

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Saat ini dunia berada di revolusi industri 4.0 yang dimana revolusi industri ini mengintegrasikan antara teknologi cyber dan teknologi otomatisasi. Dampak dari revolusi industri 4.0 adalah dalam penerapannya tidak lagi memberdayakan tenaga kerja manusia, sebab semuanya sudah menerapkan konsep otomatisasi.

Dengan demikian tingkat efektifitas dan efisiensi waktu bisa meningkat. Disamping manfaat revolusi industri 4.0 terhadap bidang prindustrian, manfaat teknologi juga bisa dirasakan oleh semua orang. Pada saat ini mengakses informasi sangat mudah dan bisa dilakukan kapan dan di mana saja dengan adanya jaringan internet.

Berdasarkan laporan terbaru We Are Social, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini.

Tren ini mengubah banyak bidang kehidupan manusia, dan menanamkan teknologi cerdas yang dapat terhubung dengan berbagai bidang kehidupan manusia, sektor di bidang bisnis merupakan sektor yang paling terkena dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi.

Melihat peluang dari berkembangnya internet ini banyak perusahaan yang berlomba-lomba dalam memanfaatkan internet sebagai lahan bisnis mereka seperti membuat wadah perdagangan elektronik atau *e-commerce*.

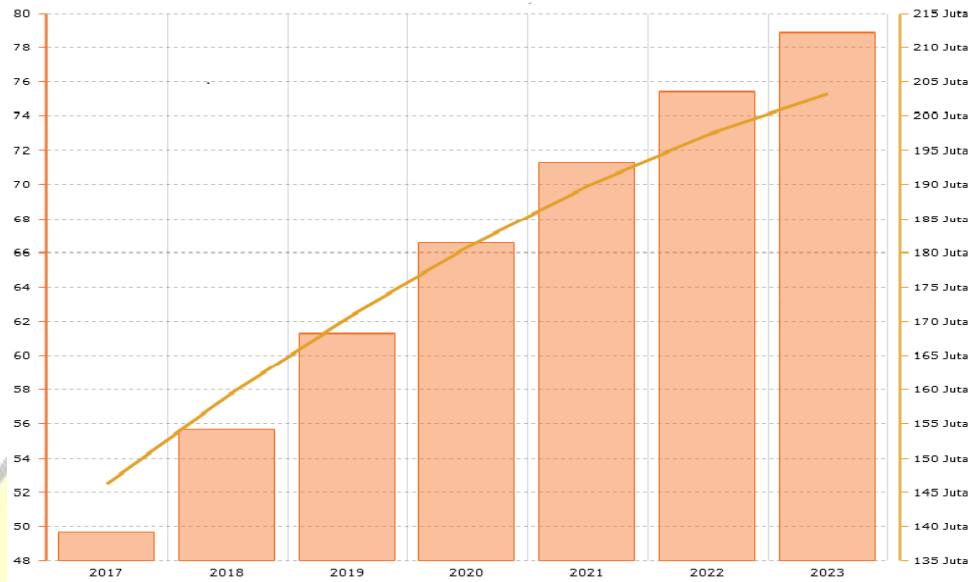
Menurut Sunarto dalam Rahayu dan Djawoto (2017:2) *e-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik, dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Dengan adanya perusahaan *e-commerce* ini memberi banyak keuntungan yang didapatkan. Salah satunya adalah dari segi penjual tanpa harus mendirikan toko atau kantor besar seperti yang dilakukan oleh para pelaku bisnis offline sebagai tempat usaha. Hanya dengan memanfaatkan jaringan internet, penjual sudah bisa memasarkan produk atau jasa kepada konsumen kapanpun dan di manapun.

Keuntungan lainnya adalah kemudahan berkomunikasi antara penjual dan pembeli. Dari segi pembeli dapat melihat perbandingan harga barang yang diinginkan tanpa mengunjungi toko-toko secara langsung dan menghemat biaya yang dikeluarkan, apabila lokasi toko jauh, konsumen dapat menghemat ongkos perjalanan dengan diganti biaya pengiriman yang jauh lebih murah dan bermanfaat oleh para pembeli, maka dapat dilihat dari banyaknya manfaat yang diberikan oleh *e-commerce* ini dapat diterima oleh masyarakat luas.

Gambar 1.1

Pengguna dan Tingkat Penetrasi *E-commerce* di Indonesia 2017-2023



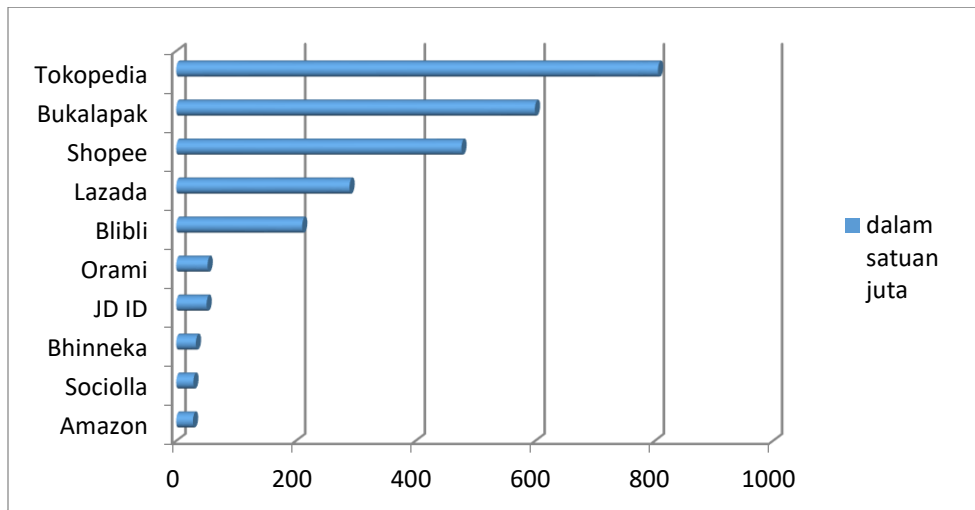
Sumber: databoks.katadata.co.id

Statistik dari Databoks mencatat jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2017 adalah 139 juta pengguna, kemudian naik 9,7% dari total populasi Indonesia menjadi 168,3 juta pengguna di tahun 2019. Pada tahun 2020 diproyeksikan akan mencapai 181,5 juta pengguna dan akan terus bertambah hingga 212,2 juta pengguna pada 2023.

Tingginya pertumbuhan pengguna *e-commerce* berdampak pada ketatnya persaingan pada pasar yang membuat perusahaan berupaya untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif, kreatif dan inovatif didalam menciptakan produk dengan harga yang sesuai pada pasar untuk mengembangkan dan memajukan bisnisnya. Berikut 10 bisnis *e-commerce* paling sering dikunjungi pada 2019.

Gambar 1.2

10 E-commerce Terpopuler di Indonesia



Sumber:

cuponation.co.id

Situs CupoNation merilis studi tentang platform *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia selama 6 bulan terakhir dalam periode Januari - Juni 2019. Studi ini mengungkap 10 toko online terpopuler di Indonesia, baik dari perusahaan *e-commerce* lokal maupun Internasional.

Tokopedia merupakan platform *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia dengan total pengunjung selama 6 bulan sebanyak 805.5 juta. Peringkat kedua masih dikuasai oleh perusahaan *e-commerce* lokal yaitu Bukalapak dengan jumlah kunjungan mencapai 599.3 juta pengunjung selama 6 bulan.

Transaksi Online shopping dengan adanya *e-commerce* membuat kita semakin mudah karena hanya dengan biaya berlangganan internet bisa berbelanja tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Karena kemudahan inilah membuat *online shopping* semakin diminati. Hal ini membuat perkembangan bisnis *online shop* dan internet di Indonesia ini menimbulkan peluang bagi persaingan *online shop* untuk bersaing dalam menarik minat beli dan kepuasan konsumen

untuk kemajuan dan perkembangan bisnisnya. Menurut Machmud dan Sidharta dalam Andhini dan Khuzaini (2017:2) Besarnya potensi *e-commerce* diharapkan dapat menciptakan teknoprenur dan mendorong UMKM sesuai dengan karakteristik usahanya masing-masing untuk memanfaatkan potensi yang ada.

Bukalapak adalah salah satu perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang memiliki slogan jual-beli *online* mudah dan terpercaya karena Bukalapak memberikan jaminan 100% uang kembali kepada pembeli jika barang tidak dikirimkan oleh pelapak. Bukalapak dapat diakses melalui alamat situs bukalapak.com. Selain itu, Bukalapak juga dapat diakses dengan melalui aplikasi berbasis android maupun iOS yang dapat diunduh melalui *Google Playstore* maupun *Apple Appstore*.

Situs Bukalapak resmi berdiri pada tanggal 10 januari 2010 dengan tujuan, visi dan misi yang mulia yakni menaikkan kelas UKM dalam negeri dengan memberdayakan usaha kecil serta menengah yang ada di Indonesia. Situs ini memberi wadah bagi UKM yang ingin berjualan serta menemukan pembeli dari produk yang mereka buat.

Menurut Tjiptono dalam Susilo (2018:3) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan sangat penting untuk menarik konsumen karena kualitas pelayanan dapat membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya dalam benak konsumen. Baik atau buruknya kualitas pelayanan akan berdampak besar bagi kepuasan konsumen yang selanjutnya akan mempengaruhi konsumen untuk loyal kepada

perusahaan. Maka dari itu, perusahaan harus dapat memberikan produk dan kualitas pelayanan yang baik agar tercapainya kepuasan konsumen.

Kepercayaan konsumen adalah salah satu kendala dalam melakukan *online shopping*, karena masih banyak konsumen yang masih tidak percaya dalam berbelanja *online*, hal ini menjadi kendala untuk para pelaku usaha *e-commerce*. Para pelaku usaha *e-commerce* harus memberikan pelayanan dan kualitas yang baik agar dapat menciptakan kepercayaan pada setiap pelanggannya. Pentingnya kepercayaan di suatu toko dalam bertransaksi sangat terasa oleh para konsumen sehingga tak jarang hal ini menjadi salah satu indikator utama akan kepuasan dan niat konsumen untuk membeli suatu produk di internet. Dalam hal ini maka semakin tinggi rasa kepercayaan yang dirasakan pelanggan, maka akan semakin tinggi kepuasan yang didapat, Ball dan Machas dalam Khasanah (2015:5).

Nilai pelanggan merupakan penilaian keseluruhan konsumen terhadap utilitas sebuah produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima dan apa yang diberikan. Menurut Lapierre dalam Khasanah (2015:3) Semakin tinggi nilai pelanggan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan temuan penulis dari beberapa sumber. Penulis menemukan ulasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Bukalapak, sebagai berikut:

Tabel 1.1

Daftar Konsumen E-Commerce Bukalapak yang Puas

No	Nama	Keluhan	Sumber
1.	John Itb	Bukalapak sangat membantu pembeli dan penjual sekalipun lewat online (tanpa pernah tau sebelumnya siapa pembeli dan penjual), namun saya mempercayakan saja uang ditransfer ke si penjual, lima hari kemudian barang sampai ke tangan saya...terimakasih bukalapak. Pertahankan terus kepercayaan pembeli kepada si penjual, begitu juga sebaliknya. Saya percaya Bukalapak semakin maju di republik yg kita cintai ini dan tempat belanjanya orang Indonesia... Bukalapak tempat belanjanya orang Indonesia	<u>Google</u> Play Store (2020)
2.	Dedik Cahyono	Awalnya merasa aneh menggunakan aplikasi bukalapak, namun layanan dr cs sangat membantu sekali. Sehingga kekawatiran kita terjawab langsung oleh cs dg respon time yg luar biasa dan pelayanan yg ramah dan tuntas.. Maju terus bukalapak	<u>Google</u> Play Store (2020)
3.	Dede Irawan	Belanja di Bukalapak memuaskan, variasi barang cukup banyak, pelayanan bagus, pelapak so far respon dgn cepat, pengiriman tepat waktu, kurir ramah, sering ada free ongkir, pokoknya cukup memuaskan belanja di Bukalapak. Belanja? Bukalapak dulu...sukses selalu...👍👍👍	<u>Google</u> Play Store (2020)

4.	Bang Pitung	Cuma Bukalapak, yg sangat memudahkan untuk bertransaksi online. Dari pilih barang, pesan dan bayar. Semoga Bukalapak sering2 ada diskon.! Nb. Seharusnya bukalapak bisa melihat siapa saja yang sering belanja melalui aplikasi bukalapak dan pembeli yg sering menggunakan bukalapak langsung mendapatkan rewardnya. 😊	<u>Google</u> Play Store (2020)
5.	Ida Farlinda	Buka Lapak,mengatasi masalah tanpa masalah Dunia dagang terasa simple bila bergabung dengan Buka Lapak. Apalagi dimasa Pandemi ini, banyak toko langganan pada Tutup,alhamdulillah ada buka Lapak,semua jadi terkendali dengan aman,lancar dan menguntungkan. @jalakjalak	<u>Google</u> Play Store (2020)
6.	Bapak Budi	Saya pernah terjadi kesalahan bayar, Namun berkat konfirmasi proses via email dari CS sangat membantu, sehingga Dana yg ada di Buka Dompot mudah untuk di tarik kembali.. Sehingga Kami tidak merasa was was, atau takut uang Kami hilang.. Semoga pelayanan & kepercayaan customer menjadi prioritas bagi Management Buka Lapak.. 🍊🍊🍊	<u>Google</u> Play Store (2020)
7.	Dewi Sartika Can	Semoga berjaya terus Bukalapak... Senang bekerjasama menjadi mitra Bukalapak. Semoga hadiahnya dan niat donaturnya tersalurkan dengan amanah dan mendapat	<u>Google</u> Play Store (2020)

		pahala yang berlimpah dari Allah subhanahu wata'ala aamiin ya Allah humma aamiin	
8.	Dedy Damara	Terima ksh bukalapak. semakin ke sini aku semakin yakin 100 % tanpa rasa ragu lagi belanja di BUKALAPAK kena slalu tanggung jawab dan slalu membantu d saat ada masalah transaksi belanja atw pun pengembalian dana, smga sukses slalu bwt bukalapak	<u>Google</u> Play Store (2020)
9.	Herzan 25	Saya suka banget Bukalapak, lengkap sekali,apa yang saya cari ada semua di sini. Apalagi ada promo gratis ongkir dan potongan ongkirnya yg membuat saya pingin belanja terus. Cuma serbu seru aja koq gak pernah dapet ya.hahaha. makasih bukalapak.	<u>Google</u> Play Store (2020)
10.	Dudi Yulia	always nice belanja di bukalapak, barang lengkap, seller terpercaya, banyak diskon dan voucher, bisa beli pulsa atau paket data lebih murah dari provider, good job! - one satisfied customer-	<u>Google</u> Play Store (2020)

Sumber : www.play.google.com

Pada tabel 1.1 menjelaskan konsumen Bukalapak yang merasa puas. Dari beberapa pernyataan diatas dapat diketahui bahwa pelayanan *e-commerce* Bukalapak sudah cukup baik, akan tetapi penulis melihat ulasan konsumen yang tidak puas lebih banyak daripada konsumen yang puas pada kolom ulasan aplikasi Bukalapak di Google play Store. Berikut daftar konsumen *e-commerce* Bukalapak yang tidak puas.

Tabel 1.2

Daftar Konsumen E-Commerce Bukalapak yang Tidak Puas

No	Nama	Keluhan	Sumber
1.	Raesita Suwandi	Top up ovo melalui kredivo 500 ribu, dan saya kena tipu sama pelapaknya disuruh konfirmasi pesanan tapi gak sampe sampe. Bingungnya ko bisa pelapak kaya gitu bisa jualan di buka lapak dan udah ngelapor disuruh nunggu 3 hari payah banget pelayanannya 🙄. Kalo bisa jangan pake bukalapak buat top up apapun sama aja semuanya buat nipu orang	<u>Google</u> Play Store (2020)
2.	Doyok Blank	Kecewa banget,pdhl gua sdh pakai BL 4thn tapi makin hari makin parah,kl gk mau kembalikan uang bilang aja gpp,pantes banyak yg pindah ke yg lain nya,sumpah kecewa banget.AKHIRNYA TIDAK TERSELESAIKAN DAN UANG 950.000 hilang	<u>Google</u> Play Store (2020)
3.	Zianz Zianz	Saya belanja disini kecewa banget....saya belanja smartphone saya sudah bayar tpi barang saya blm juga di kirim sama pelapak dan sudah melewati dari tanggal yg di tentukan....tpi masalahnya katanya dana tersebut akan di kembalikan ke akun dana tpi mana saya tunggu tpi blm ada dana yg masuk ke akun saya ...saya kecewa 😞😞😞 dan merasa di bohongi😞😞.....klo Kya gini klo dana saya di kembalikan saya	<u>Google</u> Play Store (2020)

		ga bakalan belanja lagi di Bukalapak dan saya beritahu teman teman saya agar gak belanja lagi ...	
4.	Trez	Sekarang sering modus nyolong duit customer/ apa? Udah dibayar kok statusnya ga berubah. Ada 2 transaksi pula berturut ga ada laporan sudah dibayar, dikomplain malah hilang & usaha omong kosong. Lebih dr 1x24 jam. Tiada maaf, jangan minta maaf. Sudah dikirim detail kendala beberapa kali dan kadaluarsa, komplain lagi, ga nemuin jawaban.	<u>Google</u> Play Store (2020)
5.	Suhandi Andi	Akun saya kena bajak, anehnya pembajak bisa tahu transaksi yang saya lakukan. Dengan hanya meminta maaf cs bukalapak info ke saya tidak bisa mengembalikan saldo saya. Aplikasi yang sudah tidak aman utk digunakan, hati hati utk pengguna lain. Aplikasi yg sudah ada kebocoran sudah tdk bisa dipercaya, apalagi penanganan hanya sekedar minta maaf dan lebih menyalahkan konsumen. Tidak bertanggung jawab dan sudah tdk recommended utk dipakai. Sudah ada bukti kebocoran data msh saja tidak terima.	<u>Google</u> Play Store (2020)
6.	I Zid	Sangat kecewa dengan aplikasi ini, saya telah malukan dua kali pembayaran topup dan berhasil sesuai 3 digit angka terakhir, tapi tidak terverifikasi dua-duanya, saya	<u>Google</u> Play Store (2020)

		sudah ajukan kebuka bantuan namun berbelit-belit, sudah saya upload bukti pembayaran dan screenshotnya, dibalas dengan tidak ada bukti yang di upload, alhasil uang saya hilang entah dikembalikan atau tidak, hati-hati dengan aplikasi ini bisa mencuri uang costumer. Sangat kecewa	
7.	Sri Mulyani	Ada yang tau no CS Bukalapak ga ya, ? saya beli sepeda, udah bayar, sampe nunggu lebih 24 jam belum terkonfirmasi, malah pesanan kadaluwarsa, buka bantuan malah disuruh cuma nunggu terus, udah ngirim bukti2 tetep aja dicuekin CS Bukalapak kerjanya ngapain? Cuma disuruh bales chat tapi tidak bisa ngasih solusi? Sorry emosi, kasian anak saya udah nungguin..	<u>Google</u> Play Store (2020)
8.	Junaedi	Kecewa dengan seler bukalapak...brang yg salah ga sesuai gambar/tidak sesuai pesanan, udah saya return, barang pengganti yg benarnya belum datang, transaksi diclose dan pembayaran diteruskan ke pelapak...next time jangan begitu yg namanya transaksi close itu...barang sesuai pesanan dah diterima itu baru ijab qobul jual beli yg benar....sampai	<u>Google</u> Play Store (2020)

		sekarang barang penggantinya belum saya terima...	
9.	Fian Syah	Barang yg di pesan tdk sama dengan yg datang, langsung sy ajukan komplain, ternyata selesai mengisi alasan komplain dilampirkan dengan foto, kenapa di pemberitahuan sudah dinyatakan transaksi selesai, padahal sy tdk pernah klik terima barang. Diajukan komplain tapi tidak ditanggapi, Jadi sy memilih menghapus aplikasi dan tidak akan pernah belanja di bukalapak lagi	<u>Google</u> Play Store (2020)
10.	Iskan Days	Saya beli hp di BL, ditipu hilang 1,5 juta, pelapak Sumantri_store, saya diminta untuk klik tautan untuk keamanan asuransi barang dan akun saya di hack tidak bisa diakses, mohon dibantu selesai kan, karna ini bisa terjadi kepada yang lain. Terimakasih	<u>Google</u> Play Store (2020)

Sumber : www.play.google.com

Tabel 1.2 menjelaskan konsumen Bukalapak yang merasa tidak puas. Bukalapak memiliki keluhan yang berbanding terbalik dengan slogan yang dimilikinya. Dilihat dari keluhan konsumen Bukalapak, banyak yang merasa tertipu dan merasa Bukalapak lepas tanggung jawab terhadap permasalahan yang konsumen hadapi. Permasalahan ini berdampak pada kurang baiknya kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan hilangnya percaya dan rasa aman dalam bertransaksi di Bukalapak.

Selain itu berdasarkan data Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Staf Pengaduan YLKI Priyambodo menjelaskan, pelaku usaha online yang paling banyak mendapatkan pengaduan adalah Bukalapak dengan presentasi pengaduan sebanyak 17,6%. Mayoritas pelanggan mengeluh soal barang yang tidak diterima. Total aduan terhadap kasus itu menempati porsi 28,2%. Sedangkan kasus lain meliputi barang pesanan tidak sesuai spesifikasi 15,3% dan pengembalian dana atau refund 15,3%.

E-commerce Bukalapak harus memiliki kualitas yang mumpuni agar bisa bertahan dan terus berkembang dalam persaingan industri. Strategi yang harus dilakukan adalah lebih memperhatikan lagi tanggung jawab dan kepercayaan pelanggan untuk memberikan kepuasan konsumen pada pengguna *e-commerce* Bukalapak. Dalam mengembangkan bisnisnya, Bukalapak wajib mengetahui karakteristik pasar dan terus mengevaluasi kelebihan dan kekurangan yang dimiliki dalam mengembangkan perusahaan dan bisa bersaing.

Berdasarkan uraian diatas melihat perkembangan Bukalapak dari sejak awal berdiri di tahun 2010 hingga sekarang, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan pada *pengguna e-commerce* Bukalapak untuk menganalisis kepuasan konsumen pada pengguna *e-commerce* Bukalapak yang telah melakukan transaksi, maka penelitian ini berjudul **“ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA E-COMMERCE BUKALAPAK DI JAKARTA TIMUR BERDASARKAN KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN NILAI PELANGGAN”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka dapat ditarik beberapa identifikasi masalah yaitu :

- 1) Kepuasan Konsumen yang kurang baik, dilihat dari adanya keluhan serta laporan dari para konsumen terhadap *e-commerce* Bukalapak.
- 2) Kurang baiknya kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan pada *e-commerce* Bukalapak

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, agar penelitian lebih terarah dan tidak terjadi pelebaran pokok masalah serta sesuai dengan tujuan penelitian, maka batasan masalah dari penelitian ini yaitu terbatas pada pembahasan kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan nilai pelanggan pada pengguna *e-commerce* Bukalapak.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Apakah kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan dapat membedakan konsumen yang puas dan konsumen yang tidak puas pada pengguna *e-commerce* Bukalapak di Jakarta Timur?”

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen pada pengguna *e-commerce* Bukalapak di Jakarta Timur berdasarkan kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan.

1.6. Kegunaan Penelitian

1) Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini merupakan suatu sarana untuk memperaktekan teori-teori yang sudah diperoleh semasa perkuliahan dengan fakta yang ada di lapangan dan untuk memperluas pengetahuan tentang kepercayaan dan nilai pelanggan dan kepuasan kosnumen. Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pembaca untuk mengetahui seberapa besar perbedaan kepuasan konsumen pada *e-commerce* Bukalapak berdasarkan kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan.

2) Kegunaan Praktis

Diharapkan dapat lebih meningkatkan kepuasan konsumen dan implementasi kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelangan yang dimiliki oleh Bukalapak di Jakarta Timur untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan konsumen mereka dalam persaingan yang ada, dimana diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memecahkan masalah yaitu masalah praktis dalam perusahaan yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan digunakan