

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring perkembangan teknologi, gaya hidup masyarakat Indonesia semakin instan dan cepat, sehingga masyarakat memiliki gaya hidup praktis dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam hal ini banyak penyedia layanan yang membantu masyarakat dalam kemudahan berbelanja.

Indonesia merupakan pasar dengan pertumbuhan *e-commerce* yang menarik dari tahun ke tahun. Sejak tahun 2014, Euromonitor mencatat, penjualan *online* di Indonesia sudah mencapai US\$1,1 miliar. Data sensus Badan Pusat Statistik (BPS) juga menyebut, industri *e-commerce* Indonesia dalam 10 tahun terakhir meningkat hingga 17 persen dengan total jumlah usaha *e-commerce* mencapai 26,2 juta unit.

Setiap perusahaan memiliki keunikan dan keunggulan dalam melayani para konsumen, sehingga perusahaan dapat bertahan dan memudahkan konsumen dalam berbelanja. Salah satunya adalah situs berbelanja online Bukalapak, yang memudahkan konsumen dalam berbelanja online.

*E-commerce* adalah penjualan yang dilakukan melalui media elektronik. Menurut Surawiguna dalam Saputra (2017) mendeskripsikan *e-commerce* sebagai salah satu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang berfokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa. *E-commerce* membawa peluang bisnis yang besar (seperti penjualan produk dan penyediaan layanan online) dan pertumbuhan pendapatan. *E-commerce* menjadi alternatif bisnis di era modern yang sejalan dengan kondisi pasar yang semakin dinamis dan persaingan yang kompetitif, mengakibatkan perubahan pada perilaku konsumen.

Di Indonesia, belanja secara online telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang. Pertumbuhan e-commerce yang terus meningkat di Indonesia membuat BukaLapak ikut meramaikan industri ini. BukaLapak merupakan aplikasi mobile marketplace bagi konsumen-ke-konsumen (C2C) yang aman, menyenangkan, mudah, dan praktis dalam jual beli. BukaLapak sebagai salah satu situs yang wadah jual beli secara online yang telah melakukan perubahan untuk menarik minat pelanggan agar lebih banyak bertransaksi melalui situs tersebut. BukaLapak lebih fokus pada platform mobile sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung di ponselnya saja. BukaLapak juga dilengkapi dengan fitur live chat, berbagi (social sharing), dan hashtag untuk memudahkan komunikasi antara penjual dan pembeli dan memudahkan dalam mencari produk yang diinginkan konsumen. Aplikasi Shopee dapat diunduh dengan gratis di App Store dan Google Play Store.

Gilbert dkk dalam Jurnal Aryani dan Rosnita (2015) mengungkapkan kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan.

BukaLapak sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2017) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.

Toko online BukaLapak menyediakan barang seperti elektronik, buku, mainan anak dan perlengkapan bayi, alat kesehatan dan produk kecantikan, peralatan rumah tangga, dan perlengkapan traveling dan olah raga. Toko online BukaLapak selalu memberikan layanan terbaik kepada konsumen dengan berbagai penawaran menarik seperti harga promo, diskon khusus, flash deal, dan juga memberikan kemudahan transaksi dengan gratis ongkos kirim untuk area tertentu, Agar toko online BukaLapak mampu menghasilkan mutu produk yang berkualitas maka harus menciptakan kualitas pelayanan yang baik sehingga konsumen tertarik berbelanja di BukaLapak

Urutan penggunaan e-commerce pada tahun 2019 GambarI.1

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1  Shopee	93,440,300	#1	#1	320,800	4,851,200	17,841,400	5,100
2  Tokopedia	86,103,300	#2	#3	445,100	1,280,500	6,377,800	4,100
3  Bukalapak	35,288,100	#4	#4	188,600	1,060,900	2,482,800	2,400
4  Lazada	22,021,800	#3	#2	391,800	2,014,000	29,880,700	3,100
5  Blibli	18,307,500	#6	#6	501,600	1,255,600	8,591,600	1,800
6  JD.ID	9,301,000	#8	#7	30,900	476,300	763,200	1,000
7  Orami	4,176,300	#33	#25	6,000	n/a	354,400	168
8  Bhinneka	3,804,800	#20	#21	69,400	41,400	1,053,200	603
9  Zalora	2,334,400	#5	#8	n/a	557,200	7,827,800	535
10  Matahari	2,197,200	#9	n/a	96,200	140,000	1,599,100	698

Daftar website atau situs toko online dan e-commerce papan atas di Indonesia wajib kamu ketahui sebelum memutuskan berbelanja. Toko Online BukaLapak terdapat di urutan ke-3 setelah Shopee dan Tokopedia. Dari table diatas BukaLapak harus melakukan sesuatu inovasi agar bisa memuncaki platform toko online di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ”**pengaruh kualitas pelayanan online terhadap kepuasan konsumen di e-commerce BukaLapak**”

**B. Rumusan Masalah**

1. apakah kualitas pelayanan berpengaruh di pegguna BukaLapak
2. apakah kepuasan pelanggan berpengaruh di pengguna BukaLapak?
3. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di BukaLapak?

**C. Tujuan Penelitian**

- i. Mengetahui deskripsi kualitas layanan di toko Online BukaLapak
- ii. Mengetahui deskripsi kepuasan pelanggan di toko Online BukaLapak
- iii. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di BukaLapak

**D. Manfaat Penelitian**

## 1. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber referensi dan informasi tambahan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan kualitas produk

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu penulis untuk memenuhi tugas akhir serta memberikan pengetahuan mengenai kualitas layanan di BukaLapak

