



## BAB 1

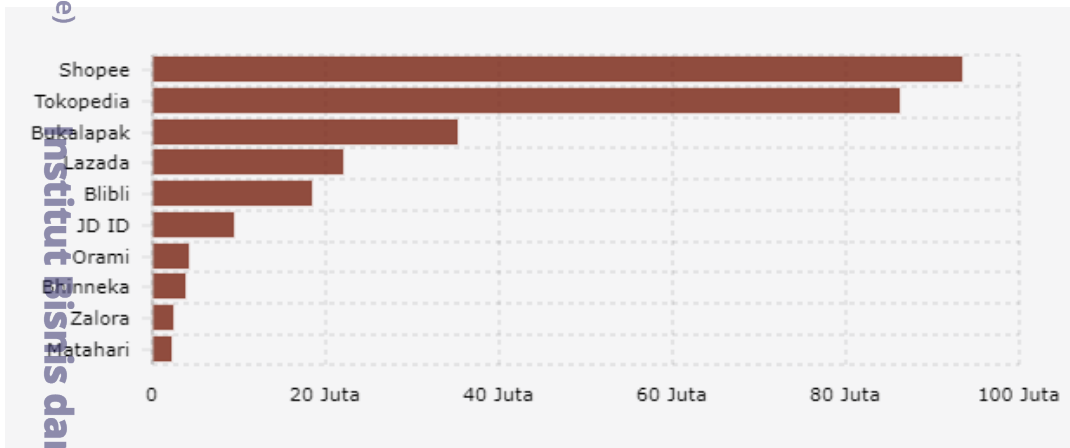
### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang menempati pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia yang memiliki persentase sebesar 88%, data ini berdasarkan dari wearesocial.com pada April 2021. Hal ini menggambarkan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang melakukan transaksi jual beli di *platform e-commerce* secara *online*. Ada berbagai nama merek *e-commerce* yang terdaftar di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, Jd-id dan lain sebagainya, semua *e-commerce* tersebut saling bersaing untuk mendapatkan sebanyak-banyaknya transaksi.

Gambar 1.1

Rata-rata Kunjungan Web *E-commerce* Bulanan di Indonesia (Kuartal II-2020)



(Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id))

Berdasarkan Gambar 1.1, Shopee berada di peringkat pertama sebagai pasar *e-commerce* dengan kunjungan bulanan tertinggi yang memperoleh rata-rata kunjungan per bulannya sebanyak 93,4 juta. Selanjutnya pengunjung web tertinggi kedua adalah Tokopedia

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sebanyak 86,1 juta. Pada posisi ketiga ditempati oleh Bukalapak dengan kunjungan sebanyak 35,4 juta, dan diikuti oleh Lazada sebanyak 22 juta. Hal ini membuktikan bahwa Shopee sangat digemari oleh masyarakat Indonesia untuk berbelanja secara *online*. Jika dilihat data yang tersaji pada gambar 1.1, selisih rata-rata banyaknya kunjungan *e-commerce* Shopee dengan Tokopedia tidak terlalu jauh. Tokopedia dan Shopee menjadi dua *e-commerce* terbesar di Indonesia yang saling mengunggulkan layanannya.

Salah satu kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai terbaik dari produk dan layanan, sehingga dapat tercipta kepuasan pelanggan yang maksimal. Menurut Tjiptono (2019:78) kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Seorang pelanggan yang merasa puas dengan nilai suatu produk atau layanan tertentu, maka besar kemungkinan dia akan menjadi pelanggan untuk waktu yang lama.

Pengeluaran transaksi oleh masyarakat Indonesia di bidang layanan pesan antar makanan dinilai cukup besar. Berdasarkan data *Momentum Works, Chief Operating Officer, Yorlin Ng* yang menjelaskan dalam akurat.co.id bahwa bisnis layanan pesan antar makanan di asia meningkat sebesar 183 % tahun 2020, sedangkan tahun 2019 hanya mencapai 91 % Lalu, di antara negara asia, Indonesia merupakan penghasil terbesar dalam bidang layanan pesan antar makanan dengan sebesar 3,7 milliard dollar AS atau setara 52,1 trilliun rupiah.

Pada April 2020 yang dinyatakan dalam katadata.co.id, Shopee memperkenalkan produk barunya yang berupa layanan pesan antar makanan dengan nama *Shopeefood*, yang di mana memiliki fungsi dan tujuan yang sama dengan layanan pesan antar makanan lainnya yang telah lebih dulu hadir di Indonesia. *Shopeefood* sendiri mulai merekrut mitra driver pada 25 November 2020, hal ini menggambarkan bahwa Shopee cukup serius dalam mengembangkan *Shopeefood* dan pada awal tahun 2021 sudah mulai beroperasi pertama kali di wilayah Jakarta.



Tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen merujuk pada kualitas layanan agar terpenuhi kepuasan pelanggan. Dengan demikian, bagi *e-commerce* yang bergerak di bidang jasa, upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan adalah dengan cara memberikan dan mempertahankan kualitas layanan yang terbaik.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:244), Kualitas layanan merupakan bentuk produk yang terdiri dari manfaat, kegiatan, atau kepuasan yang ditawarkan dan tidak berwujud. Kualitas layanan memiliki tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna, semakin layanan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan maka layanan tersebut semakin berkualitas”.

Shopee yang merupakan *e-commerce* terunggul berdasarkan data gambar 1.1, ternyata pada produk layanan pesan antar makanannya, yaitu Shopeefood, masih menghadapi beberapa masalah yang terkait dengan layanannya seperti berikut ini :

**Gambar 1.2**

**Keluhan Konsumen Shopeefood pada Aplikasi Shopee di App Store**

<p><b>Shopee food</b> <span style="float: right;">Fri unxcornnn</span> ★★★★☆ Gangery kenapa akhir2 ini kalo mau pesen makan susah bgt drivernya gaada yg mau pick up arrrgegg</p> <p><b>Developer Response</b> <span style="float: right;">Sun</span> Hai Kak, Maaf banget ya Kak terkait kendala tidak mendapatkan Mitra Pengemudi <a href="#">more</a></p> <p><b>tambah alamat shopee food</b> <span style="float: right;">3 Nov Karya Indah</span> ★★★★☆ tolong donk diperbaikk supaya penambahan alamat di shopeefood jgn sampe mempengaruhi alamat Seller.</p> <p><b>Developer Response</b> <span style="float: right;">4 Nov</span> mohon maaf atas ketidaknyamanannya yaa kak, Shopee akan terus berusaha untuk menjac <a href="#">more</a></p> <p><b>Shopeefood</b> <span style="float: right;">20 Oct Phileo_Leo</span> ★★★★☆ Mending aplikasi terpisah daripda down terus</p> <p><b>Developer Response</b> <span style="float: right;">22 Oct</span> Halo kak, maaf ya bikin kamu ga nyaman, mimin saranin kamu memiliki koneksi internet ya <a href="#">more</a></p>	<p><b>Ongkir mahal</b> <span style="float: right;">Fri Bellsmuth</span> ★★★★☆ Ongkir lebih mahal dari harga makanannya. Gblk</p> <p><b>Developer Response</b> <span style="float: right;">Sun</span> Hai Kak, maaf ya buat kamu gak nyaman. Terkait ongkir dilihat dari jarak antara jarak antara <a href="#">more</a></p> <p><b>Aneh</b> <span style="float: right;">27 Oct Olive Sisca</span> ★★★★☆ Baru transaksi di shopee food beli makanan pake promo sekali bsknya diblokir akunnnya aneh. Kl ga mau dibeli jgn bikin aplikasi.</p> <p><b>Developer Response</b> <span style="float: right;">28 Oct</span> Mohon maaf sekali kak atas kendalanya kakak, bisa bantu infoin mimin detail kendalanya <a href="#">more</a></p> <p><b>Bug Shoppe Food</b> <span style="float: right;">24 Oct genta2702</span> ★★★★☆ Shoppe Food error saat melakukan pemesanan, mau masuk ke menu shoppe food selalu error, harus menunggu beberapa menit baru bisa masuk</p> <p><b>Developer Response</b> <span style="float: right;">26 Oct</span> Hi kak Genta. Maaf ya kak untuk kendala yg</p>	<p><b>SHOPEEFOOD JELEK KALO MALAM</b> <span style="float: right;">Thu imam khaerussalam</span> ★★★★☆ Susah banget nyari driver dikasih hujan dikit g ada</p> <p><b>Developer Response</b> <span style="float: right;">Fri</span> Hi kak, Maaf banget ya Kak terkait kendala tidak mendapatkan Mitra Pengemudi ShopeeFo <a href="#">more</a></p> <p><b>APLIKASI LEMOT TITIK SHOPEE FOOD KACAU</b> <span style="float: right;">Wed gayagzhahaha</span> ★★★★☆ MAKIN KESINI SHOPEE MAKIN LUEMOT SEKARANG SERING TRANSAKSI PAKAI TOKOPEDIA SAYA, APALAGI KALAU PESAN MAKAN TITIKNYA KACAU KASIAN DRIVERNYA. PADAHAL HP SAYA IPHONE 11 pro max. BANYAK BUG APLIKASI DI IOS 15 TERBARU.</p> <p><b>Shopeefood</b> <span style="float: right;">20 Oct mbimaaaa</span> ★★★★☆ Order shopeefood diselesaikan oleh driver. Padahal order belum sampai. Sudah hubungi CS tp respon lama karena harus nunggu email masuk. Better fitur char pembeli-pengemudi jgn langsung hilang saat pesanan selesai. Ribet krna ga bisa contact driver langsung.</p>
---	---	--

(Sumber: AppStore diakses pada 16 juni 2022)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Himpunan IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Shopeefood juga belum dapat menempati posisi teratas pada kategori produk yang sama dengan pesaingnya. Hal ini terlihat pada tabel 1.1 berdasarkan survei yang dilakukan oleh Tenggara Strategics dari beberapa layanan *food delivery*. Terlihat bahwa Shopeefood memiliki nilai transaksi sebesar 26,49 triliun diungguli oleh Gofood dengan nilai transaksi layanan sebesar 30,65 triliun.

**Table 1.1**  
**Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia (2022)**

No	Nama Food Delivery	Nilai Transaksi Layanan	Top Of Mind Platform
	Gofood	30,65 Triliun	50 %
	Shopeefood	26,49 Triliun	28 %
	Grabfood	20,93 Triliun	22 %

(Sumber : Tenggara.id diakses pada 16 Juni 2022)

Menurut Kotler dan Keller (2016:622), promosi penjualan adalah unsur utama dalam kampanye pemasaran, terdiri dari sekumpulan alat insentif yang kebanyakan jangka pendek, dirancang untuk merangsang pembelian produk atau layanan tertentu yang lebih cepat atau lebih besar oleh konsumen atau perdagangan.

Layanan Shopeefood sendiri sering melakukan promosi penjualan untuk meningkatkan daya tarik konsumen agar mereka memilih layanan tersebut, seperti memberikan potongan harga untuk ongkos pengiriman dan makanan yang hendak dibeli dalam bentuk *voucher* kepada konsumen. Selain itu, Shopeefood juga mengadakan program pengguna baru melalui fitur koin Shopee, dimana fitur tersebut akan memberikan koin yang dapat ditukarkan oleh *customers* dengan berbagai *voucher* yang menarik dalam melakukan transaksi pembayaran menggunakan Shopeepay pada layanan-layanan yang ada di Shopeefood. Adapun beberapa jenis promosi yang menjadi andalan Shopeefood adalah berupa penawaran voucher makanan, gratis ongkir, paket harga, dan *flash sale*. Hal ini

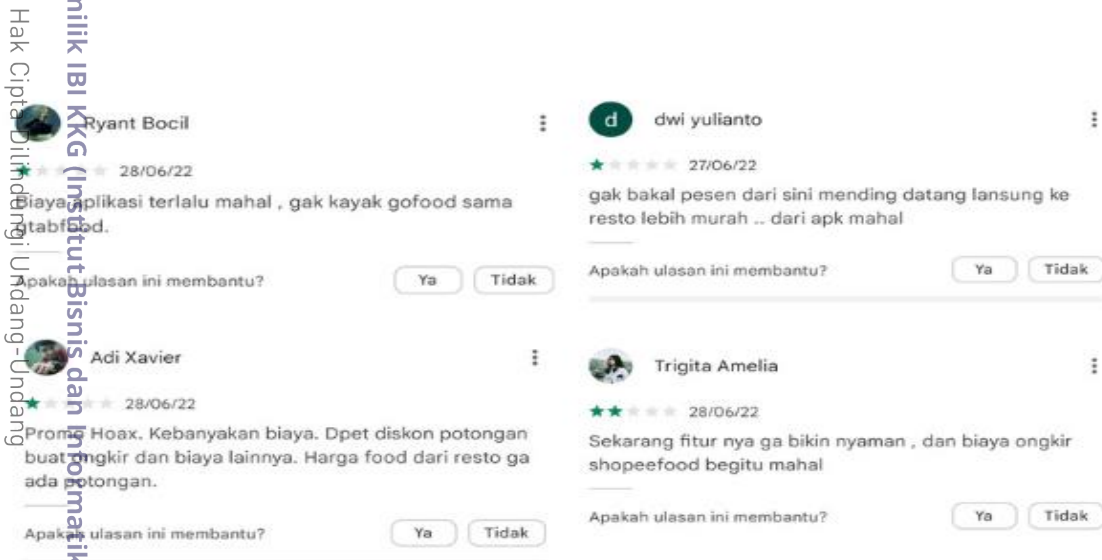
1. Dilarang menjiplak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber. Ha Cipta Dilindungi Undang-undang.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

diharapkan dapat mendorong antusias pelanggan untuk melakukan pembelian di Shopeefood.

Gambar 1.3

**Keluhan konsumen Shopeefood atas promo yang tidak konsisten di tahun 2022**



(Sumber: Play Store diakses pada 25 Juni 2022 )

Berdasarkan gambar 1.3 tentang keluhan konsumen Shopeefood bahwa promosi penjualan yang ditawarkan oleh Shopeefood seperti biaya aplikasi yang terlalu mahal hingga gratis ongkir yang ditawarkan masih dirasakan cukup mahal bagi para konsumen. Shopeefood sebagai pendatang baru di layanan pesan antar makanan tentunya senantiasa perlu meningkatkan kualitas layanannya. Saat ini yang dikeluhkan oleh konsumen Shopeefood antara lain adalah terdapat beberapa promosi yang dirasakan tidak sesuai, sehingga terdapat banyak pengguna yang komplain akan hal itu. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Global Web Index dalam kompasiana.com disampaikan bahwa ada beberapa alasan yang membuat orang tergerak untuk memesan makanan secara online, dan lima alasan teratas adalah gratis ongkos kirim sebanyak 51%, pengiriman cepat 48 %, penawaran diskon 43 %, ketersediaan dan kelengkapan produk 36 %, serta kemudahan proses pemesanan 30 %. Hal tersebut dinilai dapat menciptakan kepuasan pelanggan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan melakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan pada layanan pesan antar makan Shopeefood . Adapun beberapa variabel yang diambil adalah kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan. Judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap kepuasan Pelanggan Shopeefood di Jakarta”.

### B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan layanan Shopeefood pada pengguna Shopee di Jakarta?
2. Bagaimana kualitas layanan Shopeefood?
3. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan layanan Shopeefood pada pengguna Shopee di Jakarta?
4. Bagaimana promosi penjualan Shopeefood?
5. Bagaimana kepuasan pelanggan Shopeefood ?

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini antara lain :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan layanan Shopeefood?
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan layanan Shopeefood?





#### D. Batasan Penelitian

Berdasarkan Batasan masalah di atas, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas menjadi :

1. Variabel penelitian yang digunakan kualitas layanan, promosi penjualan dan kepuasan pelanggan pada Shopeefood.
2. Objek penelitian adalah layanan Shopeefood
3. Subjek penelitian adalah pengguna Shopeefood yang pernah melakukan transaksi di Shopeefood minimal satu kali.
4. Periode penelitian dilakukan pada Mei 2022 – Agustus 2022.

#### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut: “Pengaruh kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan Shopeefood pada pengguna Shopee di Jakarta”.

#### F. Tujuan penelitian

Tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang:

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan layanan Shopeefood pada pengguna Shopee di Jakarta.
2. Mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan layanan Shopeefood pada pengguna Shopee di Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini bagi pihak – pihak yang berkepentingan adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai masukan dan bahan evaluasi dalam menjaga kualitas dan menerapkan startegi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan layanan Shopeefood di Jakarta.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi refrensi yang berguna untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang serupa di masa yang akan datang, khususnya mengenai kualitas layanan, promosi penjualan, dan kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBIRKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIRKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIRKKG.