

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman globalisasi ini, pertumbuhan ekonomi mengalami kemajuan dengan amat cepat, didorong oleh kemajuan teknologi dan digitalisasi dalam berbagai sektor, terutama dalam dunia bisnis. Internet telah menjadi faktor utama dalam perubahan pola bisnis modern, menghubungkan konsumen dengan penyedia layanan dan informasi melalui teknologi yang semakin canggih dan eksklusif.¹

Perdagangan elektronik, juga dikenal sebagai *e-commerce*, telah mengubah cara transaksi jual beli dilaksanakan. Dengan teknologi digital, transaksi sekarang dapat dilakukan secara online melalui perangkat seperti komputer, tablet, atau smartphone. Sebelumnya, transaksi hanya dapat dilaksanakan dengan langsung di antara penjual dengan pembeli. Berbagai *platform e-commerce* hadir untuk memfasilitasi pembelian dan penjualan produk secara praktis tanpa terbatas oleh jarak dan waktu²

Sebagai bentuk transaksi berbasis teknologi canggih, *e-commerce* telah mengubah pola transaksi tradisional. Jika dahulu interaksi antara konsumen dan penjual dilakukan secara langsung dalam suatu tempat atau toko fisik, kini

¹ E. I. I. (2010) Hamizar, A., & Ambon, "Pergeseran Perilaku Konsumen Dalam Minat Beli Ulang Berdasar Produk Website (Analisis Perubahan Model Bisnis Terhadap Pilihan Konsumen).," n.d., 129–40.

² M. Ikhwan Syarif et al., "Potensi Perkembangan E-Commerce Dalam Menunjang Bisnis Di Indonesia," *Journal of Computers and Digital Business* 2, no. 1 (2023): 11–14, <https://doi.org/10.56427/jcbd.v2i1.30>.

interaksi tersebut terjadi secara virtual melalui aplikasi atau situs web. Hal ini membawa banyak manfaat, seperti kemudahan akses, hemat waktu, pilihan produk yang lebih beragam, serta kenyamanan dalam berbelanja tanpa harus keluar rumah.

Namun, di balik kemudahannya, perkembangan *e-commerce* juga menuntut keamanan transaksi digital yang lebih baik. Perlindungan data pribadi, sistem pembayaran yang aman, serta kepercayaan antara penjual dan pembeli menjadi faktor utama dalam keberlangsungan bisnis berbasis digital ini. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus selalu melaksanakan inovasi serta peningkatan mutu pelayanan supaya tetap bersaing di era digital yang kian kompetitif.

Dengan demikian, *e-commerce* telah menjadi bagian penting dalam kehidupan modern dan memberikan dampak besar terhadap pola konsumsi masyarakat. Kedepan, teknologi yang semakin maju diprediksi akan terus mengembangkan cara transaksi yang lebih canggih dan efisien, mengandalkan *e-commerce* menjadi bagian dari pilar utama di dunia bisnis global.

E-commerce tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk transaksi jual beli secara online, melainkan juga memberi tantangan yang baru berkaitan dengan perihal logistik serta pengiriman barang. Dalam ekosistem *e-commerce*, jasa pengiriman barang menjadi elemen krusial yang menentukan kelancaran proses jual beli. Keberhasilan transaksi online tidak hanya bergantung pada kualitas produk dan harga yang ditawarkan, tetapi juga pada

efisiensi dan keandalan sistem pengiriman barang yang digunakan.

Dengan semakin berkembangnya industri e-commerce, berbagai layanan pengiriman barang bermunculan dan saling bersaing untuk memberikan layanan terbaik. Oleh karena itu, pengguna perlu mempertimbangkan dengan cermat jasa pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Beberapa faktor utama yang harus diperhatikan dalam memilih jasa pengiriman meliputi:

- Kecepatan pengiriman, yang menentukan seberapa cepat barang sampai ke tangan pelanggan.
- Ketepatan waktu, yang mengacu pada konsistensi dalam mengirimkan barang sesuai dengan estimasi waktu yang dijanjikan.
- Cakupan area layanan, yang memastikan bahwasanya jasa pengiriman dapat menjangkau berbagai lokasi sesuai dengan kebutuhan pembeli dan penjual.
- Biaya pengiriman, yang harus seimbang dengan mutu pelayanan supaya tetap bersaing di pasar.
- Kualitas layanan, yang mencakup keamanan barang selama pengiriman, kemudahan pelacakan paket, serta responsivitas layanan pelanggan dalam menangani kendala yang mungkin terjadi.

Pemilihan jasa pengiriman yang tepat bukan hanya tentang menekan biaya seminimal mungkin, tetapi juga tentang memastikan efektivitas dan efisiensi dalam operasionalnya. Keputusan ini memiliki dampak langsung terhadap tingkat

kepuasan pelanggan, reputasi toko online, dan kinerja keseluruhan *e-commerce*. Jika pengiriman barang tidak berjalan dengan baik misalnya terjadi keterlambatan, barang rusak, atau hilang hal ini dapat mengurangi kepercayaan pelanggan dan berdampak negatif pada citra platform *e-commerce* maupun penjual yang menggunakan layanan tersebut.

Platform e-commerce besar selayaknya Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak terus berkembang dan berinovasi untuk meningkatkan pengalaman berbelanja online. Salah satu aspek utama yang menentukan kepuasan pelanggan dalam berbelanja online adalah proses pengiriman barang. Dengan sistem pengiriman yang cepat, andal, dan aman, pelanggan akan lebih nyaman serta yakin guna terus memanfaatkan layanan *e-commerce* dalam memenuhi kebutuhan mereka.³

Shopee sendiri dibentuk tahun 2015 oleh Forrest Li, pengusaha dari Singapura. Dari awal peluncurannya, Shopee berkembang dengan cepat serta kini menjadi bagian dari platform *e-commerce* paling besar di Asia Tenggara, begitupun di Indonesia. Dengan semakin meningkatnya jumlah transaksi belanja online, Shopee berupaya untuk menghadirkan layanan logistik yang lebih terstruktur, cepat, dan terjangkau bagi penggunanya.

Sebagai langkah inovasi dalam dunia *e-commerce*, Shopee Express resmi diluncurkan pada tahun 2018. Layanan ini hadir sebagai solusi untuk membantu

³ Yemima Prasetyawati Cibro and Ari Setiawan, "Pengembangan Model Pemilihan Jasa Pengiriman Barang Pada E-Commerce," *Jurnal Serambi Engineering* 9, no. 3 (2024): 9926–35.

took afiliasi online yang berjualan di Shopee supaya lebih efisien serta mudah guna menyampaikan produk mereka ke konsumen yang ada di penjuru Indonesia.⁴

Shopee Express ialah layanan pengiriman resmi yang disediakan oleh Shopee guna memberikan kemudahan serta rasa nyaman untuk penggunanya. Layanan ini memungkinkan penjual untuk mengirimkan produk mereka dengan lebih mudah, sementara pembeli mendapatkan pengalaman belanja yang lebih praktis dan terintegrasi langsung dengan platform Shopee.

Shopee Express memberikan tawaran sejumlah macam layanan pengiriman yang bisa diselaraskan dengan keperluan pembeli, antara lain: Shopee Express Standard, Sameday, Instant , Hemat, serta Ambil di Tempat. Layanan Shopee Express kini telah tersebar luas di seluruh kota di Indonesia, termasuk di Ambon, sehingga pelanggan di berbagai wilayah dapat menikmati fasilitas pengiriman yang ditawarkan.

Meskipun Shopee Express memiliki berbagai keunggulan, dalam beberapa waktu terakhir, layanan ini menjadi sorotan karena keterlambatan pengiriman yang tidak selaras dengan perkiraan waktu yang sudah ditetapkan. Banyak pelanggan yang mengeluhkan ketidakpastian dalam waktu pengiriman, yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan.

Salah satu faktor utama yang menyebabkan ketidaktepatan pengiriman ini adalah kebijakan Shopee yang tidak memungkinkan penjual untuk menonaktifkan

⁴ Rafiqi Zul Hilmi, Ratih Hurriyati, and Lisnawati, "PENGARUH KOMPENSASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA" 3, no. 2 (2018): 91–102.

layanan Shopee Express. Karena jasa pengiriman ini diaktifkan secara otomatis oleh pihak Shopee, para penjual tidak memiliki pilihan lain dalam memilih jasa ekspedisi yang digunakan untuk mengirimkan pesanan. Akibatnya, jika terjadi keterlambatan atau kendala dalam pengiriman, pelanggan sering kali mengalami ketidakpuasan terhadap layanan Shopee Express.

Ketepatan waktu pengiriman adalah kemampuan dalam pengiriman produk selaras dengan waktu yang telah disetujui serta kapabilitas dalam mengatasi sejumlah isu kendaraan. Selain tepatnya waktu, banyaknya barang yang dikirimkan juga harus sesuai dengan pesanan pelanggan. Jika terjadi ketidaksesuaian dalam hal waktu maupun jumlah barang, maka kepercayaan pelanggan terhadap layanan pengiriman akan menurun, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan.⁵

Berdasarkan fenomena yang terjadi, penelitian terkait dampak dari mutu pelayanan pada kepuasan pembeli menjadi sangat relevan dan penting untuk dilakukan. Studi ini mempunyai tujuan guna memahami seberapa jauh aspek-aspek pelayanan yang mengalami kendala bisa memengaruhi tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Dalam dunia *e-commerce*, kualitas pelayanan pengiriman menjadi faktor krusial dalam menentukan pengalaman pelanggan. Ketepatan waktu, keamanan barang, serta kemudahan dalam proses pengiriman menjadi beberapa indikator utama yang dapat meningkatkan atau menurunkan

⁵ Tryana Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, "Pengaruh Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan," *Journal GEEJ* 7, no. 2 (2020).

kepuasan pelanggan. Maka dari itu, studi ini akan berusaha guna menyelidiki aspek pelayanan mana yang memberikan dampak terbesar terhadap kepuasan pelanggan, khususnya dalam kasus Shopee Express.

Sebagai subjek penelitian, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dipilih karena mereka ialah bagian dari segmen yang aktif dalam berbelanja online dan sering menggunakan layanan pengiriman seperti Shopee Express. Mahasiswa cenderung memiliki pola konsumsi yang tinggi terhadap produk yang dijual di *e-commerce*, baik untuk kebutuhan akademik, gaya hidup, maupun kebutuhan sehari-hari. Selain itu, mereka juga lebih kritis dalam menilai layanan yang mereka gunakan, sehingga dapat memberikan perspektif yang lebih jelas mengenai bagaimana kualitas pelayanan pengiriman memengaruhi tingkat kepuasan mereka sebagai konsumen

Mengacu pada penjabaran sebelumnya, menjadikan peneliti tertarik guna mengangkat studi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di *Shopee Express* Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ambon"

B. Rumusan Masalah

Mengacu dari penjabaran latar belakang sebelumnya, berikut rumusan permasalahan yang menjadi fokus pada studi ini:

- a. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Shopee Express* Studi pada Mahasiswa FEBI IAIN Ambon?

C. Batasan Masalah

Adapun penelitian ini di batasi oleh :

- a. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam(FEBI) IAIN Ambon.
- b. Penelitian ini hanya berfokus pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *shopee Express*.

D. Tujuan Penelitian

Mengacu pada penjabaran dari rumusan permasalahan sebelumnya, berikut penjabaran dari tujuan studi yang ingin diraih:

- a. Untuk menguji dan mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Di Shoppe Express.

E. Manfaat Penelitian

- a. Untuk penulis

Sebagai sarana penambah wawasan mengenai kualitas pelayanan sebagai bentuk penerapan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama berpendidikan di bangku perkuliahan.

- b. Bagi peneliti lain

Harapannya bisa dimanfaatkan menjadi sumber informasi serta bahan rujukan terkait kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

F. Definisi Operasional Variabel

Untuk mempermudah memperoleh kejelasan dan menghindari kesalahan pada bahasan studi ini, menjadikan penulis merasa butuh mengungkapkan definisi atau batasan atas sejumlah istilah yang dirasa krusial diantaranya :

1. Kualitas Pelayanan (X)

Tingkat keunggulan yang dirasakan oleh pelanggan serta mekanisme pengendalian terhadap keunggulan tersebut dalam rangka memenuhi keinginan pelanggan dipahami sebagai kualitas pelayanan.⁶

2. Kepuasan Pelanggan (Y)

Perasaan yang muncul setelah hasil atau kinerja produk maupun jasa dibandingkan dengan harapan pelanggan didefinisikan sebagai kepuasan pelanggan (Kotler). Apabila nilai yang diterima dirasakan memuaskan, maka kecenderungan pelanggan untuk kembali melakukan transaksi akan meningkat.⁷

⁶ Khanza Jasmine, “,” *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 2014, 8–34.

⁷ *ibid*

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ialah bagian dari uraian yang berisikan inti dari studi mencakup bagian awal, isi serta akhir.

BAB I: PENDAHULUAN

Bagian ini mencakup pendahuluan yang mencakup latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, batasan permasalahan, tujuan studi, manfaat permasalahan serta sistematika studi.

BAB II : TELAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Bagian ini menjabarkan terkait sejumlah teori yang berlandaskan pada topik yang akan diambil pada studi ini serta menjabarkan variabel studi sekaligus hipotesisnya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini menjabarkan tentang cakupan studi selayaknya, tempat studi, jenis, sumber data, teknik analisis data serta teknik dikumpulkannya data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjabarkan perolehan studi serta pembahasan sekaligus mengidentifikasi jawaban atas sejumlah isu dalam studi.

BAB V : PENUTUP

Dalam penutup bab ini, kesimpulan, kekurangan, serta rekomendasi studi dibahas.