

BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa dampak baik dari kemajuan perdagangan online, yaitu e-commerce di Indonesia sehingga menciptakan peluang dan tantangan bagi situs online ecommerce. Tidak hanya toko offline tetapi masyarakat lebih dipermudah dengan adanya toko online. Di era globalisasi sekarang ini, layanan berbelanja online merupakan cara paling efektif untuk dilakukan oleh masyarakat. seiring dengan kemajuan teknologi terkhusus dalam bidang internet, bahkan banyak dari para penjual yang sebelumnya melakukan jual-beli secara konvensional yang beralih menjadi pelaku dagang online.

Namun di indonesia sendiri terdapat begitu banyak e-commerce yang membuat konsumen memiliki beragam pilihan untuk mencari suatu produk, dengan berkembangnya e-commerce di indonesia memudahkan pemasar untuk membuka toko online. Beberapa e-commerce yang sedang berkembang di indonesia di antaranya adalah shopee, tokopedia, lazada, OLX dan bukalapak.

Dengan begitu bisnis online ditantang untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menargetkan pelanggan baru. Maka dari itu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di harapkan menjadi faktor utama agar pelanggan loyal atas produk kita, hal ini berlaku pada setiap E-commerce. Shopee adalah salah satu aplikasi E-commerce yang masih terbilang baru dan belum terlalu berpengalaman, di dirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li, berkantor pusat di singapura, dan pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 di singapura yang kemudian merambat hingga Indonesia dan negara-negara tetangga. Meski begitu shoppe merupakan E-commerce yang paling banyak digunakan oleh masyarakat indonesia, berdasarkan survey snapchat yang di lakukan sejak september 2021 , yang di ikuti oleh 1000 responden dari berbagai etnis yang tersebar di seluruh wilayah indonesia, ditemukan kesimpulan bahwa shopee merupakan aplikasi E-commerce yang paling banyak digunakan , sebanyak 75% menjawab bahwa shopee merupakan top of mind situs belanja online, disusul oleh Tokopedia dengan persentase sebesar 18% dan Lazada dengan persentase 5%. Hal ini sejalan dengan laporan Map of E-commerce in Indonesia yang di terbitkan

pada kuartal kedua tahun 2021 oleh iPrice, bahwa shoppe tercatat sebagai platform aplikasi E-commerce yang memiliki total jumlah unduhan terbanyak yang diunduh melalui Google Play Store ataupun App store.

Mempertahankan pelanggan merupakan sebuah tantangan bagi setiap pelaku usaha, dimana setiap perusahaan dituntut untuk mempertahankan pelanggan serta menarik pelanggan baru, bagaimana caranya agar pelanggan yang pernah melakukan transaksi terhadap suatu perusahaan agar melakukan pembelian atau pemakaian jasa perusahaan itu kembali, bagaimana agar kita dapat menarik pelanggan baru, tentu setiap perusahaan memiliki strategi mereka masing-masing. Bagaimana cara perusahaan memberikan sebuah layanan terhadap pelanggannya agar mereka merasa puas atas produk atau jasa yang mereka terima dan kembali memakai produk atau jasa itu kembali.

hal ini yang membuat ketertarikan penulis untuk meneliti perusahaan shopee, bagaimana sebuah e-Commerce yang baru berdiri selama kurang lebih 7 tahun di singapura yang kemudian merambat hingga ke indonesia, mampu bersaing dengan e-commerce lain yang sudah terdahulu berdiri yang notabene dari segi pengalaman dan pengetahuan juga strategi jelas mereka sudah matang, namun shopee mampu bersaing dengan mereka.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu non probability sampling dengan jenis purposive sampling. Jumlah sampel 114 responden. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebar. kuesioner online menggunakan google form yang terdiri atas 75 wanita dan 39 pria dengan estimasi rentang usia 17 hingga 30 tahun. Data yang dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS versi 3.0.