

BAB I

PENDAHULUAN

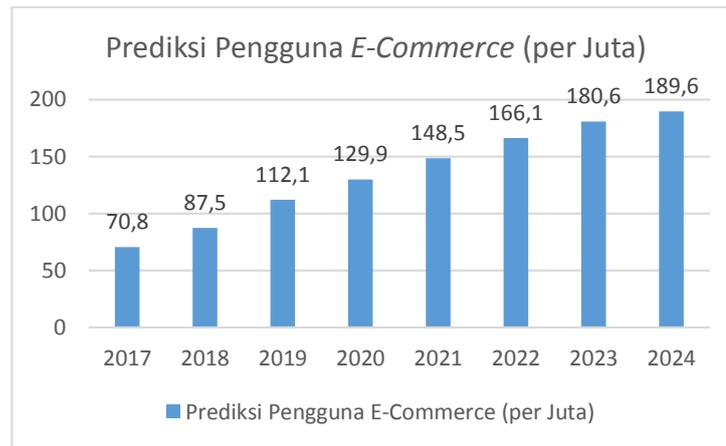
1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu dari 5 negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia. Penduduk di Indonesia memiliki jumlah Indonesia lebih dari 200.000.000 jiwa. Dengan jumlah populasi yang banyak itu, maka tidak heran apabila jumlah kebutuhan akan logistik sangat besar dan diminati di masyarakat, seiring juga dengan pertumbuhan jumlah penduduk yang semakin tinggi serta perkembangan perekonomian di Indonesia yang semakin meningkat maka kebutuhan akan logistik pun semakin tinggi. Dengan itu, banyak penduduk Indonesia yang menggunakan *e-commerce* untuk melengkapi kebutuhan sehari-hari mereka.

Kata *E-commerce* berasal dari bahasa Inggris, yang merupakan perpaduan dua kata yaitu *electronic* dan *commerce*. *Electronic commerce* merupakan proses transaksi jual beli yang berlangsung melalui media elektronik atau internet. Seluruh proses jual beli yang dilakukan secara *online* mulai dari proses pemesanan hingga pembayaran melalui media elektronik atau internet adalah *e-commerce*.

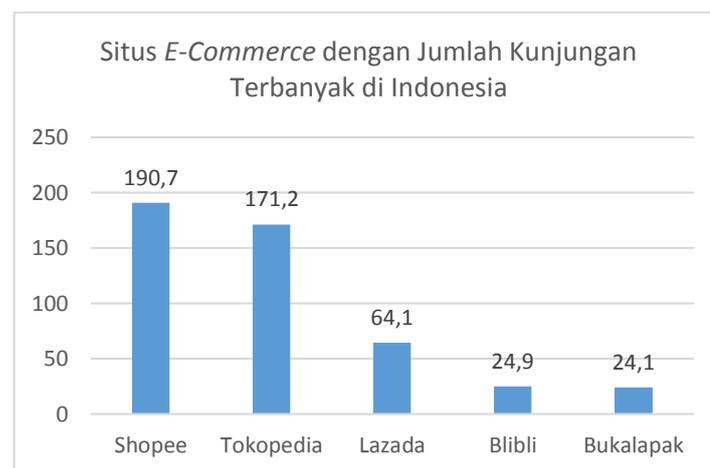
E-commerce berkembang sangat pesat di Indonesia karena dinilai efisien dan efektif, pelanggan tidak perlu keluar rumah untuk membeli kebutuhan sehari-hari mereka, hanya dengan menggunakan *handphone*, mereka bisa membeli apa yang mereka butuhkan dan menunggu barang yang mereka pesan sampai ke rumah mereka.

Indonesia menjadi negara dengan peringkat pertama pengguna *e-commerce* terbanyak di dunia. Terdapat 88,1% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia yang menggunakan *e-commerce*. Menurut laporan mengenai data pengguna *e-commerce* yang berada di Indonesia, pengguna *e-commerce* di Indonesia diprediksi akan meningkat hingga 189,6 juta pengguna pada tahun 2024. Sejak tahun 2017, sudah ada 70,8 juta pengguna *e-commerce* dan jumlah tiap tahunnya terus meningkat.



Gambar 1.1 Grafik Prediksi Pengguna E-Commerce

Salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia saat ini adalah Shopee. Shopee menempati peringkat pertama dengan jumlah kunjungan terbanyak di Indonesia yaitu menerima sebanyak 190,7 juta kunjungan, selanjutnya Tokopedia menerima 171,2 juta kunjungan, kemudian Lazada 64,1 juta kunjungan, lalu Blibli 24,9 juta kunjungan dan terakhir Bukalapak 24,1 juta kunjungan pada periode yang sama. Dengan banyaknya kunjungan dan pelanggan yang juga menyebabkan semakin tingginya permintaan *e-commerce* tersebut, maka pendistribusian barang *e-commerce* pun dituntut untuk harus cepat sampai ke tangan para pelanggannya.



Gambar 1.2 Grafik Situs E-Commerce dengan Jumlah Kunjungan Terbanyak

Seiring juga dengan perkembangan teknologi yang pesat, kecepatan transaksi dan kecepatan pengiriman dalam *e-commerce* pun menjadi semakin cepat. Shopee pun memiliki jasa pengirimannya sendiri untuk mengirim kebutuhan pelanggan mereka, yaitu Shopee Express.

Shopee Express merupakan salah satu inovasi dari Shopee untuk mengembangkan jaringan logistik dan pengirimannya barangnya sendiri. Shopee Express memiliki 4 jenis layanan pengiriman, yaitu:

- A. Shopee Express Standard dengan durasi pengiriman 1 sampai 3 hari setelah paket diserahkan ke kurir.
- B. Shopee Express Same Day dengan durasi pengiriman dalam 24 jam setelah paket diserahkan ke kurir.
- C. Shopee Express Instant dengan durasi pengiriman maksimal 2 jam setelah pick up setelah paket diserahkan ke kurir.
- D. Shopee Express Hemat dengan durasi pengiriman 2 sampai 14 hari setelah paket diserahkan ke kurir.

Dengan banyaknya pesaing yang bergerak dibidang yang sama seperti J&T Express, Anteraja, Sicepat dan perusahaan lainnya, Shopee Express harus bisa menghadapi persaingan yang ketat. Maka dari itu, Shopee Express perlu memberikan kualitas yang maksimal kepada pelanggannya agar para pelanggannya bisa loyal terhadap jasa mereka. Pelanggan pasti mengharapkan kualitas terbaik dari jasa yang telah mereka gunakan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan jasa, produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan juga lingkungan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Ada berbagai aspek yang menjadi pertimbangan pelanggan untuk memilih dan memutuskan untuk menggunakan jasa pengiriman, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan yang berkaitan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berfokus untuk memenuhi upaya kebutuhan dan persyaratan pelanggan, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan tersebut. Maka dari itu, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal. Apabila hal ini terus diabaikan maka akan dapat menimbulkan kesenjangan antara keinginan dan harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh Shopee Express.

Berdasarkan ulasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Shopee Express, terdapat beberapa keluhan pelayanan yang menurut pelanggan kurang memuaskan. Pelayanan yang menurut pelanggan kurang memuaskan adalah:

1. Keterlambatan pengiriman barang. Pengiriman paket Shopee Express Standard yang seharusnya sampai ke pelanggan dengan estimasi pengiriman 1-3 hari seringkali melebihi estimasi waktu yang dijanjikan, yaitu lebih dari 3 hari.
2. Kurang tanggap dalam menganggapi masalah dan keluhan pelanggan dan kurang dalam memberikan solusi dan mendengarkan keluhan pelanggan membuat pelanggan merasa tidak di prioritaskan karena pelanggan pasti mengharapkan keluhannya di dengarkan lalu mendapatkan solusi terbaik saat mempunyai keluhan dan ingin permasalahan tersebut cepat terselesaikan.
3. Kerusakan pada paket yang dikirim biasanya disebabkan oleh paket yang kualitas pengemasannya kurang bagus dan pengiriman paket yang *overload capacity*.
4. Paket hilang atau tidak sampai tujuan yang biasanya disebabkan oleh label pengiriman yang rusak, menyebabkan kurir tidak bisa melihat tujuan akhir paket saat di pindai.
5. Karyawan yang kurang sopan. Pelanggan pasti ingin mendapatkan pengalaman yang baik dan memuaskan saat menggunakan jasa pengiriman, namun jika terdapat karyawan yang kurang sopan pelanggan pun merasa kurang nyaman dan akan merasa kurang puas dengan pelayanan yang di dapat.

Jika ke lima poin hal diatas tersebut sering terjadi maka perusahaan akan mengalami kerugian yang mengharuskan ganti rugi, juga pelanggan akan merasa kurang puas dengan pelayanan dan akan kehilangan rasa percaya terhadap perusahaan lalu enggan menggunakan jasa pengiriman ini lagi.

Berdasarkan keluhan pelanggan diatas, maka penting bagi Shopee Express untuk memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggannya. Shopee Express harus memperbaiki pelayanan yang ada untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan produktifitas dan daya saing perusahaan. Shopee Express juga harus memiliki metode untuk menjaga kualitas jasa yang diberikan. Hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan tersebut adalah dengan mengetahui aspek-aspek layanan apa saja yang menurut pelanggan penting lalu mengetahui kinerja perusahaan pada aspek-aspek pelayanan yang ada.

Untuk melakukan perbaikan atau peningkatan kualitas dalam suatu perusahaan, Shopee Express harus mengetahui aspek-aspek layanan apa saja yang dinilai penting bagi pelanggan dan mengetahui kinerja perusahaan pada aspek-aspek layanan yang ada. Dengan demikian, Shopee Express dapat melakukan perbaikan untuk hal-hal yang masih memiliki kesenjangan yang lebar dan dapat memenuhi harapan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam permasalahan ini yaitu

1. Berapa besar kesenjangan kinerja Shopee Express pada aspek-aspek kualitas pelayanan pelanggan?
2. Aspek-aspek apa saja yang menjadi prioritas Shopee Express untuk dilakukannya perbaikan?
3. Upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk memperbaiki aspek-aspek tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan pemecahan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui besar kesenjangan kinerja Shopee Express pada aspek-aspek kualitas pelayanan pelanggan.
2. Untuk mengetahui aspek-aspek yang menjadi prioritas Shopee Express untuk dilakukannya perbaikan.

3. Untuk merumuskan upaya-upaya perbaikan untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan Shopee Express.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti yaitu mengembangkan keilmuan peneliti dalam menganalisis suatu kasus dan memberikan wawasan baru terkait dunia kerja yang sebenarnya serta peneliti dapat mengimplementasikan teori dan praktik yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.

2. Manfaat bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan atau organisasi yaitu sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan mengenai analisis kualitas pelayanan pelanggan shopee express menggunakan metode *Gap Analysis*.

3. Manfaat bagi ULBI

Manfaat bagi Universitas Logistik dan Bisnis Internasional yaitu dapat digunakan sebagai referensi bagi Universitas Logistik dan Bisnis Internasional dan sebagai pertimbangan terhadap teori yang semakin berkembang seiring dengan ilmu pengetahuan yang semakin maju.

4. Manfaat bagi Pembaca

Manfaat bagi pembaca yaitu dapat dijadikan sebagai salah satu sumber referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai analisis kualitas pelayanan pelanggan Shopee Express menggunakan metode *Gap Analysis*.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang ada dalam penelitian ini tidak melebar ke masalah-masalah lain maka batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Gudang Shopee Jakarta Barat.
2. Penelitian yang dilakukan hanya mengenai pengukuran kualitas pelayanan Shopee Express.

3. Metode yang digunakan adalah metode *Gap Analysis*.
4. Obyek yang diteliti adalah pelayanan yang diberikan Shopee Express.
5. Data yang digunakan merupakan data primer. Data primer yang dimaksud adalah kuesioner mengenai penelitian kualitas pelayanan dimana terdapat persepsi dan harapan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan penelitian ini secara garis besar dibagi dalam enam bab, yaitu sebagai berikut:

1.6.1 BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai gambaran umum obyek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

1.6.2 BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas uraian mengenai teori-teori secara konseptual untuk menjadi dasar pengetahuan yang dapat mendukung pokok-pokok permasalahan dan aplikasi pengolahan data yang digunakan.

1.6.3 BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai metodologi penelitian yang digunakan serta bagaimana alurnya menggunakan *flowchart* dan penjelasan dari *flowchart* penyelesaian masalah tersebut.

1.6.4 BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini berisi tentang pengumpulan data yang diperoleh setelah melakukan penelitian, serta bagaimana cara mengolah data tersebut menjadi suatu informasi yang bisa disajikan dengan aplikasi.

1.6.5 BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini akan membahas kesimpulan yang diperoleh dari keseluruhan data yang telah di dapatkan untuk penelitian ini dan perhitungan yang diperoleh, serta terdapat saran yang mengarahkan untuk pengembangan dan pendalaman ulang dari penelitian ini.

1.6.6 DAFTAR PUSTAKA

Dalam daftar pustaka ini memberikan sumber bahan referensi yang didapatkan selama penelitian.

1.6.7 LAMPIRAN

Lampiran berisi mengenai dokumen tambahan untuk mendukung dari suatu penelitian.