

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era digitalisasi pada masa sekarang ini sangat memudahkan mobilitas masyarakat dalam berbagai bidang aspek kehidupan. Digital merupakan sebuah modernisasi yang berhubungan dengan teknologi dan internet. Maraknya perkembangan sistem digital ini membawa dampak perubahan yang sangat besar khususnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan berpengaruh besar pada bidang bisnis yang mendorong untuk berbelanja *online*. Maka dari itu banyak pelanggan yang menggeser kegiatan berbelanja di toko atau pusat perbelanjaan seperti mall, menjadi berbelanja pada sistem *online* atau digital. Semua kegiatan perdagangan mulai dari promosi produk hingga transaksi dapat dengan mudah dilakukan secara *online*.

Kebutuhan masyarakat seiring bertambahnya perkembangan jaman maka semakin meningkat. Kebutuhan masyarakat sangat penting untuk dipenuhi guna menyeimbangkan lingkungan yang dinamis. Pada dasarnya kebutuhan masyarakat tidak akan ada habisnya, manusia akan selalu merasa kurang puas dengan apa yang mereka miliki, bahkan saat kebutuhannya terpenuhi namun tidak sesuai keinginannya. Dengan fenomena yang seperti ini, tidak dipungkiri masyarakat sekarang memiliki sifat konsumerisme yang tinggi dan berdampak sangat besar pada sektor bisnis. Tidak dipungkiri bahwa perkembangan teknologi yang semakin pesat ini berdampak sangat drastis di sektor ekonomi bisnis guna untuk menunjang kebutuhan khalayak umum dan tentunya untuk meraup keuntungan dari pihak pebisnis.

Saat ini sudah banyak terdapat *e-commerce* yang menjadi pusat perbelanjaan yang berbasis *online* pada sistem digital. Menurut Kotler & Armstrong (2012) *e-commerce* merupakan saluran *online* yang dapat diakses komputer yang digunakan oleh pengusaha dalam menjalankan bisnis dan digunakan oleh konsumen untuk memperoleh informasi dengan bantuan komputer, dimulai dengan memberikan layanan informasi kepada konsumen dan dapat dilanjutkan dengan proses transaksi. *E-commerce* adalah unit alat yang berdinamis dan berbasis teknologi, baik aplikasi dan proses yang dilakukan di antara konsumen dan produsen dengan media elektronik, khususnya Internet. Perdagangan elektronik adalah saluran online atau saluran yang dapat dijangkau oleh seseorang melalui komputer dan internet yang digunakan pemasar menjalankan dan menggunakan bisnis mereka konsumen untuk mendapatkan informasi dan produk menggunakan bantuan perangkat seluler atau komputer dan internet sedang berlangsung dimulai dengan penyediaan layanan informasi kepada konsumen oleh produsen. Pemilik bisnis menyediakan layanan produknya melalui sistem aplikasi *e-commerce*, lalu konsumen dapat melihat dan membeli produk pada sistem aplikasi *e-commerce*. Menurut Auliya & Febria Lina, (2021) dalam strategi *e-commerce* ada beberapa pembagian bisnis internet sesuai dengan pihak-pihak yang ikut andil dalam transaksi penjualan, adalah sebagai berikut :

1. *Business to Business* (B2B)
2. *Business to Consumer* (B2C)
3. *Consumer to Consumer* (C2C)
4. *Consumer to Business* (C2B)

Contoh *e-commerce* yang ada di Indonesia yaitu antara lain seperti Shopee, Zalora, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli.com dan masih banyak lagi. Contoh-contoh tersebut sudah mempunyai banyak pengguna di Indonesia. Alasan yang kuat di era sekarang banyak yang memilih berbelanja online karena efektivitas serta efisiensi yang diberikan, oleh karena itu kegiatan berbelanja bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun.

Salah satu *e-commerce* yang digunakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia adalah Tokopedia. Kalangan yang menjadi pengguna Tokopedia adalah mulai dari usia remaja sampai dengan dewasa orangtua. Tokopedia adalah *e-commerce* yang berdiri sejak 2009 dan sudah masuk di kancah Asia Tenggara. Tokopedia yang menyediakan seluruh kebutuhan sehari-hari mulai dari anak, wanita hingga pria. Alasan Tokopedia ini berdiri ialah untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin mempunyai mobilitas yang mudah ketika ia berbelanja namun terbatas dengan jarak, waktu dan infrastruktur, maka dari itu terbentuklah *e-commerce Tokopedia* sedemikian rupa guna kebutuhan masyarakat tersebut dapat terpenuhi dengan baik.

Penting bagi pihak *e-commerce* seperti pihak Tokopedia untuk memahami kualitas layanan yang diberikan itu apakah sudah memenuhi kepuasan pelanggan dan mencapai kebahagiaan pelanggannya atau tidak, karena hal itu menjadi indikator penentu kesuksesan dalam sebuah *e-commerce* (Berliana & Zulestiana, 2020). Kesuksesan atau kegagalan dari *e-commerce* dapat diukur melalui tingkat layanan kualitas berbasis online (*e-service quality*). Keberhasilan *platform e-commerce* dapat dilihat melalui *e-commerce* tersebut mendapat penghargaan “*Top Brand*” atau tidak. Berikut dilampirkan tabel yang menunjukkan bahwa Tokopedia yang menjadi objek

penelitian ini masih belum menempati peringkat satu dalam Top Brand Index di beberapa tahun belakangan ini. *E-commerce* yang menjadi *Top One* dalam *Top Brand Index* yaitu aplikasi Lazada pada tahun 2022 dan aplikasi Shopee pada tahun 2021. Aplikasi Tokopedia dalam sejarah semenjak berdiri, Tokopedia masih belum menjadi *Top Brand number one*. Suatu produk jika belum mendapatkan penghargaan menjadi brand favorit, tentunya selalu ada kekurangan, entah dari aspek kualitasnya yang kurang menurut konsumen, atau faktor yang lainnya, oleh karena itu peneliti akan meneliti mengapa Tokopedia belum menjadi *Top Brand number one*.

Tabel 1.1
Top Brand Index 2020 & 2021
Online Shopping

BRAND	TBI 2020	Keterangan	BRAND	TBI 2021	Keterangan
Lazada.co.id	31.9%	Top	Shopee.co.id	41.8%	Top
Shopee.co.id	20.0%	Top	Tokopedia.com	16.7%	Top
Tokopedia.com	15.8%	Top	Lazada.co.id	15.2%	Top
Bukalapak.com	12.9%	-	Bukalapak.com	9.5%	-
Blibli.com	8.4%	-	Blibli.com	8.1%	-

Sumber : Top Brand Award 2020 dan 2021 (<https://www.topbrand-award.com/>)

Berdasarkan tabel yang sudah tertera diatas, dapat disimpulkan bahwa aplikasi Tokopedia masih termasuk ke dalam salah satu dari 5 terbaik di Indonesia. Terlihat juga bahwa terdapat perkembangan dalam posisi serta index yang menunjukkan kemajuan dalam peningkatan dari tahun 2020 ke 2021. Hal ini

menunjukkan bahwa aplikasi Tokopedia menempati posisi sebagai salah satu aplikasi *e-commerce* dalam kategori *online shopping* dengan pengguna terbanyak di Indonesia, akan tetapi menempati posisi ke-tiga pada *Top Brand Award* di tahun 2020 dan menempati posisi ke-dua pada *Top Brand Award* di tahun 2021. Data yang sudah diperoleh tersebut tentunya menjadi pertimbangan peneliti untuk meneliti aplikasi Tokopedia terkait perkembangannya. Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan alasan kota Surabaya merupakan kota yang majemuk masyarakatnya dan mempunyai mobilitas yang tinggi, namun pengguna aplikasi Tokopedia di Surabaya juga tergolong banyak. Alasan lain, karena Surabaya merupakan kota untuk berkuliah dari peneliti, sehingga mempermudah peneliti dalam memenuhi data untuk mengefisiensikan waktu yang ada. Dengan demikian, peneliti ingin meneliti seberapa jauh keterlibatan pengguna aplikasi Tokopedia dalam kepuasan pelanggan, kebahagiaan pelanggan dan minat beli ulang pada Tokopedia.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah yang dipilih oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Tokopedia ?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kebahagiaan pelanggan pada pengguna aplikasi Tokopedia ?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang pada pengguna aplikasi Tokopedia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki 3 (tiga) tujuan menganalisis signifikansi pengaruh:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik keseluruhan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Tokopedia.
2. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kebahagiaan pelanggan pada pengguna aplikasi Tokopedia.
3. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat beli ulang pada pengguna aplikasi Tokopedia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dan tujuan yang dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya, adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk menjaga kualitas layanan elektronik yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan agar pelanggan merasa bahagia dan akan melakukan pembelian ulang.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca untuk mengetahui kualitas layanan elektronik yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan yang berdampak pelanggan merasa bahagia dan melakukan pembelian ulang pada aplikasi Tokopedia.

3. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya untuk menambah referensi apabila akan ada yang melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada kebahagiaan pelanggan dan pembelian ulang.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya untuk dijadikan sumber referensi dengan variabel yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Penyusunan laporan penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian, yang secara keseluruhan dijelaskan melalui sub-bab yang berbeda yang berisi uraian-uraian untuk mendukung isi penelitian ini secara sistematis yang akan dijelaskan pada setiap bab laporan penelitian ini. Sistematika laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab satu berisikan pendahuluan dimana bagian ini menjelaskan secara umum mengenai kasus yang terjadi di masyarakat Indonesia, alasan mengambil penelitian ini, dan objek serta materi lainnya seperti perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua merupakan tinjauan pustaka yang berisi mengenai uraian yang menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, hubungan antar variabel yang mengacu pada penelitian proposal ini.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga merupakan metodologi penelitian yang berisi mengenai cara atau metode yang kita gunakan dalam mengambil serta mengolah data penelitian. Diawali dengan rancangan dan batasan penelitian, identifikasi beberapa variabel, pengertian operasional dan pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel, instrument penelitian, populasi dan teknik dalam pengambilan sampel, data dan metode yang digunakan untuk pengumpulan data, hingga uji validitas, reliabilitas instrumen penelitian dan teknis analisis data penelitian.

BAB IV: ANALISIS DATA

Bab keempat ini menjabarkan mengenai uraian-uraian hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, yang meliputi gambaran subyek penelitian, analisis data dan selanjutnya yang terakhir yaitu mengenai pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab lima menjabarkan mengenai kesimpulan terkait hasil penelitian, lalu juga dijelaskan tentang keterbatasan yang terjadi pada penelitian ini, dan yang terakhir yaitu mengenai saran terhadap batasan-batasan penelitian yang sudah dijelaskan tersebut.