

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan di masyarakat akan selalu terjadi dari masa ke masa dan perubahan yang terjadi menunjukkan bahwa terdapat suatu perkembangan pada masyarakat, tak terkecuali dengan masyarakat Indonesia. Akulturasi budaya dengan sentuhan teknologi merupakan salah satu fenomena pendorong perubahan tersebut. Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi mampu membawa perubahan pada kehidupan manusia. Salah satu perubahan yang sangat pesat dan sangat melekat yaitu kemajuan teknologi di bidang internet. Hampir semua manusia dari kalangan anak kecil hingga usia tua mengenal dan menggunakan internet guna untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah pekerjaannya. Saat ini, teknologi yang paling berpengaruh adalah internet (*interconnected network*) sebab jaringan internet telah menghubungkan banyak komputer guna mentransfer data, mengirim dan memperoleh informasi.

Adanya teknologi internet yang saat ini melaju dengan cepat dan pesat dapat membantu para pedagang untuk mempermudah dalam mempromosikan produknya baik itu berupa barang maupun jasa. Mekanisme dan proses transaksi dapat berlangsung secara online sehingga mempermudah dalam pembelian dan pembayaran (Adi, 2018).

Di Indonesia *e-commerce* mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dan variabel yang sangat penting dalam mempertahankan keberlangsungan dan keberlanjutan bisnis online khususnya *e-commerce* agar semakin jaya yakni kelayakitasan konsumen dalam mempergunakan *e-commerce* secara terus menerus (Masitoh, 2019).

E-commerce menjadi sarana yang sangat penting guna memperluas informasi mengenai keragaman produk dan memperluas wilayah pasar dengan sasaran guna mencapai keuntungan serta daya saing yang kompetitif dan global (Noviarni, 2014). *E-commerce* merupakan proses transaksi jual beli produk baik itu barang maupun jasa melalui jaringan internet. Pemesanan barang ataupun jasa dilakukan melalui *e-commerce* atau secara online, namun untuk pembayaran dan penfiriman produk tidak harus dilakukan secara online, berarti pembayaran dapat dilakukan secara langsung atau *cash on delivery* atau COD. Dengan adanya perubahan yang sangat signifikan di bidang internet ini dapat mempermudah konsumen untuk mengakses produk yang diinginkan. Pertumbuhan bisnis e-commerce yang semakin besar pesat di Indonesia memunculkan banyak marketplace seperti Lazada, Bukalapak, Tokopedia, Shopee, dan Blibli.com yang masing-masing membawa penawaran mengenai keuntungan dan kemudahan sehingga menciptakan persaingan yang semakin tinggi antara marketplace di Indonesia. Dan salah satu *e-commerce* yang sedang mengalami perkembangan sangat pesat di Indonesia adalah shopee.

Shopee merupakan platform belanja berbasis online yang menyediakan bermacam produk penjualan seperti barang elektronik, kebutuhan pokok, pakaian, produk kecantikan, barang rumah tangga dan masih banyak lainnya. Selain itu, terdapat berbagai keunggulan yang dimiliki oleh shopee diantaranya adalah menyediakan gratis biaya pengiriman atau gratis ongkir, banyak diskon harga, serta pengembalian produk jika produk atau barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang dibeli.

Kepuasan pembelian konsumen menjadi prioritas yang harus diutamakan karena dapat membantu shopee dalam meningkatkan pelayanan. Potensi yang telah dimiliki oleh shopee dan akan terus dikembangkan dan ditingkatkan maka dapat membantu shopee dalam meningkatkan pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta dapat memutuskan memilih belanja di shopee karena harga produk di shopee lebih murah dan terjangkau dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya. Harga merupakan satuan moneter yang termasuk barang ataupun jasa yang dapat ditukarkan guna memperoleh hak atas penggunaan barang atau jasa tersebut yang sudah dibayar. Harga yang tepat menjadi salah satu kunci utama perusahaan untuk menarik keputusan konsumen untuk membeli dan berdampak pada peningkatan jumlah produk yang dijual.

Selain harga yang terbilang murah dibandingkan pesaingnya, kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh gratis ongkir, pengiriman barang serta adanya pengembalian barang. Menurut Istiqomah dan Marlina (Istiqomah, 2020) bahwa gratis ongkos kirim berpengaruh positif terhadap kepuasan pembelian. Shopee

dalam menerapkan biaya pengiriman memiliki berbagai variasi diantaranya gratis ongkir dengan minimal pembelian, gratis ongkir dengan minimal jarak dan lain-lain. Hal tersebut diharapkan shopee akan memberikan dampak positif terhadap pembangunan kualitas pelayanan terhadap para konsumen.

Shopee telah bekerjasama dengan beberapa pihak ekspedisi guna pengiriman produk. Terdapat berbagai macam ekspedisi dalam proses pengiriman berbelanja di shopee seperti J&T Express, JNE, Cargo, POS Indonesia, Sicepat, Ninja Express, Shopee Express dan lainnya yang diprediksi waktu pengiriman sekitar 2-4 harian. Selain itu, juga terdapat pengiriman secara instan dalam waktu beberapa jam sudah sampai, namun pengiriman ini hanya bisa dilakukan pembelian dalam satu kota dengan menggunakan ekspedisi instan atau *someday*. Konsumen bisa memilih sendiri pengiriman barang pembeliannya menggunakan ekspedisi yang diinginkan. Hal ini guna untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen.

Selain adanya gratis ongkos kirim dan berbagai macam pilihan pengiriman, juga terdapat satu hal yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja yakni adanya proses pengembalian produk. Pada platform shopee terdapat kebijakan pengembalian produk atau *return* yang berguna untuk mengajukan pengembalian produk jika produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi pada toko atau mengalami kerusakan, maka pihak konsumen dapat mengajukan pengembalian.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian terkait dengan harga ongkos kirim, pengiriman dan pengembalian produk dengan kepuasan konsumen. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rinanda, Zein dan Abdul Yusuf yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh adanya promo gratis ongkir dan customer experience terhadap kepuasan konsumen (Lubis, Rinanda Hamida, 2021). Penelitian dari Visaka dan Canggih Gumanky (Gumanky, 2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Serta penelitian yang dilakukan oleh Ritongga (Ritongga, 2023) bahwa variabel free onkos kirim dan kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pada beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alasan yang sama dimana ongkos kirim atau ongkir, pengiriman dan pengembalian produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam transaksi, namun penelitian terdahulu tersebut menggunakan indikator ongkos kirim, pengiriman dan pengembalian produk yang berbeda sehingga penelitian ini termasuk *research gap*. Fokus penelitian ini mengenai pengaruh harga, pengiriman dan pengembalian produk terhadap kepuasan konsumen pembelian pada marketplace shopee di UD. Sarikat Jaya dengan indikator yang berbeda.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada marketplace shopee terdapat berbagai permasalahan. Meskipun terjadi berbagai permasalahan namun jumlah pembeli atau konsumen pada shopee semakin meningkat.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh pengguna yakni harga produk. Harga produk yang bervariasi menjadi salah satu problematika yang ada di shopee. Harga produk yang berbeda pada setiap platform marketplace membuat pengguna atau customer kebingungan dalam berbelanja online. Dan hal ini yang membuat pembeli untuk berpikir berkali-kali dalam melakukan pembelian dikarenakan adanya perbedaan harga pada setiap marketplace. Variasi harga seringkali menjadi salah satu penyebab pertimbangan konsumen dalam berbelanja online.

Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan berat, daya saing harga, kesesuaian harga dengan jarak, dan adanya gratis ongkir menjadi salah satu penentu bagi pengguna marketplace atau customer service dalam membeli produk. Pengguna atau *customers* akan lebih memilih barang dengan harga yang sangat terjangkau pada setiap marketplace. Selain itu, customer juga akan memperhatikan jarak atau lokasi toko pada setiap marketplace, sebab toko yang lokasinya lebih dekat dengan customers maka kemungkinan barang atau produk yang dibeli akan lebih cepat sampai. Harga yang bervariasi pada setiap marketplace menjadi daya saing bagi setiap marketplace.

Selain permasalahan pada harga, keterlambatan pengiriman juga kerap sekali diperbincangkan oleh para konsumen. Waktu pengiriman yang tidak dipastikan akan hari atau tanggalnya seringkali membuat konsumen kebingungan. Pasalnya pada marketplace shopee hanya diberikan estimasi waktu pengiriman saja, penjual bisa mengirim pesanan kapanpun asalkan tidak melebihi batas waktu yang

ditentukan. Dan faktanya keterlambatan dalam pengiriman yang dilakukan oleh penjual maupun pihak ekspedisi menjadi salah satu pemicu kegelisahan konsumen.

Selain permasalahan mengenai harga dan keterlambatan dalam pengiriman produk, permasalahan yang sering kita jumpai yaitu pengembalian produk. Seringkali penjual yang melakukan kesalahan dalam pengemasan produk (*packing*) tidak bertanggung jawab atas kesalahannya. Tak jarang penjual yang sudah mengetahui kerusakan atau kecacatan pada sebuah produk tetapi masih dilakukan pengiriman, seperti piring yang sudah ada retakan, pakaian yang ukurannya tidak sesuai pesanan atau terjadi kecacatan seperti terdapat bagian yang sedikit kegunting, atau jumlah barang yang tidak sesuai pesanan. Namun setelah pembeli mengajukan pengembalian produk, penjual tidak menerima pengembalian produk dengan alasan kecacatan atau kerusakan produk karena disebabkan oleh pihak ekspedisi. Hal seperti inilah yang seringkali meresahkan para konsumen.

Tergambar pengamatan peneliti pada konsumen shopee di UD. Sarikat Jaya seringkali mengeluh proses pengiriman yang lama dan penjual *slow respons* dalam menanggapi proses pengembalian produk, begitu juga berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen shopee di UD. Sarikat Jaya bahwa tidak puas dengan adanya gratis ongkir yang terdapat minimal pembelian, bahkan pembelian yang tidak ada gratis ongkir sama sekali. Alasan peneliti melakukan penelitian mengenai harga, pengiriman dan pengembalian produk bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen di UD. Sarikat jaya dalam berbelanja online pada marketplace shopee. Dan alasan memilih lokasi penelitian di UD. Sarikat Jaya karena daerah

tersebut sangat mudah dijangkau oleh peneliti sehingga dapat membantu untuk mempermudah dalam pengumpulan data.

Permasalahan-permasalahan di atas yang terkait dengan harga, keterlambatan pengiriman, dan kebijakan pengembalian produk sangat perlu dilakukan penelitian dan dikaji secara mendalam karena hal ini memiliki implikasi langsung terhadap efisiensi operasional dan kebijakan pemasaran dalam *e-commerce*. Selain itu juga dapat memberikan wawasan bagi marketplace shopee untuk meningkatkan layanan, meningkatkan retensi pelanggan, dan membangun reputasi positif. Selain itu dapat memberikan tambahan wawasan mengenai peningkatan efisiensi operasional untuk mengoptimalkan harga yang lebih murah, kecepatan pada proses pengiriman dan kebijakan pengembalian produk yang mudah.

Dengan merinci latar belakang ini, skripsi dapat memberikan kontribusi dalam mengisi celah pengetahuan terkait dengan pengaruh harga, pengiriman, dan pengembalian produk terhadap konsumen dalam konteks dinamis *e-commerce*. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Pengiriman, dan Pengembalian Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk *E-Commerce* Shopee”

1.2 Rumusan Masalah

Sejalan dengan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka masalah yang akan dikaji adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah pengiriman berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah pengembalian produk berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen?
4. Apakah harga, pengiriman, dan pengembalian produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi kajiannya dalam pembahasan ini ada 6 masalah yang meliputi:

1. Pemilihan sampel atau responden dengan kriteria tertentu
2. Harga pada pembelian barang di marketplace shopee
3. Pelayanan pengiriman yang dirasakan oleh konsumen pada saat pembelian barang di marketplace shopee
4. Pengembalian produk pada saat terjadi kekeliruan atau kerusakan pada barang yang dibeli dari marketplace shopee.
5. Pihak marketplace shopee memberikan kemudahan dalam melihat dan mengamati perjalanan kurir pada saat pengiriman barang.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengiriman secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengembalian produk secara parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, pengiriman, dan pengembalian produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Untuk menambah wawasan dan bahan kajian tentang “Pengaruh harga, pengiriman dan pengembalian barang terhadap kepuasan pembelian pada *e-commerce* shopee”.
- b. Untuk bahan informasi bagi para peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian mengenai pengaruh harga, pengiriman dan pengembalian barang terhadap kepuasan pembelian.

1.5.1 Manfaat praktis

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan informasi serta mengembangkan pengalaman mengenai pengaruh harga, pengiriman dan pengembalian produk terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi shopee.

b. Bagi Akademis

Dapat menambah pengetahuan, informasi dan tambahan pemikiran mengenai pengaruh harga, pengiriman, dan pengembalian barang terhadap kepuasan konsumen shopee.

c. Bagi Masyarakat

Dapat menjadi bahan pertimbangan masyarakat dalam melakukan pembelian di *e-commerce* shopee dan penentu kepuasan masyarakat dalam bertransaksi.

d. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi acuan pihak shopee untuk mengembangkan sistemnya dan memperbaiki kebijakan-kebijakan yang kurang baik.