

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

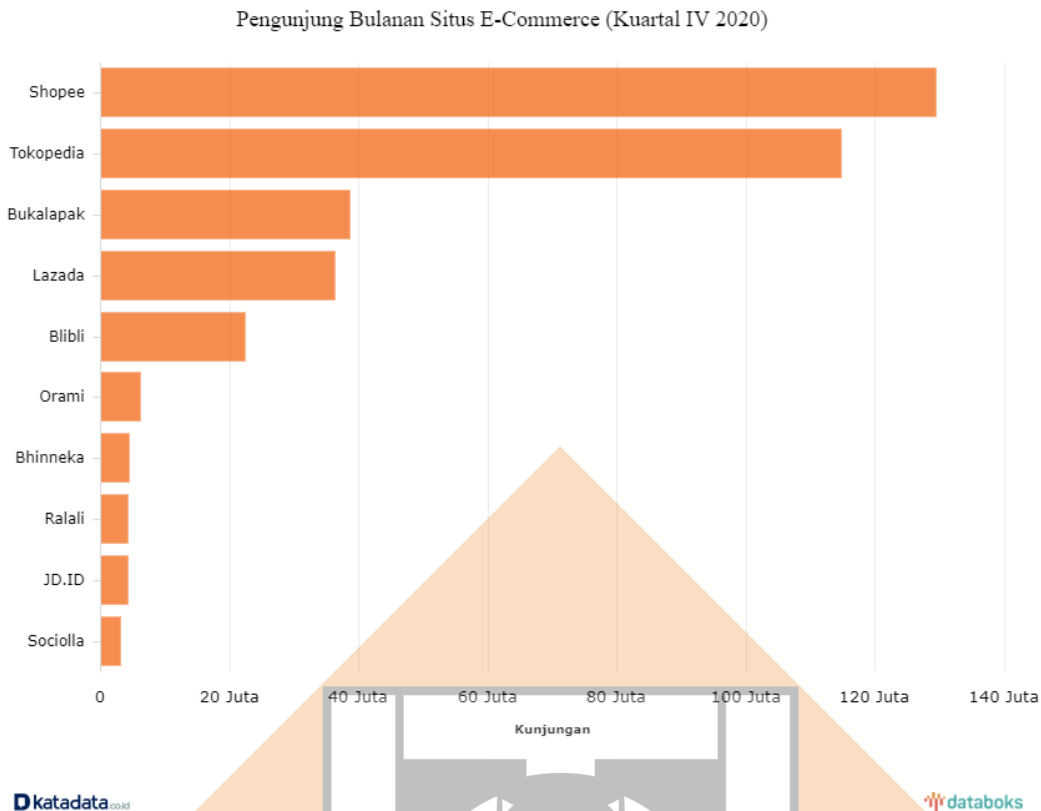
E-Commerce menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat untuk berbelanja dan menghindari kerumunan. *E-Commerce* adalah sistem yang sangat mudah diakses untuk melakukan semua aktivitas penjualan, pembelian secara *online* melalui internet. *E-Commerce* juga telah mengubah pola berbelanja masyarakat dengan cara berbelanja secara *online* dengan menggunakan *website* atau aplikasi untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat sekarang ini sudah terbiasa belanja *online* melalui *website* atau aplikasi, dengan adanya *E-Commerce* pengguna nya dapat dengan mudah berbelanja tanpa harus keluar rumah dan lebih menghemat waktu.

Alasan utama seseorang ingin menggunakan internet sebagai salah satu cara membeli *online* adalah agar mereka bisa mendapatkan barang apa yang diinginkannya dengan cepat tanpa membuang waktu dan tenaga. Meningkatkan kecepatan pelanggan *online* penting bagi perusahaan untuk mengatasi masalah kepuasan pelanggan [1]. Kepuasan konsumen adalah faktor kunci dalam pembentukan loyalitas dan kepercayaan pelanggan pada toko *online* yang pernah dikunjunginya. [1]

Banyaknya masyarakat yang menggunakan *E-Commerce* sebagai salah satu tempat untuk berbelanja *online* pada sebuah aplikasi, oleh sebab itu perlu nya memperhatikan masalah kepuasan konsumen. Kepuasan adalah perasaan bahagia atau kecewa bagi seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya [2].

Tren *E-Commerce* saat ini yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia yaitu Bukalapak, Tokopedia dan Shopee.

Berikut ini data grafik pengunjung *E-Commerce* :



Gambar 1. 1 Pengunjung Bulanan Situs *E-Commerce*

Sumber : iPrice, 10 Februari 2021

Berdasarkan gambar 1.1 data iPrice tanggal 10 februari 2021. Shopee masih berada di urutan pertama *E-Commerce* dengan jumlah pengunjung situs terbesar di Indonesia pada kuartal IV/2020. Rata-rata kunjungan bulanan ke shopee pada kuartal terakhir tahun lalu tercatat sebesar 129,3 juta. Tokopedia menyusul di urutan kedua dengan rata-rata kunjungan situs perbulannya sebesar 114,67 juta. Selanjutnya ada Bukalapak dengan rata-rata kunjungan bulanan sebesar Rp. 38,58 juta, Lazada sebesar 36,26 juta, dan Blibli sebesar 22,41 juta. Orami menempati posisi keenam dengan rata-rata kunjungan situs per bulannya sebesar 6,19 juta. Disusul oleh Bhinneka dan Ralali yang rata-rata kunjungan situs per bulannya masing-masing sebesar 4,44 juta dan 4,33 juta. Rata-rata kunjungan situs per bulan ke JD.ID pada kuartal IV/2020 sebesar 4,16 juta. Sementara, rata-rata kunjungan situs per bulan ke Sociolla pada kuartal IV/2020 sebesar 3,09 juta [3].

Peneliti tertarik untuk meneliti ketiga aplikasi tersebut, karena dapat dilihat dari data pengunjung *E-Commerce* bahwa ketiga aplikasi tersebut memiliki posisi pengunjung bisa terbilang sering dikunjungi oleh masyarakat untuk melakukan belanja *online*.

Terdapat beberapa masalah yang dari review konsumen yang pernah berbelanja *online* menggunakan aplikasi Bukalapak, Tokopedia dan Shopee. Dari review konsumen pada aplikasi Bukalapak pencairan dana tergolong cukup lama. Dari aplikasi Tokopedia pada saat pelanggan menggunakan voucher gratis ongkir dan tiba tiba pesanan dibatalkan. Dari aplikasi Shopee saat pelanggan membeli barang dalam nominal yang sedikit lalu memakai voucher gratis ongkir dan tiba-tiba tidak bisa dipakai karena tidak dapat memenuhi syarat ketentuan promo gratis ongkir tersebut yang harus berbelanja dalam jumlah besar.

Pengukuran kualitas *website* yang dilakukan oleh pengguna agar perusahaan dapat mengevaluasi *website* dengan lebih baik lagi [4]. Salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan aplikasi *E-Commerce* yaitu untuk memudahkan masyarakat belanja secara *online*. Namun beberapa masyarakat ada yang merasa kecewa pada saat berbelanja *online*, seperti : produk tidak sesuai, pengiriman lambat dan layanan yang kurang baik. Oleh karena itu konsumen memiliki rasa ketidakpuasan saat berbelanja *online*.

Metode yang akan saya gunakan adalah Metode PIECES karena Metode ini memiliki kelebihan jika dibandingkan dengan metode lain, misalnya dengan Metode Webqual 4.0. Webqual 4.0 merupakan hasil analisis pada Webqual 3.0 yang membawa pada identifikasi tiga dimensi dari kualitas *website e-commerce*, yaitu: kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*) [5]. Metode Webqual 4.0 ini hanya menggunakan tiga dimensi saja, sedangkan Metode PIECES ini memiliki dan menggunakan 6 aspek yang berupa *Performance, Information, Economy, Control, Efficiency* dan *Service*.

Oleh karena itu akan membandingkan kualitas dari tiga aplikasi *E-Commerce* dengan menggunakan variabel *PIECES Framework* yaitu (*Performance, Information and Data, Economics, Control and Security, Efficiency, Service*). Selain mengukur

kinerja aplikasi menggunakan *PIECES Framework*, diakhir penelitian akan diuji menggunakan Friedman untuk mengetahui apakah ada perbedaan kepuasan pada pengguna Bukalapak, Tokopedia dan Shopee.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis memilih judul penelitian **“Analisa Perbandingan Aplikasi Bukalapak, Tokopedia Dan Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode *PIECES Framework*”**

1.2 Rumusan Masalah

Perbandingan kepuasan pengguna pada aplikasi Bukalapak, Tokopedia dan Shopee

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui perbandingan pada aplikasi Bukalapak, Tokopedia dan Shopee dari kepuasan pengguna nya.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada pengguna aplikasi Bukalapak, Tokopedia dan Shopee

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian, penelitian terdahulu, serta diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran data penelitiannya.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai diagram alir yang dijadikan sebagai gambaran secara garis besar tahapan awal dalam penelitian sampai dengan metode yang akan digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil dari responden yang menjadi objek, analisis data dan pengolahan data yang diterima.

BAB 5 KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran-saran.

