **Business-to-Business (B2B)** meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antar perusahaan. Umumnya e-commerce dengan jenis ini dilakukan dengan menggunakan EDI (Electronic Data Interchange) dan email dalam proses pembelian barang dan jasa, informasi dan konsultasi, atau pengiriman dan permintaan proposal bisnis.
- b. **Business-to-Consumer (B2C)** adalah jenis e-commerce antara perusahaan dan konsumen akhir. Jenis *e-commerce* ini berkembang dengan sangat cepat karena adanya dukungan munculnya website serta banyaknya toko virtual bahkan mal di internet yang menjual beragam kebutuhan masyarakat.
- c. **Consumer-to-Consumer (C2C)** merupakan jenis e-commerce yang meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa antar konsumen. Umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online untuk melakukan transaksi tersebut. Penerapan C2C dengan cara penjual diperbolehkan langsung berjualan barang melalui website yang telah ada contohnya Tokopedia, Bukalapak dan Lamido. Penerapan C2C dengan mengharuskan penjual terlebih dulu menyelesaikan proses verifikasi, contohnya Blanja dan Elevenia.
- d. **Consumer-to-Business (C2B)** adalah jenis e-commerce dengan pembalikan arah dari transaksi pertukaran atau jual beli barang secara tradisional. Contohnya adalah sebuah website dimana desainer website menyediakan beberapa pilihan logo yang nantinya hanya akan dipilih salah satu yang dianggap paling efektif.
- e. **Business-to-Administration (B2A)** adalah jenis e-commerce yang mencakup semua transaksi yang dilakukan secara online antara perusahaan dan administrasi publik.
- f. **Consumer-to-Administration (C2A)** meliputi semua transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan administrasi publik. Area yang menggunakan jenis e-commerce ini adalah pendidikan, jamsostek, pajak dan kesehatan.
- g. **Online-to-Offline (O2O)** adalah jenis e-commerce yang menarik pelanggan dari saluran online untuk toko fisik. O2O mengidentifikasi pelanggan di bidang

online seperti email dan iklan internet, kemudian menggunakan berbagai alat dan pendekatan untuk menarik pelanggan agar meninggalkan lingkup online.

Kemudahan dan tersedianya berbagai macam jenis e-commerce dalam bertransaksi jual dan beli online membuat masyarakat sangat memanfaatkan fasilitas yang disajikan. Berbagai komoditas tersedia di e-commerce, mulai dari fashion, makanan, travel, gadget, kosmetik, tagihan, elektronik, buku hingga tiket perjalanan. Di lansir pada Indonesiabaik.id (2017), barang paling banyak dibeli oleh konsumen ada pada kategori fashion dengan presentasi 68% disusul oleh gadget sebesar 44% dan elektronik 35%.



Gambar 1. 7

### Tren Belanja Online Warganet Indonesia

Sumber : [indonesiabaik.com](http://indonesiabaik.com) (Di akses 21 November 2020)

Fashion menempati ranking tertinggi dalam barang yang banyak dibeli oleh konsumen, menandakan banyak sekali masyarakat di Indonesia yang sering membeli pakaian. Namun, dilansir pada News.detik.com (2019), industri fashion khususnya *fast-fashion* sebagai penyumbang kerusakan lingkungan. Sesuai dengan yang dituliskan di News.detik.com, Vice.com (2020) juga menyebutkan bahwa *fast-fashion* adalah motor utama yang mendorong industri fashion menjadi salah satu penyumbang polusi terbesar

sedunia. Kesadaran masyarakat akan kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh fashion memunculkan tren jual beli barang “*preloved*”, untuk menekan jumlah pembelian pakaian baru dari industri *fast-fashion* dan memakai ulang pakaian yang masih layak pakai.

Sekarang, bisnis barang *preloved* menjadi peluang yang tinggi. Selain membantu meringankan polusi lingkungan, barang *preloved* masih terbilang ciamik untuk dijual kembali dan masih memiliki nilai yang tinggi. Banyak e-commerce yang menyediakan platform untuk konsumen menjual kembali barang bekas yang dimiliki, seperti Olx, Bukalapak, Tinkerlust, Carousell dan masih banyak lainnya. E-commerce ini berjenis C2C dimana konsumen dapat menjual secara langsung barang mereka tanpa melalui perantara produsen. Terdapat beberapa aplikasi favorit dalam menjual barang bekas, seperti Olx, Bukalapak dan Carousell. Penulis mengolah data ranking mobile app seperti tabel dibawah ini :

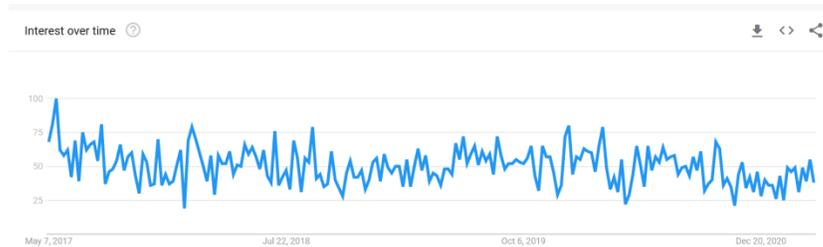
**Tabel 1. 1**  
**Ranking Mobile App**

| Aplikasi  | Ranking App Store | Ranking Play Store |
|-----------|-------------------|--------------------|
| Shopee    | 1                 | 1                  |
| Tokopedia | 2                 | 3                  |
| Olx       | 6                 | 8                  |
| Bukalapak | 9                 | 6                  |
| Carousell | 18                | 34                 |

*Sumber* : Data Olahan Penulis (Similarweb, 2020)

Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa perbedaan ranking antara Shopee, Tokopedia, Olx, Bukalapak dengan Carousell. Ke-empat aplikasi tersebut masih berada di urutan 10 besar, sedangkan Carousell memiliki ranking 18 di Appstore dan 34 di Playstore. Selain itu, penulis melakukan pencarian menggunakan google *trends* untuk

melihat trend pencarian aplikasi carousell dari tahun ke tahun. Dapat dilihat pada gambar 1.8 dimana terjadi penurunan minat pencarian aplikasi Carousell di google:



**Gambar 1. 8**

### **Minat Pencarian Aplikasi Carousell**

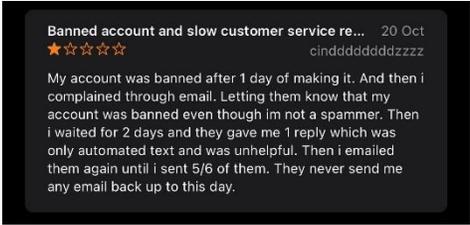
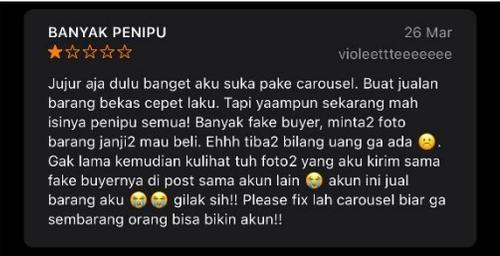
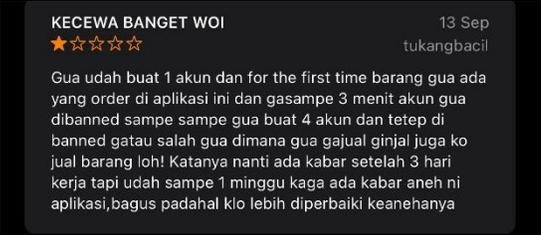
*Sumber: Google trends*

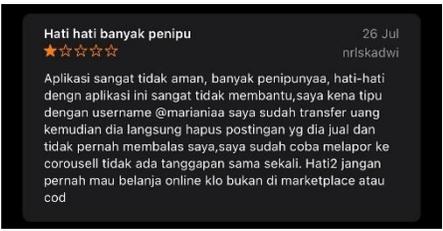
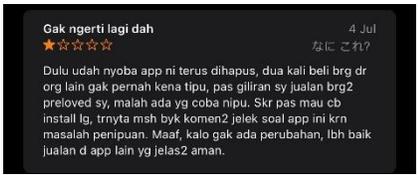
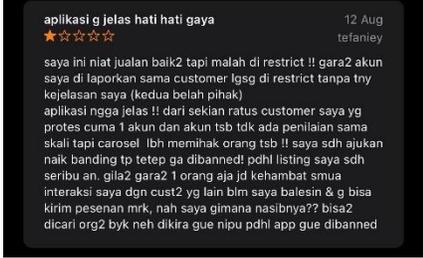
Terjadi penurunan minat pencarian terhadap aplikasi Carousell sejak bulan Mei 2017 – Desember 2020. Pencarian tertinggi terdapat ada di angka 100 pada tahun 2017. Aplikasi Carousell pun semakin tahun semakin tidak terlihat pamornya karena kurangnya inovasi dan interaksi kepada konsumen.

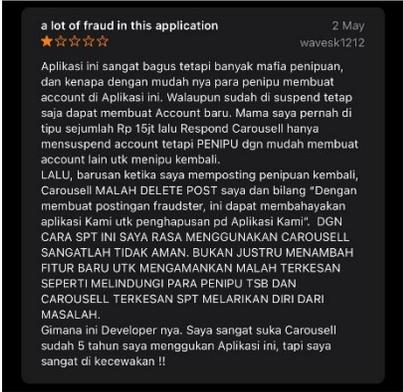
Penulis melakukan observasi terhadap keluhan-keluhan yang dialami pengguna aplikasi Carousell pada review aplikasi Carousell di AppStore :

Tabel 1. 2

Keluhan pengguna aplikasi Carousell pada Review AppStore

| Review Pelanggan   | Keterangan   |
|--|--|
|  <p><b>Banned account and slow customer service re...</b> 20 Oct<br/>     ★★★★★ cinddddddzzz</p> <p>My account was banned after 1 day of making it. And then i complained through email. Letting them know that my account was banned even though im not a spammer. Then i waited for 2 days and they gave me 1 reply which was only automated text and was unhelpful. Then i emailed them again until i sent 5/6 of them. They never send me any email back up to this day.</p>                            | <p>User cinddddddzzz mengatakan bahwa akun Carousellnya terblokir sehari setelah membuat, ia sudah complain kepada Carousell melalui email. Setelah 2 hari menunggu, Carousell memberikan jawaban yang sudah diatur oleh system, lalu ia mengirimkan lagi 5-6 email dan tidak ada satupun email yang terbalas hingga hari ini.</p> |
|  <p><b>BANYAK PENIPU</b> 26 Mar<br/>     ★★★★★ violeettteeeee</p> <p>Jujur aja dulu banget aku suka pake carousel. Buat jualan barang bekas cepet laku. Tapi yaampun sekarang mah isinya penipu semua! Banyak fake buyer, minta2 foto barang janji2 mau beli. Eh hh tiba2 bilang uang ga ada 😞 Gak lama kemudian kulihat tuh foto2 yang aku kirim sama fake buyernya di post sama akun lain 😞 akun ini jual barang aku 😞 gilak sih!! Please fix lah carousel biar ga sembarang orang bisa bikin akun!!</p> | <p>User violeettteeeee mengatakan bahwa ia pernah suka menggunakan aplikasi Carousell karena barang cepat terjual. Namun sekarang rawan terjadi penipuan.</p>  |
|  <p><b>KECEWA BANGET WOI</b> 13 Sep<br/>     ★★★★★ tukangbacil</p> <p>Gua udah buat 1 akun dan for the first time barang gua ada yang order di aplikasi ini dan gasampe 3 menit akun gua dibanned sampe sampe gua buat 4 akun dan tetep di banned gatau salah gua dimana gua gajual ginjal juga ko jual barang loh! Katanya nanti ada kabar setelah 3 hari kerja tapi udah sampe 1 minggu kaga ada kabar aneh ni aplikasi, bagus padahal klo lebih diperbaiki keanehanya</p>                              | <p>User tukangbacil mengatakan, bahwa ia sudah membuat akun tapi langsung terblokir, lalu ia membuat 4 akun baru dan tetap terblokir otomatis. Ia sudah melaporkan keluhannya, namun setelah ditunggu 1 minggu tidak kunjung ada jawaban.</p>  |

| Review Pelanggan   | Keterangan  |
|--|---|
|  <p><b>Hati hati banyak penipu</b> 26 Jul<br/>★★★★★ nriskadwi</p> <p>Aplikasi sangat tidak aman, banyak penipunya, hati-hati dengan aplikasi ini sangat tidak membantu, saya kena tipu dengan username @marianaa saya sudah transfer uang kemudian dia langsung hapus postingan yg dia jual dan tidak pernah membalas saya, saya sudah coba melapor ke carousell tidak ada tanggapan sama sekali. Hati2 jangan pernah mau belanja online klo bukan di marketplace atau cod</p>  | <p>User nriskadwi mengatakan bahwa aplikasi Carousell sangat tidak aman, banyak penipu. Ia juga sudah mencoba melaporkan kejadian tersebut ke pihak Carousell tapi tidak ada tanggapan sama sekali.</p>   |
|  <p><b>Gak ngerti lagi dah</b> 4 Jul<br/>★★★★★ なにこれ?</p> <p>Dulu udah nyoba app ni terus dihapus, dua kali beli brg dr org lain gak pernah kena tipu, pas gilirannya jualan brg2 preloved sy, malah ada yg coba nipu. Skrr pas mau cb install lg, trnyta msh byk komen2 jelek soal app ini krn masalah penipuan. Maaf, kalo gak ada perubahan, lbh baik jualan d app lain yg jelas2 aman.</p>   | <p>User tersebut mengatakan bahwa sudah pernah berbelanja 2 kali di aplikasi Carousell dan tidak menemukan masalah. Setelah mencoba untuk menjual barang, user tersebut malah tertipu oleh calon pembeli.</p>   |
|  <p><b>aplikasi g jelas hati hati gaya</b> 12 Aug<br/>★★★★★ tefaniey</p> <p>saya ini niat jualan baik2 tapi malah di restrict !! gara2 akun saya di laporkan sama customer lgsg di restrict tanpa tny kejelasan saya (kedua belah pihak) aplikasi ngga jelas !! dari sekian ratus customer saya yg protes cuma 1 akun dan akun tsb tdk ada penilaian sama skali tapi carosel lbh memihak orang tsb !! saya sdh ajukan naik banding tp tetep ga dibanned! pdhl listing saya sdh seribu an, gila2 gara2 1 orang aja jd kehambat smua interaksi saya dgn cust2 yg lain blm saya balesin &amp; g bisa kirim pesenan mirk, nah saya gimana nasibnya?? bisa2 dicari org2 byk neh dikira gue nipu pdhl app gue dibanned</p>  | <p>User tefaniey mengatakan, bahwa akunnya dilaporkan oleh calon customer dan pihak Carousell langsung memblokir akun tefaniey tanpa ada kejelasan dari kedua belah pihak. Sudah mencoba naik banding tetapi tetap tidak di tanggapi oleh pihak Carousell.</p>  |
|  <p><b>KOK DI BANNED TIBA'???'</b> 4 Sep<br/>★★★★★ winny tamara</p> <p>baru aja tadi malem bikin akun baru lewat facebook, pas mau edit bio 2x keluar sendiri di login pkek facebook lagi udah di banned;) tolong lah di perbaiki dulu akun mana yang bener" serius dan akun mana yang abal" an allsa penipuan!! aku juga udah kena orang yg modus penipuan 2x harusnya akun kek gitu di banned penipunya selalu gmw chat lewat aplikasi carousell mintanya lanjut via WA malah yang niat jualan preloved kena banned :) KECEWAAAA!!! awalnya seneng loh download aplikasi ini, tapi gra" di banned ga jelas seperti ini jadi maless padahal email dan nama login nya udah jelas dan loginnya pakai facebook, tapi malah di banned tanpa penjelasan payahhh!!</p> | <p>User winny tamara mengatakan bahwa akun yang baru saja ia buat langsung terblokir otomatis. Setelah itu, ia langsung terkena modus penipuan sebanyak 2 kali. User Winny mengatakan bahwa minatnya menjadi berkurang untuk menggunakan aplikasi ini lagi.</p> |

| Review Pelanggan   | Keterangan   |
|--|--|
|  <p>a lot of fraud in this application 2 May wavesk1212</p> <p>Apikasi ini sangat bagus tetapi banyak mafia penipuan, dan kenapa dengan mudah nya para penipu membuat account di Apikasi ini. Walaupun sudah di suspend tetap saja dapat membuat Account baru. Mama saya pernah di tipu sejumlah Rp 15jt lalu Respond Caroucell hanya mensuspend account tetapi PENIPU dgn mudah membuat account lain utk menipu kembali.</p> <p>LALLU, barusan ketika saya memposting penipuan kembali, Caroucell MALAH DELETE POST saya dan bilang "Dengan membuat postingan fraudster, ini dapat membahayakan aplikasi Kami utk penghapusan pd Aplikasi Kami". DGN CARA SPT INI SAYA RASA MENGGUNAKAN CAROUSELL SANGATLAH TIDAK AMAN. BUKAN JUSTRU MENAMBAH FITUR BARU UTK MENGAMANKAN MALAH TERKESAN SEPERTI MELINDUNGI PARA PENIPU TSB DAN CAROUSELL TERKESAN SPT MELARIKAN DIRI DARI MASALAH.</p> <p>Gimana ini Developer nya. Saya sangat suka Caroucell sudah 5 tahun saya menggukan Aplikasi ini, tapi saya sangat di kecewakan !!</p> | <p>User wavesk1212 mengatakan, bahwa aplikasi Caroucell banyak mafia penipuan. Orang tua dari user Wavesk1212 pernah tertipu hingga 15 juta rupiah pada aplikasi Caroucell. Tanggapan dari pihak Caroucellnya pun tidak memberikan jalan keluar bagi korban tetapi perlindungan bagi penipu.</p> |

Sumber : Data olahan penulis, 2020

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat berbagai keluhan pengguna aplikasi Caroucell. Sebagian besar pengguna mengeluhkan buruknya kualitas pelayanan yang diberikan pihak Caroucell saat pengguna mengalami masalah, tidak dibalasnya keluhan, tidak ada penyelesaian masalah dan perlindungan terhadap penipu. Keluhan-keluhan tersebut dapat membuat pengguna aplikasi Caroucell tidak loyal dan meninggalkan aplikasi Caroucell dalam mempercayakan jual dan/atau beli online barang bekas.

Salah satu masalah yang dialami oleh aplikasi Caroucell adalah tidak tanggap dan tidak terdapat penyelesaian yang diberikan oleh pihak Caroucell kepada pengguna aplikasi Caroucell. Menurut Boonlertvanich (2018:279) "Service quality is the antecedent of customer loyalty." Yang dimaksud pada teori Boonlertvanich adalah kualitas pelayanan adalah anteseden dari loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan akan muncul jika terdapat kualitas pelayanan didalamnya. Pelanggan akan loyal dan tidak akan berpindah merek jika aplikasi Caroucell dapat memberikan pelayanan yang terbaik dan bisa memenuhi kepuasan pelanggan dalam menyelesaikan keluhan. Sedangkan layanan pengguna aplikasi Caroucell hanya terdapat via email yang tertera pada menu *help centre* di aplikasi Caroucell seperti pada gambar 1.9 dibawah ini :



**Gambar 1. 9**

### ***Customer Support Aplikasi Carousell***

***Sumber : Aplikasi Carousel (2020)***

Penulis mencoba menemukan metode lain untuk menghubungi customer service aplikasi Carousell, seperti di media social twitter dan Instagram. Terlihat pada gambar dibawah ini, laman twitter Carousell Indonesia sudah tidak aktif sejak tahun 2017.



**Gambar 1. 10**

### **Laman Twitter Carousell Indonesia**

***Sumber : Dokumentasi pribadi penulis (di akses pada 24 November 2020)***

Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan wawancara awal kepada 30 responden mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh aplikasi Carousell melalui *google form*. Hasil wawancara awal mengenai kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1. 3**

**Hasil wawancara awal Kualitas Pelayanan Aplikasi Carousel**

| No.                          | Pernyataan   | Ya     |        | Tidak  |        |
|------------------------------|--|--------|--------|--------|--------|
|                              |  | Jumlah | %      | Jumlah | %      |
| <b><i>Tangible</i></b>       |  |        |        |        |        |
| 1                            | Aplikasi Carousel memiliki tampilan yang menarik                   | 18     | 60%    | 12     | 40%    |
| <b><i>Reliability</i></b>    |  |        |        |        |        |
| 2                            | Aplikasi Carousel cepat menanggapi keluhan sesuai harapan konsumen | 6      | 20%    | 24     | 80%    |
| <b><i>Responsiveness</i></b> |  |        |        |        |        |
| 3                            | Aplikasi Carousel cepat tanggap dalam menangani keluhan            | 6      | 20%    | 24     | 80%    |
| <b><i>Assurance</i></b>      |  |        |        |        |        |
| 4                            | Aplikasi Carousel bebas dari bahaya saat bertransaksi              | 4      | 13,33% | 26     | 86,67% |
| <b><i>Emphaty</i></b>        |  |        |        |        |        |
| 5                            | Aplikasi Carousel memiliki customer service yang mudah dihubungi   | 12     | 40%    | 18     | 60%    |

*Sumber* : Data olahan penulis (2020)

Berdasarkan tabel 1.3, dapat dilihat hasil wawancara awal kepada 30 responden mengenai kualitas pelayanan yang memiliki beberapa masalah yaitu :

1. Pada pernyataan pertama, didapatkan hasil bahwa 60% pengguna aplikasi Carousell menyatakan bahwa aplikasi Carousell memiliki tampilan yang menarik.
2. Pada pernyataan kedua, didapatkan hasil 80% pengguna aplikasi Carousell menyatakan bahwa aplikasi carousell tidak cepat menanggapi keluhan sesuai kebutuhan konsumen.
3. Pada pernyataan ketiga, didapatkan hasil 80% pengguna aplikasi Carousell menyatakan bahwa aplikasi Carousell tidak cepat tanggap dalam menangani keluhan.
4. Pada pernyataan keempat, didapatkan hasil 86,67% pengguna aplikasi Carousell menyatakan bahwa aplikasi Carousell tidak bebas dari bahaya saat bertransaksi.
5. Pada pernyataan kelima, didapatkan hasil 60% pengguna aplikasi Carousell menyatakan bahwa aplikasi Carousell tidak memiliki customer service yang mudah dihubungi.

Selain kualitas pelayanan, masalah yang dialami oleh pengguna aplikasi Carousell adalah masalah kepercayaan, sedangkan kepercayaan adalah sebuah pondasi dasar sebuah bisnis agar terus berkelanjutan. Menurut Kotler & Keller (2016: 225) kepercayaan konsumen adalah *“Trust is the willingness of a firm to rely on a business partner. It depends on a number of interpersonal and interorganizational factors, such as the firm’s perceived competence, integrity, honesty and benevolence”*, maksud dari teori Kotler dan Keller tersebut adalah kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Itu tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan interorganisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebajikan yang dirasakan, salah satu mitra bisnis yang dimaksud adalah konsumen. Lalu menurut Boonlertvanich (2018:280) *“Trust leads to long-term loyalty and strengthnes the relationship between the two parties.”* Yang dimaksud pada teori Boonlertvanich tersebut adalah kepercayaan mengarahkan kepada loyalitas jangka panjang dan memperkuat hubungan antara keduabelah pihak.

Teori tersebut didukung oleh hasil Penelitian yang dilakukan oleh Saufika, Kusyanti dan Perdanakusuma (2018) mengatakan bahwa *loyalty* dipengaruhi oleh

variabel *trust*, kepercayaan yang dirasakan pengguna akan mendorong pengguna untuk melakukan transaksi di *e-commerce XYZ*.

Pada laman [Support.carousell.com](https://support.carousell.com), tertera tips bertransaksi aman di aplikasi Carousell. Terdapat beberapa poin seperti selalu bertransaksi didalam aplikasi Carousell untuk menghindari tindak penipuan. Namun hal seperti penipuan tidak dapat dihindari karena Carousell tidak menyediakan akun pembayaran pihak ketiga seperti e-commerce lainnya. Selain itu, yang menarik perhatian penulis adalah penipuan yang terjadi di aplikasi Carousell tidak hanya oleh pembeli tapi juga penjual, sudah menjadi kerancuan di aplikasi ini mana penjual atau pembeli yang benar-benar jujur. Penulis menemukan banyak sekali review jelek mengenai penipuan pada kolom review AppStore seperti pada gambar dibawah ini :

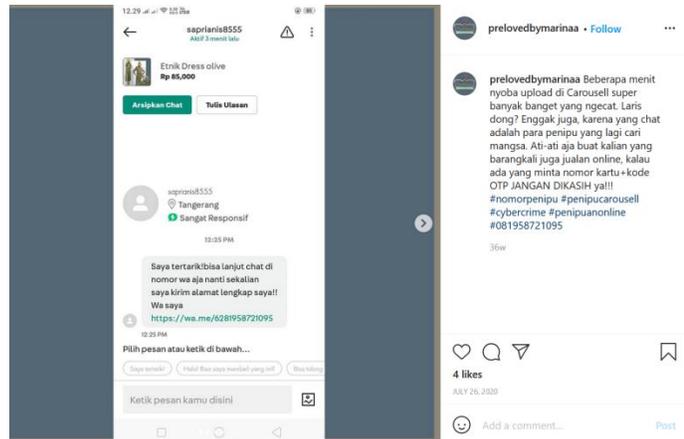


**Gambar 1. 11**

### **Rating & Reviews pada Aplikasi Carousell**

*Sumber : Data olahan penulis (2020)*

Selain itu, terdapat banyak pelanggan Carousell yang membuat keluhan di Instagram dengan hashtag *#penipuancarousell* dan *#penipucarousell*. Salah satu pelanggan yang memberikan keterangan mengenai aksi penipuan yang dilakukan Carousell dapat dilihat pada gambar 1.12 :

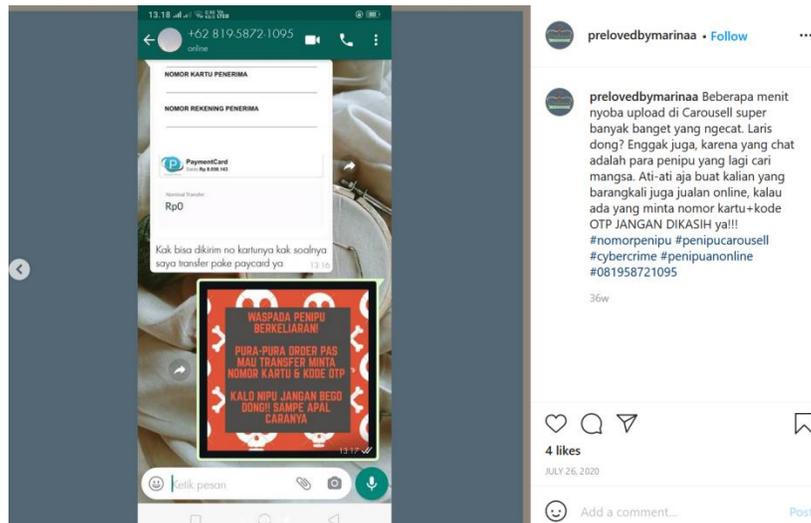


**Gambar 1. 12**

### **Kedok Penipuan yang Dilakukan Oleh Okum Penipu**

*Sumber:* Instagram @prelovedbymarinaa

Pada gambar 1.12 terdapat screenshoot percakapan di aplikasi Carousell. Penipuan dimulai dari ajakan berpindah media *chat* dengan kedok tertarik membeli produk. Karena bertransaksi diluar aplikasi Carousell meningkatkan resiko terjadinya penipuan. Setelah berpindah media chat, oknum biasanya akan memberikan pilihan pembayaran menggunakan *paymentcard* atau oneklik.



**Gambar 1. 13**

### **Metode Pembayaran yang Dilakukan Oleh Penipu**

*Sumber:* Instagram @prelovedbymarinaa

Pada gambar 1.13 terdapat *screenshot* bahwa oknum menawarkan pembayaran menggunakan paymentcard dan harus memasukkan nomor kartu dan kode CVV yang ada di kartu ATM.

Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan wawancara awal kepada 30 responden mengenai kepercayaan konsumen yang diberikan oleh aplikasi Carousell melalui *google form*. Hasil wawancara awal mengenai kepercayaan konsumen dapat dilihat pada tabel 1.4 berikut :

**Tabel 1. 4**

**Hasil Wawancara Awal Kepercayaan Konsumen Aplikasi Carousell**

| No.  | Pernyataan  | Ya     |     | Tidak  |     |
|--|---|--------|-----|--------|-----|
|  |   | Jumlah | %   | Jumlah | %   |
| <b>Konsumen percaya menggunakan layanan dari perusahaan</b>            |   |        |     |        |     |
| 1  | Saya percaya melakukan transaksi di Aplikasi Carousell            | 6      | 20% | 24     | 80% |
| <b>Konsumen percaya dengan layanan yang disediakan oleh perusahaan</b> |   |        |     |        |     |
| 2  | Saya percaya Aplikasi Carousell akan melindungi data pribadi saya | 12     | 40% | 18     | 60% |
| <b>Konsumen percaya perusahaan akan melindungi kekayaan konsumen</b>   |   |        |     |        |     |
| 3  | Saya percaya Aplikasi Carousell aman dari tindak penipuan         | 6      | 20% | 24     | 80% |

*Sumber* : Data olahan penulis (2020)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat hasil wawancara awal kepada 30 responden mengenai kepercayaan konsumen yang memiliki beberapa masalah yaitu :

1. Pada pernyataan pertama, didapatkan hasil bahwa 80% pengguna aplikasi Carousell tidak percaya untuk melakukan transaksi di aplikasi Carousell.

2. Pada pernyataan kedua, didapatkan hasil bahwa 60% pengguna aplikasi Carousell tidak percaya aplikasi Carousell akan melindungi data pribadi saya.
3. Pada pernyataan ketiga, didapatkan hasil bahwa 80% pengguna aplikasi Carousell tidak percaya aplikasi Carousell aman dari tindak penipuan.

Permasalahan yang dimiliki oleh aplikasi Carousell sangat berpengaruh kepada tingkat loyalitas pelanggan di aplikasi Carousell. Loyalitas dalam hal bisnis digambarkan dengan pembelian yang berulang pada sebuah merek. Namun jika tidak terdapat kualitas pelayanan yang baik dan tingkat kepercayaan yang rendah, loyalitas akan sulit untuk terbangun dan konsumen akan semakin mudah meninggalkan aplikasi Carousell. Penulis melakukan wawancara awal kepada 30 responden mengenai loyalitas pelanggan di aplikasi Carousell, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1. 5**  
**Hasil Wawancara Awal Loyalitas Pelanggan Aplikasi Carousell**

| No.  | Pernyataan   | Ya     |        | Tidak  |        |
|--|--|--------|--------|--------|--------|
|  |  | Jumlah | %      | Jumlah | %      |
| <b>Melakukan pembelian secara teratur</b>                  |  |        |        |        |        |
| 1  | Saya melakukan transaksi lebih dari 2 kali dalam sebulan di aplikasi Carousell | 12     | 40%    | 18     | 60%    |
| <b>Membeli antarlini produk dan jasa</b>                   |  |        |        |        |        |
| 2  | Saya menjual dan membeli produk di aplikasi Carousell                          | 24     | 80%    | 6      | 20%    |
| <b>Mereferensikan kepada orang lain</b>                    |  |        |        |        |        |
| 3  | Saya mereferensikan aplikasi Carousell kepada kerabat                          | 10     | 33,33% | 20     | 66,67% |
| <b>Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing</b> |  |        |        |        |        |

|   |  |   |        |    |        |
|---|--|---|--------|----|--------|
| 4 | Saya tidak berpaling kepada pesaing aplikasi Carousell | 4 | 13,33% | 26 | 86,67% |
|---|--|---|--------|----|--------|

Sumber : Data olahan penulis (2020)

Berdasarkan tabel 1.5 dapat dilihat hasil penyebaran kuesioner kepada 30 responden mengenai loyalitas pelanggan terhadap beberapa masalah yaitu :

1. Pada pernyataan pertama, didapatkan hasil bahwa 60% pengguna aplikasi Carousell menyatakan tidak melakukan transaksi lebih dari 2 kali dalam sebulan di aplikasi Carousell.
2. Pada pernyataan kedua, didapatkan hasil bahwa 20% pengguna aplikasi Carousell menyatakan tidak menjual dan membeli produk di aplikasi Carousell
3. Pada pernyataan ketiga, didapatkan hasil bahwa 66,67% pengguna aplikasi Carousell tidak mereferensikan aplikasi Carousell kepada kerabat.
4. Pada pernyataan keempat, didapatkan hasil bahwa 86,67% pengguna aplikasi Carousell berpaling kepada pesaing aplikasi Carousell.

Menurut Boonlertvanich (2018:292) *“Service quality, satisfaction and trust are antecedents of customer loyalty. Customer loyalty can be increased by improving service quality through enchancing all five of its dimensions, the mediating role of satisfaction and trust was also significant.”* Menurut Boonlertvanich, kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan pelanggan merupakan faktor timbulnya loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen akan meningkat dengan meningkatkan kualitas pelayanan melalui meningkatkan 5 dimensi, peran kepuasan konsumen dan kepercayaan yang signifikan. Teori tersebut didukung bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Carousell memberikan keluhan yang terkait dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen dari aplikasi Carousell.

Berdasarkan fenomena, teori dan hasil wawancara awal yang sudah dilakukan oleh penulis, maka penulis tertarik untuk melakukan Penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualias Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan aplikasi Carousell”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam Penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada aplikasi Carousell?
2. Bagaimana kepercayaan konsumen pada aplikasi Carousell?
3. Bagaimana loyalitas pelanggan pada aplikasi Carousell?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Carousell secara parsial?
5. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Carousell secara simultan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan dari Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada aplikasi Carousell.
2. Untuk mengetahui kepercayaan konsumen pada aplikasi Carousell.
3. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada aplikasi Carousell.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Carousell secara parsial.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Carousell secara simultan.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen dan kepuasan pengguna pada *ecommerce* dan keilmuan pemasaran. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan studi untuk Penelitian selanjutnya, dapat melatih kemampuan analisis, serta berfikir secara sistematis dan konseptual.

#### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis bagi mahasiswa maupun perusahaan yang terkait.

1. Bagi pihak pelaku bisnis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaannya dalam segi kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen dan loyalitas pelanggan sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

2. Bagi pihak akademis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi pihak lainnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengambilan keputusan bagi masyarakat umum dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi Carousell.

### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Dalam upaya pelaksanaan Penelitian, penulis melakukan Penelitian pada pelanggan aplikasi Carousell. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan mulai dari September 2020 sampai dengan Maret 2021.

### **1.7 Sistematika Penelitian Tugas Akhir**

Sistematika Penelitian tugas akhir bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai isi dari Penelitian skripsi ini. Adapun sistematika Penelitian skripsi ini disusun sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran secara umum objek Penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan Penelitian, kegunaan Penelitian, dan sistematika Penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi mengenai teori-teori dan literatur mengenai pemasaran terkait dengan topik dan variabel Penelitian yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen dan loyalitas pelanggan, Penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis Penelitian dan ruang lingkup Penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang jenis Penelitian, variabel operasional, tahapan Penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, dan teknik analisis data yang digunakan dalam Penelitian.

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

Bab ini menguraikan hasil pembahasan mengenai permasalahan yang diangkat dalam Penelitian yaitu analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen dan loyalitas pelanggan pada aplikasi Carousell.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen dan loyalitas pelanggan pada aplikasi Carousell.