

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan Tokopedia

Tokopedia merupakan perusahaan *e-commerce* terkenal di Indonesia yang memberikan ruang bagi pebisnis untuk mengelola bisnis secara *online* dengan mudah untuk dioperasikan. Tokopedia didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leotinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009 dan resmi diluncurkan kepada publik pada 17 Agustus 2009 yang mempunyai lokasi kantor di Jl. Prof. DR. Satrio No. Kav. 11, RT.3/RW.3, Karet Semanggi, Setia Budi, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta.

Tokopedia juga merupakan *Mall Online* di Indonesia yang mengusung model bisnis *marketplace*. Di Tokopedia semua kegiatan jual beli dapat dilakukan dengan mudah, semua kegiatan jual beli dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan menggunakan *gadget* yang terkoneksi dengan jaringan *internet*. Produk yang ditawarkan di Tokopedia sebagian besar yaitu pakaian, alat elektronik, produk kecantikan dan lain sebagainya. Untuk pembayarannya bisa melalui *transfer bank*, *paylater & cicilan*, tunai di gerai retail (*alfamart*, *indomart*, *circle k*, dsb).

1.1.2 Visi dan Misi

Visi : Membangun super ekosistem, dimana semua orang dapat memulai dan menemukan segala sesuatu

Misi : Memeratakan ekonomi secara digital

1.1.3 Logo dan Maskot

Adapun logo perusahaan Tokopedia dengan desain yang *simple* dan berwarna hijau sebagai ciri khas Tokopedia.

The image shows the Tokopedia logo, which consists of the word "tokopedia" in a lowercase, rounded, green sans-serif font.

Gambar 1. 1 Logo Perusahaan Tokopedia

Sumber : <https://www.tokopedia.com/about/news/>



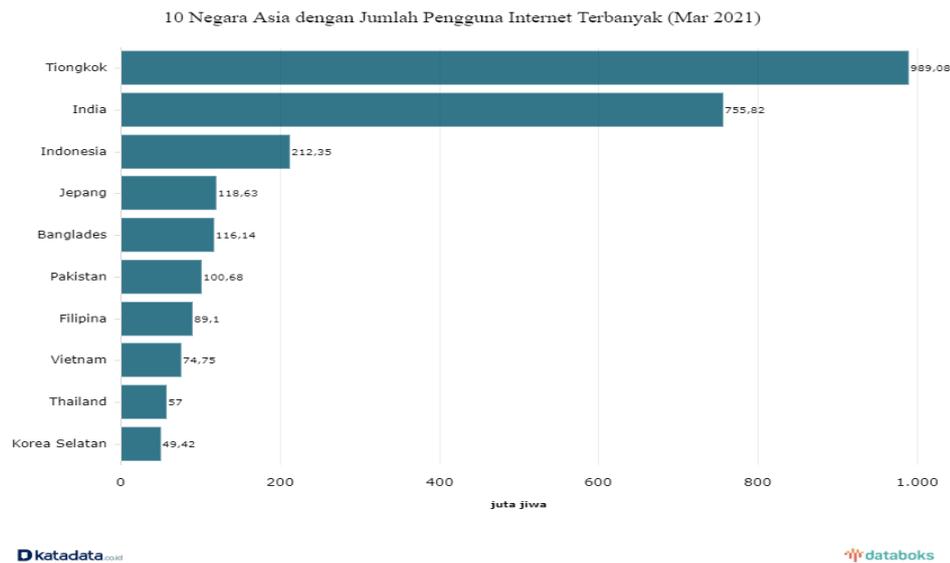
Gambar 1. 2 Maskot Perusahaan Tokopedia

Sumber : <https://www.tokopedia.com/about/news/>

Burung hantu banyak dijadikan sebagai simbol kecerdasan dan kebijaksanaan, serta burung hantu juga memiliki kemampuan untuk melihat ke semua arah. Begitu pula dengan Tokopedia yang selalu berusaha untuk melihat dari berbagai sudut pandang, baik pembeli maupun penjual dalam mengembangkan layanan Tokopedia, agar bisa semakin memudahkan semua *Toppers*.

1.2 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi semakin meningkat. Dengan berkembangnya teknologi dapat mempermudah aktivitas manusia, perkembangan teknologi yang paling berdampak yaitu pada bidang transportasi, teknologi informasi, jejaring sosial. Oleh karena itu gaya hidup manusia juga ikut berubah dengan adanya perkembangan teknologi tersebut. Di Indonesia saat ini perkembangan teknologi yang dapat dirasakan masyarakat luas yaitu *internet*.



Gambar 1. 3 Data Pengguna Internet di Asia

sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>

Berdasarkan gambar diatas Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna *internet* terbesar di Asia. Pada posisi pertama Tiongkok dengan pengguna *internet* sebanyak 989,08 juta jiwa, di posisi kedua India dengan pengguna *internet* sebanyak 755,82 juta jiwa, di posisi ketiga Indonesia dengan pengguna *internet* sebanyak 212,35 juta jiwa (sumber : databoks.katadata.co.id di akses pada 14 Oktober 2021). *Internet* sudah menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia dalam melakukan kegiatan, hal ini di dukung karena ketergantungan masyarakat terhadap *gadget*, dimana hampir semua kegiatan dilakukan secara *online* mulai dari pencarian informasi, bekerja, bersosial maupun belanja. Untuk berbelanja *online* di Indonesia juga sudah hadir yang namanya *e-commerce*.

Jadi *e-commerce* memberikan kemudahan bagi pengguna untuk membeli dan menjual produk secara *online* dengan menggunakan *gadget* yang terhubung dengan jaringan *internet*. Dengan hadirnya *e-commerce* dapat mempermudah proses jual & beli, hal ini didukung dari segi kemudahan pembelian produk, pembayaran, dan pengirimannya. Kegiatan jual & beli dengan *e-commerce* dapat dilakukan dimana saja,

hal tersebut membuat orang beralih dari yang sebelumnya belanja konvensional sekarang bisa dilakukan secara *online*.



Gambar 1. 4 5 Top Marketplace di Indonesia

sumber : <https://compas.co.id/article/perkembangan-e-commerce/>

Berdasarkan gambar diatas perkembangan e-commerce di Indonesia terus meningkat, hal berdasarkan dari gambar diatas ada 5 *marketplace* yang paling diminati di Indonesia data tersebut diambil dari kuartal kedua tahun 2020, jumlah pengguna dari masing-masing *e-commerce* sebagai berikut : shopee (93,4 juta orang), tokopedia (86,1 juta orang), bukalapak (35,2 juta orang), lazada (22 juta orang), blibli (18,3 juta orang). Tingginya penggunaan *e-commerce* di Indonesia dapat di pengaruhi oleh pertumbuhan penduduk yang meningkat dan perkembangan teknologi yang semakin maju sehingga berpengaruh pada kegiatan belanja *online*, terhitung peningkatan jumlah transaksi yang dilakukan di *marketplace* naik 23% dari tahun 2018 ke 2019 (sumber : compas.co.id di akses pada 6 Juli 2021). Setiap *e-commerce* mempunyai strategi masing – masing sehingga dapat menandingi pesaing, seperti halnya shopee sebagai *top e-commerce* di Indonesia pasti memiliki keunggulan yang tidak terdapat pada *e-commerce* lain yang mana dapat menarik perhatian pelanggan.

Dengan berkembang pesatnya teknologi di Indonesia, khususnya *smartphone* membuat persaingan antar *e-commerce* di Indonesia semakin ketat. Tokopedia berada di posisi kedua sebagai *e-commerce* yang paling diminati dan masih belum mampu

menandingi shopee yang berada pada posisi pertama. Tokopedia hadir lebih awal di bandingkan dengan shopee, dengan begitu membuat tokopedia berusaha melakukan upaya yang dapat menarik perhatian pelanggan, sehingga diharap mampu menjadi *top e-commerce* di posisi pertama. Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk mengetahui permasalahan atau kondisi tokopedia dalam menghadapi persaingan menjadi *top e-commerce* di Indonesia.

Menurut Kasmir (2017) bahwa kualitas pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan. Dari pembahasan teori menurut para ahli di atas, bahwa pelayanan harus lebih diperhatikan, karena dengan pelayanan yang baik maka dapat menciptakan kepuasan pelanggan atau hubungan baik dengan pelanggan. Untuk meningkatkan kualitas pelayan sangat penting untuk diperhatikan, salah satunya dengan kinerja *customer service*. *Customer service* memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan juga sebagai pembangun hubungan baik antara pihak tokopedia dengan pelanggan. *Customer service* harus melayani pelanggan dengan baik dan berusaha untuk meyakinkan pelanggan agar tidak berpindah ke *e-commerce* lain.

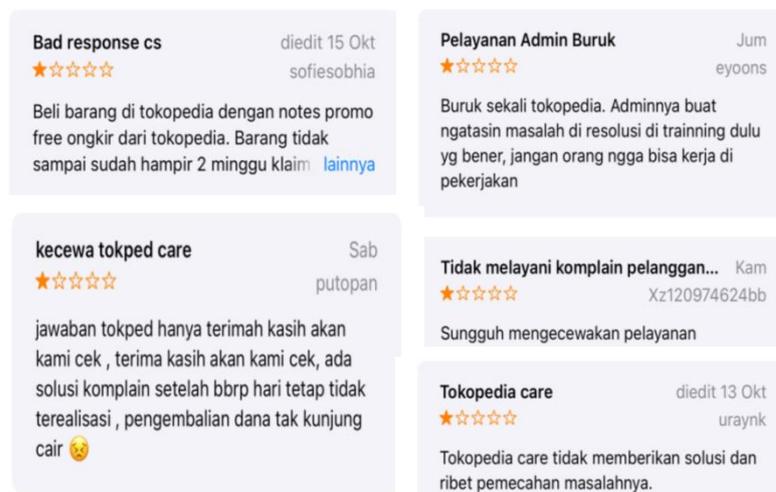
Pada tokopedia terdapat permasalahan terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan tokopedia terhadap kepuasan yang diterima pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik juga, pelanggan akan merasa puas jika dilayani dengan benar. Tokopedia memberikan layanan kepada pelanggan dengan adanya tokopedia *care*, yaitu layanan atau fitur yang bertujuan untuk mengelola berbagai informasi seputar tokopedia dan solusi dari kendala yang dialami pengguna tokopedia, berikut merupakan tampilan tokopedia *care* :



Gambar 1. 5 Tampilan Tokopedia Care

Sumber : Tokopedia

Untuk menggunakan layanan tokopedia *care* bisa diakses melalui aplikasi tokopedia. Namun hal ini sangat berbeda dengan keadaan di lapangan, yaitu banyaknya keluhan pelanggan mengenai pelayanan tokopedia yang kurang memuaskan dalam menjalankan tugasnya sebagaimana mestinya, dari 464.113 ulasan pada *App Store* peneliti mengambil 5 ulasan dengan ulasan paling rendah.. Berikut merupakan bukti ulasan pelanggan tokopedia :



Gambar 1. 6 Penilaian dan Ulasan Pelanggan Tokopedia

Sumber : rating aplikasi tokopedia pada App store

Berdasarkan data diatas masih terdapat permasalahan yang dialami pelanggan tokopedia masih terbilang rendah dalam memberikan kualitas pelayanan. Hal ini sudah menjadi tanggung jawab *Customer service* dalam melayani pelanggan dengan baik dan berusaha untuk meyakinkan pelanggan agar tidak berpindah ke *e-commerce* lain. Untuk membuktikan Kualitas Pelayanan tokopedia, peneliti melakukan *Pra-Survey* terhadap 30 responden yang pernah menggunakan Tokopedia. Berikut hasil *Pra-Survey* :

TABEL 1. 1
HASIL *PRA-SURVEY* KUALITAS PELAYANAN

Variabel Kualitas Pelayanan (X)

| <i>Tangible (Bukti Fisik)</i> | | | |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------|
| No | Pertanyaan | YA | TIDAK |
| 1 | Tokopedia memiliki tampilan yang menarik | 43,3% | 56,7% |
| 2 | Fitur atau layanan yang diberikan tokopedia lengkap | 56,7% | 43,3% |
| <i>Reability (Kehandalan)</i> | | | |
| 3 | Tokopedia konsisten dalam pelayanan jasa atau sesuai dengan jadwal yang ditentukan | 43,3% | 56,7% |
| 4 | Tokopedia memberikan informasi kepada konsumen tentang kapan pelayanan yang dijanjikan akan direalisasikan | 46,7% | 53,3% |
| <i>Responsiveness (Ketanggapan)</i> | | | |
| 5 | Tokopedia merespon permintaan pelanggan secara tepat dan cepat | 26,7% | 73,3% |
| 6 | Pihak tokopedia sigap dalam melayani pelanggan yang bermasalah dalam barang yang rusak dan tidak sesuai | 46,7% | 53,3% |
| 7 | Tokopedia bertanggung jawab tentang penanganan konsumen akan masalah pelayanan | 53,3% | 46,7% |
| <i>Asurance (Jaminan)</i> | | | |

(Bersambung)

| | | | |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------|------|
| 8 | Tokopedia dapat dipercaya untuk memberikan pelayanan yang berkualitas | 60% | 40% |
| <i>Empaty (Empati)</i> | | | |
| 9 | Tokopedia memberikan pelayanan dengan ramah | 93,3% | 6,7% |

Sumber : Hasil Pra-Survey Penulis

1. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 56,7% responden dari 30 orang menjawab TIDAK, menunjukkan bahwa tampilan dari tokopedia kurang menarik.
2. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 56,7% responden dari 30 orang menjawab YA, menunjukkan bahwa fitur atau layanan yang diberikan tokopedia sudah termasuk lengkap.
3. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 56,7% responden dari 30 orang menjawab TIDAK, menunjukkan bahwa masih ada kekurangan pihak tokopedia dalam konsistensi pelayanan jasa yang tidak sesuai dengan jadwal yang ditentukan.
4. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 53,3% responden dari 30 orang menjawab TIDAK, menunjukkan kurangnya tokopedia dalam merealisasikan pelayanan yang telah diinformasikan kepada pelanggan.
5. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 73,3% responden dari 30 orang menjawab TIDAK, menunjukkan bahwa pihak tokopedia terbukti tidak tepat dan cepat dalam melayani pelanggan.
6. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 53,3% responden dari 30 orang menjawab TIDAK, menunjukkan bahwa masih kurangnya kesigapan tokopedia dalam menangani permasalahan barang rusak dan tidak sesuai.
7. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 53,3% responden dari 30 orang menjawab YA, menunjukkan tokopedia berusaha untuk bertanggung jawab disaat pelanggan mengalami masalah pelayanan.
8. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 60% responden dari 30 orang menjawab YA, menunjukkan tokopedia dapat dipercaya untuk memberikan pelayanan yang berkualitas hal ini dapat membuat pelanggan merasa aman.

9. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 93,3% responden dari 30 orang menjawab YA, menunjukkan bahwa tokopedia memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan ramah yang mana sudah sesuai dengan sebagaimana mestinya menangani pelanggan.

Menurut Kotler & Keller dalam Setiawan, dkk (2016), bahwa Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan mereka. Kepuasan konsumen dapat ditentukan oleh kualitas pelayanan dan inovasi produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil *review* dan rating yang diberikan kepada tokopedia pada *Gambar 1.5* terdapat ketidak kepuasan pelanggan dimana masih terdapat kekurangan yang menyebabkan kekecewaan terhadap pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, pelayan sangat penting untuk diperhatikan. Salah satunya dengan kinerja *customer service*, *customer service* memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan juga sebagai pembangun hubungan baik antara pihak tokopedia dengan pelanggan. Untuk membuktikan Kepuasan Pelanggan tokopedia, peneliti melakukan *Pra-Survey* terhadap 30 responden yang pernah menggunakan Tokopedia. Berikut hasil *Pra-Survey* :

TABEL 1. 2
HASIL *PRA-SURVEY* KEPUASAN PELANGGAN

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

| No | Pertanyaan | YA | TIDAK |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-------|
| Kesesuaian Harapan | | | |
| 1 | Saya merasa puas dengan pelayanan yang di berikan tokopedia | 30% | 70% |
| 2 | Saya puas dengan tanggapan dan solusi dari pihak tokopedia ketika saya mengalami masalah dalam pemesanan | 50% | 50% |
| 3 | Saya puas dengan Kemudahan dalam menghubungi pihak | 40% | 60% |

(Bersambung)

| | | | |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|
| | tokopedia apabila ada masalah dengan barang yang dipesan | | |
| 4 | Saya merasa puas karena tokopedia dapat dipercaya | 73,3% | 26,7% |
| Minat Berkunjung Kembali | | | |
| 5 | Saya beminat untuk berbelanja kembali di tokopedia karena pelayanan yang memuaskan | 33,3% | 66,7% |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | |
| 6 | Saya akan mereferensikan tokopedia kepada orang lain | 43,3% | 56,7% |

Sumber : Hasil Pra-Survey Penulis

1. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 70% responden dari 30 orang menjawab TIDAK, menunjukkan bahwa tokopedia masih sangat kurang dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.
2. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 50% responden dari 30 orang menjawab YA dan TIDAK, menunjukkan bahwa pelanggan ada yang merasa puas dan kurang puas mengenai tanggapan dan solusi yang diberikan dari pihak tokopedia.
3. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 60% responden dari 30 orang menjawab TIDAK, menunjukkan pelanggan tidak merasa puas dalam menghubungi pihak tokopedia apabila ada masalah dengan barang yang di pesan, hal ini mungkin bisa disebabkan karena persyaratan yang di tentukan tokopedia dalam permasalahan barang yang dialami pelanggan terlalu sulit diterima oleh pelanggan.
4. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 73,3% responden dari 30 orang menjawab YA, menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas karena tokopedia dapat dipercaya.
5. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 66,7% responden dari 30 orang menjawab TIDAK, menunjukkan bahwa pelanggan tidak melakukan pembelian ulang di tokopedia dikarenakan pelayanan yang kurang memuaskan.

6. Dari hasil *Pra-Survey* diatas sebanyak 56,7% responden dari 30 orang menjawab TIDAK, menunjukkan bahwa pelanggan tidak akan mereferensikan tokopedia kepada orang lain.

Berdasarkan dari hasil *Pra-Survey*, hasil riview dan rating di atas masih terdapat kesenjangan antara kualitas pelayanan yang diberikan tokopedia dengan kepuasan pelanggan tokopedia. Fenomena ini tidak sesuai dengan teori – teori yang sudah dikemukakan oleh para ahli dan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Imaduddin Murdifin Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Cabang Makassar, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji nilai koefisien korelasi dan berdasarkan uji simultan bahwa kelima variabel bebas (Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati) mempunyai pengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan, menurut pernyataan tersebut sudah terbukti bahwa kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Dari hasil *Pra-Survey* dan fenomena yang diamati penulis maka penulis tertatik untuk meneliti kualitas pelayanan tokopedia dengan mengangkat judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan Tokopedia ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan Tokopedia ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan Tokopedia.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan Tokopedia.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Tokopedia.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah ilmu dan pengalaman mengenai kualitas pelayanan serta menganalisa & mengelola data dari suatu fenomena permasalahan yang diteliti.

2. Bagi Peneliti lain

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain, sehingga dapat membantu menunjang penelitian.

3. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu Tokopedia untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan memberi tambahan wawasan bagi pembaca, khususnya pada bidang pemasaran (kualitas pelayanan & kepuasan pelanggan).

1.6 Sistematika Penulisan

Berguna untuk memberikan gambaran umum penelitian ini. Berikut sistematika penulisannya :

a) BAB I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

b) BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan teori-teori sebagai landasan penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka pikir .

c) BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisikan bahasan metode, teknik pengumpulan data dan pendekatan yang bertujuan untuk menjawab masalah dalam penelitian.

d) BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisikan hasil dan bahasan penelitian dari analisis data yang diteliti

e) BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun atau dapat bermanfaat bagi pembaca.