

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

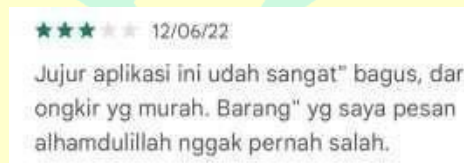
Pesatnya perkembangan *e-commerce* memunculkan banyaknya *marketplace* di Indonesia seperti Lazada, Bukalapak, Blibli, Elevenia, Tokopedia, dan Shopee. Budiman et al. (2020) mendefinisikan *marketplace* adalah sebuah model bisnis yang memberikan fasilitas kepada para penjual untuk dapat berjualan secara *online* dengan media internet. Pertumbuhan *marketplace* semakin meningkat, ditandai dengan banyaknya penggunaan aplikasi selama pandemi di tahun 2021. Dalam laporan kuartal tiga tahun 2021 yang dikutip dari IPrice (2021) terdapat *marketplace* yang berhasil mendominasi pasar *digital* di Indonesia. Berdasarkan *ranking* aplikasi, ada lima *marketplace* lokal yang menempati 10 peringkat teratas aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu Tokopedia, Sociolla, Bukalapak, Blibli, Matahari, dan My Hartono. Kemudian untuk Shopee, *marketplace* menjadi salah satu aplikasi yang menempati urutan pertama hampir di seluruh negara Asia Tenggara, dan selalu berhasil menjadi nomor satu sebagai *marketplace* sejak kuartal empat di tahun 2018 (IPrice, 2021).

Namun walaupun menjadi aplikasi yang menduduki posisi pertama di negara Asia Tenggara, masih ditemukannya beberapa keluhan pada Shopee. Dikutip dari mediakonsumen.com (2021) yaitu kualitas sistem yang masih perlu diperbaiki seperti Shopee yang tidak siap ketika sedang ada *event* Shopee Mall yang berlangsung serta tidak dapat melakukan transaksi pembayaran. Hal yang sama juga terjadi seperti dikutip dari Kompas.com (2022) dimana konsumen yang ketika itu ingin melakukan belanja *online* justru tidak bisa sebab aplikasi Shopee *error* serta tidak merespon pada saat ditekan. Selain itu

terdapat masalah pada sistem Shopee yaitu hilangnya akun konsumen dan akun yang diblokir *mediakonsumen.com* (2022). Hal ini berbeda dengan *marketplace* lain yang tidak mengalami masalah pada sistemnya.

Kemudian selain pada sistemnya, terdapat juga pada masalah pada kualitas informasi pada Shopee yaitu informasi barang yang tertera berbeda ketika barang tersebut sudah sampai pada konsumen. Ada pula terjadi kesalahan pada informasi harga suatu produk sehingga membuat pesanan tersebut dibatalkan oleh pihak Shopee (Mediakonsumen, 2022).

Masalah lain yang berkaitan dengan kualitas informasi yaitu barang yang dipesan tidak sesuai dengan deskripsi yang tertera (Mediakonsumen, 2022). Dari beberapa masalah tersebut dapat dikatakan bahwa Shopee memiliki masalah dalam hal informasinya dibandingkan *marketplace* yang menampilkan informasi yang sesuai, misalnya informasi produk terbukti akurat ketika barang tersebut sampai ke tangan konsumen. Kemudian informasi produk yang dipesan juga tidak mengalami masalah seperti pada contoh dibawah ini, salah satu *review marketplace* lain.



Gambar 1.1 Ulasan pengiriman barang di *marketplace* lain

sumber: Playstore (2022)

Kemudian yang terakhir yaitu kualitas layanan, pada Shopee seringkali ditemukan permasalahan pada *customer services* yang sedang membantu konsumen ketika adanya keluhan justru menyulitkan konsumen sehingga keluhan tersebut tidak terselesaikan (Mediakonsumen, 2019). Selain itu ada pula, paket yang tidak kunjung tiba sehingga konsumen menghubungi pihak CS namun tidak ada perkembangan lebih lanjut atau jaminan yang diberikan (Mediakonsumen, 2022). Permasalahan kualitas layanan yang lainnya yaitu pengiriman barang yang lama dan pihak Shopee

kembali tidak terselesaikan (Mediakonsumen, 2022). Berbeda dengan *marketplace* lain yang ketika ada masalah yang dialami oleh konsumen dapat diatasi dengan baik dan sampai dengan masalah tersebut selesai.

Untuk menguatkan beberapa permasalahan yang telah dijabarkan diatas. Maka peneliti melakukan prariset kepada 40 responden.



Gambar 1.2 Prariset kepada 40 responden

sumber : Data diolah oleh Peneliti (2022)

Pada gambar diagram di atas, dapat terlihat kualitas layanan yang diwakili oleh barang yang sampai tidak sesuai dengan pesanan meraih hasil tertinggi yaitu sebesar 67 persen. Kemudian diposisi berikutnya juga oleh kualitas layanan yang diwakili oleh kupon *voucher* yang tidak bisa dipakai dengan persentase 48 persen. Lalu diposisi ketiga diisi oleh kualitas layanan yang diwakili oleh pengiriman barang yang lama dengan nilai sebesar 44,4 persen. Baru setelah itu diduduki oleh permasalahan kualitas informasi seperti informasi ketersediaan barang yang tidak diperbarui dengan nilai 33 persen dan permasalahan pada kualitas sistem yaitu aplikasi yang sulit dibuka dengan angka 26 persen.

Dari hasil pra riset menunjukkan bahwa beberapa permasalahan yang sama juga dirasakan oleh responden tersebut. Selain dari penjabaran isu permasalahan diatas, berikut beberapa ulasan atau *review* lain dari konsumen yang menggunakan aplikasi Shopee sebagai sarana untuk belanja *online*.

Tabel 1.1 Ulasan kualitas sistem pada *playstore* Shopee

No	Ulasan kualitas sistem pada <i>playstore</i> Shopee
1	<i>Login</i> bermasalah. Memakai dua metode atau cara keduanya tidak berfungsi dengan baik. Padahal sudah pada halaman untuk setuju masuk (<i>email</i>) melalui nomor <i>handphone</i> juga sama, sudah berhasil masuk, namun tidak ada reaksi apapun.
2	Kenapa <i>chat</i> dan kalau mau membuka aplikasi tidak bisa, <i>loading</i> lama. Terkadang <i>error</i> dan nggak bisa dibuka.
3	Shopee semakin kesini untuk menekan menu dan lainnya itu untuk responsifnya buruk. Contoh ketika ingin belanja memilih warna harus ditekan beberapa kali.
4	Setiap bulan selalu ada <i>update</i> atau pembaruan, sudah diperbarui juga tetap <i>loading</i> lama.
5	Tiba-tiba akun di blokir dengan alasan yang tidak pernah dipakai.
6	Terlalu banyak <i>update</i> jadi aplikasi menjadi berat dan jadi banyak <i>crash</i> dan <i>freeze</i>

sumber: *Playstore* (2022)

Pertama, dalam *marketplace* tersebut masih ditemukan beberapa masalah seperti sistem yang seringkali lambat. Hal ini sesuai dengan yang ditunjukkan pada gambar di atas, yaitu konsumen mengalami kesulitan dalam *login* ke Shopee sehingga berakhir tidak bisa membuka aplikasi tersebut serta waktu respon yang cukup lambat seperti saat memilih barang harus ditekan lebih dari satu kali. Hal tersebut juga menyebabkan kegiatan berbelanja berlangsung lama. Selain, sistem yang mengalami *loading* lama sebab banyaknya pembaruan atau *update*, juga menyebabkan *crash* atau *freeze*. Kemudian masalah keamanan seperti pada gambar di atas yaitu akun konsumen yang tiba-tiba diblokir. Lalu dikutip dari Hitekno.com (2021) juga cukup banyak pelanggan Shopee yang mengeluh karena aplikasi Shopee yang secara tiba-tiba *logout* sendiri serta menjadi lambat.

Tabel 1.2 Ulasan kualitas informasi pada *playstore* Shopee

No	Ulasan kualitas informasi pada <i>playstore</i> Shopee
1	Maaf bintangnya berkurang karena di Shopee tidak bisa melihat ekspedisi secara lengkap, di menu hanya ada hemat, <i>reguler</i> dan <i>same day</i> , tidak ada keterangan kurir ekspedisinya seperti dulu.
2	Harus dibuat sistem pengecekan berkala apakah stok barang masih ada atau tidak. Karena ada toko yang barangnya tersedia di stok, namun setelah dipesan si penjual bilang stoknya nggak ada.
3	Di Shopee Food, banyak tempat makan yang tidak sesuai jaraknya atau akurat dengan apa yang ada di <i>list</i> dengan waktu <i>checkout</i> . Di <i>list</i> jaraknya 2 km tapi waktu <i>checkout</i> jadi 5 km, menyebabkan ongkir jadi naik.

sumber: *Playstore* (2022)

Kedua, yaitu kualitas informasi yang juga terdapat masalah selain kualitas sistem. Permasalahan yang ditemukan seperti pada beberapa gambar di atas yaitu seperti informasi ketersediaan stok barang apakah masih tersedia atau tidak karena seringkali tertera masih tersedia, namun ketika ingin dipesan ternyata sudah habis barangnya. Kemudian, informasi yang tidak akurat seperti pada salah satu contoh gambar di atas, yaitu jarak lokasi yang tertera pada *list* di Shopee Food langsung berubah ketika ingin *checkout*. Selain itu juga terkait kelengkapan informasi dalam pemilihan ekspedisi pengantaran, dimana hanya tertera hemat, *reguler* dan *same day* tanpa menyertakan nama ekspedisi seperti SiCepat atau J&T. Dikutip dari DetikNews pada tahun 2018 juga terdapat terjadi ketidaksesuaian informasi, tepatnya saat *flash sale* dimana konsumen sudah melakukan pembayaran namun ternyata barang yang dipesan tidak ada stoknya atau tidak diperbarui informasi.

Dari tiga ulasan di atas, apabila diperhatikan pada ulasan di aplikasi lebih banyak tentang informasi ekspedisi yang tidak lengkap atau sudah tidak seperti dulu lagi. Apalagi saat ini pemilihan kurir ekspedisi juga dibatasi. Jadi apabila dulu bisa memilih satu dari empat sekarang ditentukan. Namun meski begitu, konsumen masih diberikan pilihan dalam memilih di antara dua jenis ekspedisi. Tetapi ada

juga konsumen yang tidak diberikan kesempatan sama sekali, alhasil tidak ada pilihan lain selain menggunakan jasa kirim yang telah penjual tentukan.

Tabel 1.3 Ulasan kualitas layanan pada *playstore* Shopee

No	Ulasan kualitas layanan pada <i>playstore</i> Shopee
1	Mohon maaf, saya sendiri masih bingung, punya banyak <i>voucher</i> gratis ongkir tapi pas di <i>checkout</i> ternyata tidak bisa dipakai satupun, padahal saya sudah baca syarat dan ketentuan penggunaan <i>voucher</i> dan sudah memastikan bahwa produk yang dibeli juga sesuai namun tetap tidak bisa dipakai
2	Sudah <i>chat</i> dengan admin Shopee berulang kali, sudah chat dengan pemilik toko tempat belanja agar membantu menghubungi pihak jasa pengiriman tapi tidak ada perubahan hingga saat ini
3	Saya pernah ajukan penggantian produk rusak. Tetapi tidak ada berkelanjutannya sampai saat ini. Saya kecewa dengan tidak ada respon berlanjut dari pihak toko juga Shopee
4	Fitur iklan yang enggak rapi dan sering tercampur dengan produk-produk yang ada di Shopee
5	<i>Customer service</i> kurang sabar dan santun dan mungkin perlu ditingkatkan keramahan pelayanan

sumber: *Playstore* (2022)

Ketiga yaitu kualitas layanan yang juga memiliki permasalahan selain kualitas sistem dan informasi. Permasalahan yang ditemukan pada ulasan komentar Shopee seperti yang ditunjukkan oleh gambar di atas yaitu pemakaian *voucher* belanja yang tidak dapat digunakan padahal pembeli telah memenuhi syarat dan ketentuan, ini juga termasuk ke dalam kualitas layanan dan apabila menurut Parasuraman et al. yang mengarah pada dimensi *reliability*. Kemudian terdapat ulasan komentar yang menunjukkan bahwa konsumen pernah *chat* dengan *admin* Shopee berulang kali, sudah chat dengan pemilik toko agar membantu menghubungi pihak jasa kirim tapi tidak ada perubahan dan hal ini mengarah kepada dimensi *empathy*.

Selain itu, yang mengarah kepada dimensi *responsiveness* ditunjukkan dengan ulasan bahwa tidak adanya respon yang berkelanjutan saat konsumen ini meminta

untuk pengajuan penggantian produk karena mengalami kerusakan. Permasalahan mengenai *customer service* dalam merespon keluhan konsumen juga banyak ditemukan.

Dikutip dari, Mediakonsumen pada tahun 2019 terdapat kesalahan dalam pengiriman yang dilakukan oleh Shopee, sehingga pihak pembeli mengajukan retur kepada penjual akan tetapi penjual tidak mengirimkan barangnya kembali. Pihak pembeli telah menghubungi *customer service* Shopee namun *chat* diputus tanpa adanya penyelesaian, kemudian ada juga respon dari penjual yang lambat. Terdapat juga ulasan konsumen yang menunjukkan fitur iklan pada aplikasi tidak rapi dan sering tercampur dengan barang, ini mengarah kepada dimensi *tangible*. Pada gambar yang paling bawah, ada ulasan yang memperlihatkan bahwa *customer service* Shopee kurang sabar dan santun dan mungkin perlu ditingkatkan lagi keramahan pelayanannya ini mengarah kepada dimensi *assurance* yang tidak hanya berkaitan dengan komunikasi serta wawasan yang luas namun juga merujuk kepada sikap dari karyawan Shopee.

Kepuasan konsumen khususnya Shopee masih menduduki peringkat kedua, dan yang berada diposisi pertama adalah *marketplace* hijau. Dikutip dari DetikInet (2021) Shopee memperoleh nilai 4.47 dari 7 poin pada *skala likert* sedangkan nilai paling tinggi yaitu 4.53. Dalam menentukan kepuasan konsumen dikutip dari AKURAT.co (2022) terdapat beberapa kriteria penilaian yang membuat Shopee menduduki peringkat kedua dalam kepuasan konsumen yaitu promo, pengalaman aplikasi, terpercaya, keberagaman produk dan pengiriman. Namun dalam mengukur kepuasan konsumen berdasarkan sumber tersebut juga dilihat dari *marketplace* yang memiliki penawaran produk yang berkualitas dan Shopee masih menduduki peringkat kedua dengan nilai 5.95 sedangkan paling tinggi adalah 6.07.

Dari kepuasan konsumen secara perlahan akan membuat konsumen menjadi loyal jika mampu memberikan pengalaman belanja yang positif. Loyalitas konsumen khususnya Shopee masih tetap berada diperingkat kedua, berbeda

dengan tahun lalu yang berhasil menduduki peringkat pertama. Berdasarkan loyalitasnya Shopee menduduki peringkat kedua dengan loyalitas tinggi dengan *Net Promoter Score (NPS)* sebesar 42 persen. Jumlah itu masih kalah dengan *marketplace* yang berhasil meraih 49 persen. Penilaian tersebut berdasarkan lengkapnya suatu produk, harga, cara bertransaksi serta pengiriman barang (Kompas.com, 2021).

Permasalahan yang disebut diatas dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan kegiatan belanja *online*. Kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan pada umumnya memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan seperti pada penelitian Utomo & Sisharini (2017) yang menyatakan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Sharm (2019) yang meneliti tentang penggunaan *m-banking* menyatakan bahwa kualitas sistem tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang negatif juga terjadi pada kualitas layanan berdasarkan penelitian menurut Permana & Mudiyaniti (2021) yang melakukan analisis aplikasi sistem keuangan pada desa dan menyatakan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Menurut Veeramootoo, N., Nunkoo, R., & Dwivedi, (2018) menyatakan bahwa kualitas informasi tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kemudian menurut Zhou & Xu (2021), Hoang & Nguyen (2020) dan Subawa & Sulistyawati (2020) menyatakan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi serta kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, Namun hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahendra et al. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi serta kualitas layanan yang tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Kemudian menurut Mofokeng (2021), Nguyen et al. (2021) dan Vicramaditya (2021) menyatakan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi serta

kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. Namun berbeda menurut Aisyah (2018) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.

Dari beberapa penjabaran di atas, penelitian ini sudah pernah dilakukan namun dengan objek, serta metode yang berbeda, dan hasil yang berbeda-beda dari masing-masing penelitian. Sehingga penelitian ini memerlukan penelitian lebih lanjut. Maka peneliti tertarik untuk melakukan riset dengan judul “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja *Online*”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, variabel yang akan menjadi pokok penelitian adalah kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Sehingga peneliti menetapkan pertanyaan terkait penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee?
2. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee?
4. Apakah kualitas sistem berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Shopee?
5. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Shopee?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Shopee?
7. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Shopee?
8. Apakah kualitas sistem berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Shopee melalui kepuasan konsumen?
9. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Shopee melalui kepuasan konsumen?

10. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Shopee melalui kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pernyataan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan konsumen Shopee.
2. Pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan konsumen Shopee.
3. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Shopee.
4. Pengaruh kualitas sistem terhadap loyalitas konsumen Shopee.
5. Pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas konsumen Shopee.
6. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Shopee.
7. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Shopee.
8. Pengaruh kualitas sistem terhadap loyalitas konsumen Shopee melalui kepuasan konsumen.
9. Pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas konsumen Shopee melalui kepuasan konsumen.
10. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Shopee melalui kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini baik secara praktisi manfaat dalam bidang pendidikan sebagai berikut:

1. Kegunaan Praktisi
 - a) Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan memperdalam ilmu pengetahuan di perspektif manajemen pemasaran khususnya perihal kualitas sistem,

kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas mahasiswa serta juga bisa digunakan sebagai materi pembandingan dalam melakukan studi objektif yang sama

b) Bagi Universitas Negeri Jakarta

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam penelitian yang berhubungan dengan pembelajaran daring serta selaku sumber informasi untuk penelitian selanjutnya.

c) Bagi Pembaca

Dapat dipakai sebagai bahan pengetahuan serta perbandingan dan sumber rekomendasi untuk aspek analisis yang sama.

2. Kegunaan Teoritis

Hasil riset ini diharapkan bisa memperluas wawasan pengetahuan serta referensi pada penelitian- penelitian berikutnya yang berkaitan dengan kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas mahasiswa serta sebagai materi kajian lebih lanjut.