

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia e-commerce yang sangat kompetitif. Kemajuan teknologi digital sudah mengakselerasi pertumbuhan pesat industri e-commerce di berbagai negara, termasuk Indonesia. Situasi ini menghasilkan persaingan yang semakin intens di antara platform-platform perdagangan elektronik dalam upaya menarik serta mempertahankan konsumen. Dalam konteks ini, kelangsungan sebuah platform, termasuk Shopee bisa menerima pengaruh dari salah satu faktor vital yang disebut dengan kepuasan konsumen. Usaha untuk menumbuhkan kepuasan konsumen berkaitan erat dengan tiga komponen utama, yakni keamanan sistem, kecepatan layanan, dan ketepatan dalam pemrosesan transaksi serta pengiriman barang.

Respon emosional dari konsumen, yang bisa berupa rasa puas atau kecewa, sering kali muncul akibat adanya perbedaan antara harapan yang ada dan kenyataan pelayanan yang diterima secara langsung. Dalam implementasinya, tingkat kepuasan yang dirasakan sangat tergantung pada bagaimana perusahaan mengatur kualitas layanan yang mereka tawarkan. Kualitas layanan ini bisa dievaluasi melalui berbagai elemen penting, mulai dari aspek fisik yang tampak, keandalan penyedia layanan, kecepatan dalam merespon keluhan, jaminan keselamatan, sampai empati yang diberikan pada pelanggan (Saputra et al., 2024). Keberlangsungan dan perkembangan Shopee sebagai satu dari sekian platform e-commerce terbesar di Indonesia bisa didukung oleh kontribusi vital dari kepuasan konsumen, sebab kontribusinya dalam membangun ketekunan dan loyalitas pelanggan (Reisya Aulia Anhar et al., 2024).

Dasar yang paling penting untuk menciptakan kepercayaan dari konsumen berakar pada adanya sistem perlindungan yang kuat. Ini memberikan jaminan pada tiap-tiap orang bahwa mereka aman saat melakukan transaksi dan memastikan data pribadi mereka tetap rahasia. Mengimplementasikan verifikasi dua langkah (2FA) merupakan salah satu langkah kunci untuk meminimalkan kemungkinan akun diretas, di lain sisi penggunaan sistem pembayaran yang andal juga berkontribusi dalam mengurangi risiko penipuan (Bakti Surbakti & Iqram, 2025).

Tingkat kepuasan pengguna bisa menerima pengaruh secara langsung dari faktor penting yang disebut dengan akselerasi distribusi barang. Shopee menawarkan berbagai pilihan waktu pengiriman untuk memenuhi permintaan waktu yang berbeda dari pelanggan. Hal ini dijelaskan oleh Hafizh (2024). Dalam konteks ini, Shopee menyajikan beberapa pilihan layanan pengiriman, seperti Shopee Express Standard, Sameday, Instant, dan Hemat, serta memastikan bahwa isi paket akurat, waktu pengiriman sesuai, jumlah barang tepat, dan kemasan mencapai standar yang sudah ditetapkan.

Kepuasan pelanggan bisa dipertahankan oleh peran penting dari keakuratan, terutama agar produk yang diterima selaras dengan deskripsi dan spesifikasi yang sudah dijanjikan. Di lain sisi, standar akurasi mencakup elemen transparansi dan visibilitas, di mana pelanggan menginginkan kepastian terkait status pesanan mereka secara real-time dan terus-menerus. Kemudahan dalam memantau pengiriman dengan tepat bisa mengurangi rasa cemas pelanggan sebab memberikan informasi yang jelas dan terbuka. Pelanggan merasa lebih tenang dan memiliki kontrol atas pengiriman, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan mereka pada platform e-commerce (Primadi et al., 2024).

Pada bulan Februari tahun 2023, ada penurunan jumlah pengunjung ke situs e-commerce di Indonesia, termasuk pada lima platform utama yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Orami, dan Blibli. Salah satu dari platform-platform besar itu, yakni Shopee, melaporkan angka pengunjung sejumlah 143,6 juta, mengalami penurunan sebanyak 16,2% jika dibandingkan dengan bulan Januari 2023 yang mencapai 171,3 juta pengunjung. Jika diteliti lebih dalam, jumlah orang yang datang ke Shopee menurun sejumlah 25% jika dibandingkan dengan bulan Desember 2022 yang mencatat 191,6 juta kali kunjungan. Sehubungan dengan hal itu, Shopee melaporkan adanya penurunan pengunjung selama dua

bulan berturut-turut (Mazela, 2024).

Menurunnya minat pelanggan untuk membeli kembali di Shopee adalah masalah yang perlu segera ditangani, sebab bisa memperlihatkan adanya masalah dalam kualitas layanan. Salah satu hal yang mungkin berdampak pada situasi ini adalah keterlambatan dalam pengiriman barang, mengingat kepuasan pelanggan bisa menerima pengaruh dari peran penting dari kecepatan pengiriman. Konsumen umumnya mengharapkan barang sampai selaras dengan waktu yang sudah dijanjikan. Jika ada masalah dengan waktu pengiriman, hal ini berpotensi menimbulkan ketidakpuasan dan merusak reputasi platform dalam memenuhi janji layanan yang diberikan (Mangkur, 2023). Di lain sisi, berbagai keluhan dari pengguna masih bisa ditemukan pada kolom ulasan aplikasi Shopee di Google Play Store, baik yang disampaikan oleh penjual ataupun pembeli. Beberapa masalah yang kerap dikeluhkan antara lain waktu pemuatan aplikasi yang lambat, keterlambatan dalam proses pengiriman, respons layanan pelanggan yang dinilai kurang memberikan solusi, kesulitan saat melakukan penarikan dana, serta masih ditemukannya produk yang tidak selaras dengan deskripsi yang tertera. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas layanan Shopee masih perlu ditingkatkan agar bisa memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik serta lebih memuaskan bagi para penggunanya (Nadhifa et al., 2023).

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut ialah sejumlah masalah yang diidentifikasi dalam studi ini mengacu pada latar belakang di atas:

1. Verifikasi dua faktor dan payment gateway masih perlu ditingkatkan
2. Kejadian tak terduga terjadi saat proses pengantaran
3. Kesulitan untuk memastikan akurasi pemesanan barang, baik dalam kondisi ataupun jenis barang
4. Kualitas produk yang tidak sesuai ekspektasi

1.3 Rumusan Masalah

1. Sejauh mana dimensi keamanan pada platform Shopee memberikan kontribusi pada pencapaian kepuasan pelanggan di segmen Gen Z?
2. Apakah tingkat kepuasan pengguna dari kalangan Gen Z bisa ditentukan oleh pengaruh dari aspek kecepatan layanan Shopee secara signifikan?
3. Bagaimana persepsi kepuasan pelanggan pada kelompok Gen Z menerima pengaruh dari tingkat akurasi operasional Shopee?
4. Sejauh mana kepuasan pelanggan shopee di kalangan Gen Z menerima pengaruh dari variabel keamanan, kecepatan, serta akurasi secara simultan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tingkat keamanan Shopee pada kepuasan pelanggan di kalangan Gen Z di kota Medan
2. Untuk mengevaluasi pengaruh tingkat kecepatan Shopee pada kepuasan pelanggan di kalangan Gen Z di kota Medan
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tingkat akurasi Shopee pada kepuasan pelanggan di kalangan Gen Z di kota Medan
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tingkat keamanan, kecepatan, dan akurasi Shopee secara bersamaan pada kepuasan pelanggan di kalangan Gen Z di kota Medan

1.5 Manfaat Penelitian

1. Memberikan kontribusi pada pengembangan teori kepuasan pelanggan dalam konteks e-commerce dengan menganalisis faktor-faktor keamanan, kecepatan, dan akurasi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Peneliti berikutnya bisa menjadikan temuan penelitian ini sebagai acuan dalam menjalankan studi-studi lebih lanjut dalam bidang ini.
2. Memberikan wawasan yang berguna bagi shopee untuk mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang perlu ditingkatkan, seperti sistem keamanan, kecepatan pengiriman, dan akurasi pemenuhan pesanan agar kepuasan dan loyalitas pelanggan bisa ditingkatkan.
3. Membantu konsumen dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mereka di platform e-commerce, sehingga keputusan yang lebih tepat bisa dibuat oleh mereka saat berbelanja di shopee
4. Kebijakan dan strategi yang lebih efektif bisa dikembangkan oleh platform e-commerce dengan menjadikan temuan penelitian ini sebagai referensi sehingga kualitas layanan bisa ditingkatkan dan persaingan pasar bisa dikuasai

1.6 Tinjauan Pustaka

Kepuasan Pelanggan

Oliver (2019) memaparkan bahwasanya Respon emosional yang diperlihatkan pembeli sesudah membandingkan kualitas layanan dengan ekspektasi pribadinya mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan itu. Seperti yang dijelaskan Irawan (2021) perasaan emosional yang timbul sesudah suatu produk atau layanan digunakan oleh pelanggan dikenal dengan kepuasan pelanggan (Ayunani et al., 2023). Kotler dan Keller (2018) memaparkan bahwasanya perasaan senang atau kecewa yang timbul saat kinerja produk dibandingkan dengan harapan pelanggan dikenal dengan kepuasan (Rio Sasongko & Penulis, 2021). Berdasarkan teori yang sudah dibahas, peneliti memaparkan bahwasanya perasaan senang saat produk atau layanan yang diberikan selaras dengan harapan mereka dikenal dengan kepuasan pelanggan.

Keamanan

Keamanan saat bertransaksi adalah hal yang penting dalam membeli barang secara online. Park dan Kim (2006) memaparkan bahwasanya sejauh mana data pelanggan mampu dilindungi oleh toko selama proses belanja online sehingga rasa aman dan kepercayaan pelanggan pada toko itu bisa ditingkatkan dikenal dengan keamanan. (I. Ramadhan & Anggraeni, 2022). Hasil ini juga selaras dengan penelitian (Rahayu & Susanti, 2022) yang memaparkan bahwasanya upaya yang dilakukan dengan maksud agar terjadinya pelecehan atau penggunaan yang tidak bertanggung jawab oleh sejumlah pihak yang tidak bertanggung jawab baik yang ada di lingkungan ataupun di sistem keamanan data bisa dicegah dikenal dengan keamanan, seperti yang disebutkan oleh (Putra & Triwardhani, 2023). Berdasarkan teori yang sudah dibahas, peneliti menyimpulkan bahwa keamanan adalah cara untuk mencegah atau melindungi data dari pemakaian yang tidak sah.

Kecepatan

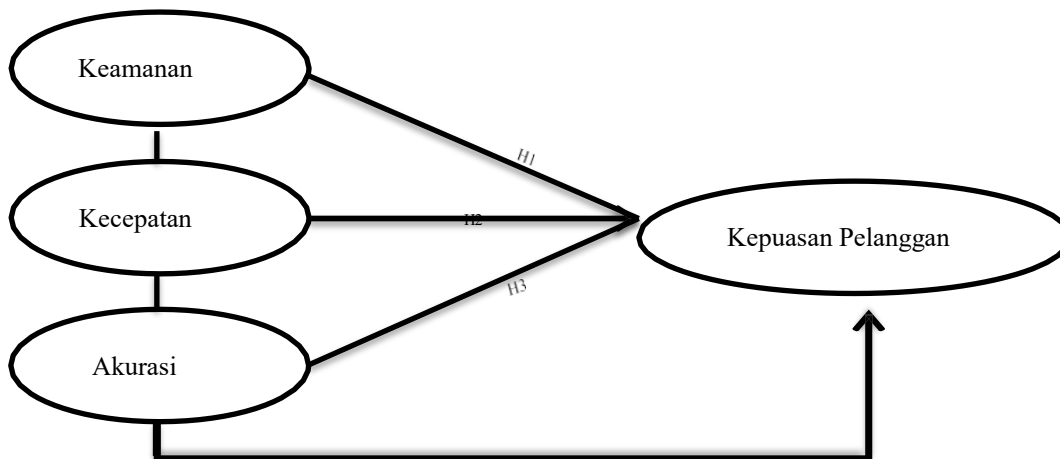
Kecepatan pengiriman di perusahaan jasa sangat penting untuk membentuk kesan baik bagi pelanggan, di lain sisi jika pengiriman terlambat, bisa membuat citra perusahaan menjadi buruk. Kepuasan pelanggan di perusahaan jasa pengiriman menerima dampak yang signifikan dari pengiriman yang cepat dan tepat waktu, seperti yang diperlihatkan oleh penelitian (Alam Abdul Salam et al., 2024).

Berdasarkan teori yang sudah dibahas, peneliti menyimpulkan bahwa kecepatan merupakan hal penting dalam e-commerce, baik dalam hal ketepatan waktu ataupun respons cepat pada kebutuhan pelanggan.

Akurasi

Ketepatan dalam pengiriman barang memegang peranan esensial untuk menjamin bahwa tiap-tiap item yang sampai ke tangan konsumen sudah selaras dengan spesifikasi yang diminta. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa pengiriman bisa diperhatikan dari ketepatan, kecepatan, dan sikap ramah saat melayani pelanggan, yang secara keseluruhan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan (Alam Abdul Salam et al., 2024). Di lain sisi, akurasi juga penting dalam memberikan informasi terkini terkait proses pengiriman berdasarkan nomor resi yang ada (Primadi et al., 2024). Berdasarkan penjelasan teori itu, bisa diambil kesimpulan bahwa tingkat akurasi dan kualitas pengiriman memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

1.8 Kerangka Konseptual



H4
Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

1.9 Hipotesis Penelitian

Selaras dengan definisi (Irfan Syahroni dkk., 2022). Hipotesis merupakan sebuah konklusi awal bagi problematika yang dikaji dalam penelitian. Mengacu pada landasan itu, diajukanlah serangkaian dugaan teoretis sebagai berikut:

- H₁ : Keamanan memberikan pengaruh nyata pada kepuasan pelanggan Shopee di kalangan Gen Z
- H₂ : Kecepatan memberikan pengaruh nyata pada kepuasan pelanggan Shopee di kalangan Gen Z
- H₃ : Akurasi memberikan pengaruh nyata pada kepuasan pelanggan Shopee di kalangan Gen Z
- H₄ : Keamanan, Kecepatan dan Akurasi memberikan pengaruh nyata pada kepuasan pelanggan Shopee di kalangan Gen Z