

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri teknologi informasi dan komunikasi (TIK) saat ini membuat kita dengan mudah mendapatkan semua akses baik informasi, video, data dari seluruh penjuru dunia dengan sangat cepat yang didapatkan hanya melalui internet. Bahkan dengan internet kita bisa dengan mudahnya membeli produk- produk yang kita inginkan hanya dengan kita berdiam diri di rumah, kantor, tempat- tempat nongkrong dan lain- lain.

Sisi positifnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ( TIK ) bagi aktivitas masyarakat Indonesia. TIK yang disertai dengan internet dapat merubah perspektif hidup masyarakat di Indonesia menjadi lebih kreatif dan modern. Selain mudah untuk berkomunikasi, keberlangsungan TIK membawa manfaat yang pesat di dunia bisnis. Sehingga banyak perusahaan nasional maupun internasional memanfaatkan kemajuan dari perkembangan TIK. Pemanfaatan kemajuan teknologi dan informasi oleh perusahaan bisa kita lihat dengan lahirnya perusahaan- perusahaan yang memanfaatkan internet sebagai media pemasaran.

Peningkatan pengguna internet setiap tahunnya memberikan peluang bagi masyarakat kreatif untuk melakukan kegiatan jual beli secara *online (Online Shop)*. Pertumbuhan pesat *electronic commerce* sangat ditunjang oleh media elektronik internet. *E-commerce* adalah wadah yang menghubungkan langsung dengan aktifitas-aktifitas bisnis seperti penjualan barang dan jasa ataupun bisnis lain yang berhubungan dengan media elektronik atau internet. Dengan *e-commerce* kita bisa melakukan transaksi penjualan, pembelian ataupun

mempromosikan produk dengan *massive* atau pelayanan langsung dengan beberapa platform. Sedangkan kelebihan didapatkan dari adanya e-commerce untuk perusahaan ialah menaikkan penghasilan menggunakan *online channel* yang biayanya lebih rendah, mereduksi keterlambatan pembayaran karena selalu akurat dan dapat langsung di cek, servis penjual dan pembeli lebih cepat, dan melayani pelanggan lebih cekatan.

Lazada fokus pada sistem *e-commerce* B2C (*Business to Customer*). Kurang lebih 30.000 jenis produk dari 13 kategori produk dijual pada etalasenya. Ada beberapa metode pembayaran yang digunakan, diantaranya COD (Cash On Delivery), Bank Transfer, Kartu Kredit, Cicilan (*offline* maupun *online*). Untuk divisi pengiriman barang Lazada menempatkan anak perusahaannya PT. Lazada Express dan juga bekerja sama dengan beberapa perusahaan logistik terkemuka di Indonesia. Pembagian biaya antar dari Sabang hingga Merauke.

Perusahaan Lazada merupakan top *online Shop* di Indonesia yang menghadirkan layanan berbelanja mudah bagi konsumen dan akses langsung pada database konsumen terbesar di Asia Tenggara.

Konsultan digital dan analisi data, ilmu One Data, merilis studi, posisi, pertumbuhan *e-commerce* maupun *marketplace* barang konsumsi di Indonesia selama semester I tahun 2017. Dalam studi tersebut terungkap daftar 10 *e-Commerce* dan *marketplace* terbaik di Indonesia. Dalam Keterangan resminya, Rabu (23 Agustus 2017), 10 toko online terbesar di Indonesia yang terdiri dari *e-commerce* dan *marketplace* yaitu Lazada, Blibli, Tokopedia, Elevania, Matahari Mall, Shopee, Zalora, Qoo10, dan Blanja. Bisa dilihat digambar 1.2

## Top Performing Online Consumer Goods Retailers in Indonesia



		Total Digital Population (000)	Mobile (000)	Desktop (000)	Total Minutes (MM)	Total Views (MM)	Avg. Minutes per View
1	Lazada.co.id	21,235	15,864	8,107	526	552	1
2	Blibli.com	15,556	13,837	2,651	635	422	1.5
3	Tokopedia.com	14,401	13,006	2,217	1,548	326	4.7
4	Elevenia.co.id	12,872	9,535	5,130	438	285	1.5
5	MatahariMall.com	12,520	11,516	1,879	410	516	0.8
6	Shopee.co.id	11,301	10,872	763	2,169	136	16
7	Bukalapak.com	10,407	8,971	2,203	459	193	2.4
8	Zalora.co.id	9,052	8,636	813	396	493	0.8
9	Qoo10.co.id	7,689	7,641	123	76	91	0.8
10	Blanja.com	5,823	5,673	327	81	88	0.9

Source: comScore MMX Multi-Platform, June 2017, Indonesia

<http://www.ilmuonedata.com>

Gambar 1.1 10 Online Shop Terbaik 2017 Di Indonesia

Sumber: Ilmu One Data

Lazada mempunyai strategi *marketing* yang hampir mirip dengan perusahaan e-commerce selain lazada, menggunakan advertising televisi, facebook maupun youtube. Untuk menarik banyak konsumen Lazada menawarkan banyak promosi atau diskon dalam setiap produknya dan juga memberikan voucher belanja kepada pelanggan. Untuk memudahkan pengaksesan Lazada tidak hanya dapat dikunjungi melalui website, Lazada juga memiliki aplikasi pada handphone yang dapat di unduh di *playstore* atau juga *appstore*.

Lazada menawarkan pengalaman berbagai kemudahan belanja dengan tagline “*Effortless Shopping*” dimana memberikan situs web yang *user friendly* serta memberikan tata cara pembayaran yang mudah dan lengkap. Kepuasan yang diberikan dalam belanja serta pengalaman yang diberikan kepada konsumen dalam memilih produk secara daring merupakan tujuan dari perusahaan itu sendiri agar menjadi salah satu platform *online shopping* terkemuka di Indonesia.

Banyaknya kasus penipuan saat transaksi jual-beli mampu membuat pelanggan takut untuk melakukan transaksi secara online. Maka, kepercayaan pelanggan memiliki peranan yang sangat penting dalam mengambil keputusan dalam *repeat order*. Namun rasa perasaan takut dan ragu untuk berbelanja online pun sirna seiring berjalannya waktu dengan adanya pengalaman lain yang dibagikan oleh pelanggan lain dalam bentuk testimoni pada platform atau toko online tersebut.

Baru-baru ini Lazada mengumumkan *GMV* mencapai US\$1,3 Miliar untuk di kawasan Tenggara Asia, selain itu saat ini tercatat adanya 11 ribu penjual serta 750 karyawan dengan lebih dari 3 juta varian produk yang ada pada Lazada Indonesia dengan 22 titik hubung yang terdapat di berbagai kota tempat Lazada express berkembang.

Sebagian besar pelanggan menunjukkan keinginannya terhadap informasi tentang produk yang akan mereka beli saat ini. Tanggapan atas pertanyaan yang mereka luncurkan pada perusahaan juga salah satu keinginan mereka. Setelah mengetahui hal ini, perusahaan seharusnya bisa meningkatkan kualitas pada pelayanannya demi pelanggan yang loyal dan selalu melakukan *repeat order*. Serta mendorong pelanggan lain untuk mempromosikan platform lazada pada pelanggan lain, sehingga biaya untuk beriklan dapat di minimalisir.

Tetapi sangat disayangkan pada awal 2016 silam Lazada menerima berbagai macam komplain dari pelanggannya. Bahkan sesuai pada situs [trustedcompany.com/](https://www.trustedcompany.com/) Lazada memiliki rating 1,9 dari skala 5.0 (*review* terakhir 26 Februari 2019). Bisa dilihat pada gambar 1.2



Gambar 1.2 Rating Lazada

Sumber: <http://trustedcompany.com/>

Berdasarkan hasil *review* situs <http://trustedcompany.com/> sebanyak 576 *review* pelanggan yang muncul sebanyak 68% atau sekitar 392 orang memberikan penilaian bintang satu atau menyatakan sangat tidak puas, sebanyak 7% atau sekitar 40 orang nilai bintang dua atau menyatakan tidak puas, sebanyak 5% atau sekitar 29 orang memberikan bintang tiga atau menyatakan cukup puas, sebanyak 8% atau sekitar 46 orang memberikan bintang empat atau menyatakan puas dan sebanyak 12% atau sekitar 69 orang memberikan bintang lima atau menyatakan sangat memuaskan.

Kepuasan konsumen dapat dikatakan sebagai aset yang berharga bagi perusahaan karena dengan begitu dapat mendongkrak serta menjadi faktor pendorong untuk dapat terbentuknya kepercayaan juga kesetiaan konsumen kepada toko online. Namun sayangnya pada saat ini banyak toko online yang sangat minim dengan perhatian tersebut, sehingga hal ini juga berdampak pada kepuasan pelanggan mereka. Hal tersebut karena mereka hanya menginginkan konsumen dengan jumlah yang lebih dari biasanya tanpa memperdulikan rasa puas yang didapatkan si konsumen itu sendiri. Ini menyebabkan banyaknya komplain yang diterima perusahaan.



Parameter antara keinginan dan kenyataan yang didapatkan oleh pelanggan setelah menggunakan barang dan atau jasa dapat dikatakan sebagai pengalaman kepuasan pelanggan. Dimana dapat dikatakan apabila konsumen merasa puas berbelanja pada toko tersebut, akan muncul rasa percaya dan kesetiaan pada konsumen untuk membeli barang tersebut kembali. Beralaskan hal tersebut banyaknya komplain dapat dikategorikan menjadi beberapa hal, seperti yang paling banyak disampaikan oleh konsumen lazada sebagai berikut:

Tabel 1.1 Keluhan Pelanggan

No	Keluhan Pelanggan
1	Barang Dikirim Tidak Sesuai Pesanan
2	Pesan Barang 1 Dikirim Lebih Dari 1
3	Barang Diterima Dalam Keadaan Rusak
4	Kurang Sosialisai Tentang Pengembalian Barang

Sumber: Pengolahan data (2020)

Dari data yang diambil di wilayah Bekasi Kecamatan Tambun Selatan terdapat 898 keluhan yang masuk email Lazada pada bulan Mei 2019. Banyaknya pelanggan yang kecewa membuat mereka tidak ingin berbelanja kembali melalui aplikasi lazada. Mereka lebih memilih untuk beralih ke platform lain dibandingkan Lazada, hal tersebut karena banyaknya pelanggan yang menyarankan pada pengguna baru agar tidak berbelanja menggunakan Lazada. Dikarenakan hal tersebut maka membawa dampak yang signifikan dikarenakan kekecewaan tersebut, sehingga menyebabkan menurunnya daya beli ulang.

Dengan demikian pengukuran kualitas pelayanan pelanggan Lazada akan dilakukan menggunakan metode SERVQUAL (*Service Quality*) dan *Importance Performance Analysis* atau IPA. Metode SERVQUAL menggunakan pendekatan kuantitatif dalam bentuk kuesioner, dimana kuesioner tersebut akan berisi terkait pertanyaan kepuasan pelanggan.

Penilaian tersebut akan dibuat dalam skala likert dan perhitungan SERVQUAL akan didapatkan dari selisih skor antara Ekspektasi dengan Kepuasan. Sedangkan penilaian dengan *Importance Performance Analysis* atau IPA akan diperoleh dengan mengukur dari tingkat kepuasan dengan tingkat kepuasan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah ada diatas, dapat teridentifikasi masalah-masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penanganan komplain terhadap kepuasan pelanggan tidak berjalan sesuai dengan target penyelesaian komplain.
2. Kepuasan pelanggan terkait dengan toko online yang bermasalah telah membuat rating Lazada menjadi turun.
3. Apa saja faktor yang dapat menurunkan komplain dan meningkatkan kualitas pelayanan Lazada.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Dengan identifikasi masalah seperti yang dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah :

1. Bagaimana standar pelayanan Lazada?
2. Berapa nilai indeks kepuasan terhadap kualitas pelayanan?

3. Faktor apa yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan Lazada?

#### **1.4 Batasan Penelitian**

1. Topik permasalahan yang diangkat pada penulisan ini akan dilihat dari sudut pandang Lazada pada bagian Customer Service.
2. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bekasi Kecamatan Tambun Selatan
3. Analisa dan pengolahan menggunakan metode SERVQUAL dan IPA

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Dapat mengetahui standar pelayanan yang dilakukan Lazada.
2. Mengukur nilai indeks kepuasan terhadap kualitas pelayanan.
3. Mengetahui faktor apa yang membuat kualitas pelayanan menjadi lebih baik.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari adanya penelitian ini adalah:

1. Memberikan masukan pada perusahaan terkait dengan kepuasan pelayanan pelanggan.
2. Mengetahui kinerja dan standar dari kualitas pelayanan.
3. Bagi Umum, penelitian ini dapat dijadikan referensi yang bermanfaat sebagai data pendukung bagi penelitian selanjutnya.



## **1.7 Waktu dan Tempat Penelitian**

Penulis melakukan kegiatan penelitiannya pada bulan Maret sampai dengan bulan Mei tahun 2019 di sebuah anak perusahaan dari Lazada yaitu PT. Lazada Express Indonesia.

## **1.8 Metode Penelitian**

Pada pelaksanaan penelitian ini, penulis menggunakan metode serta teknik dalam pengambilan data dari Lazada. Dimana dari data tersebut kemudian diolah, dianalisa dan selanjutnya dituangkan dalam penelitian ini, beberapa metode dan teknik tersebut adalah sebagai berikut :

1. Observasi langsung pada bagian Cust. Service untuk memperoleh data keluhan pelanggan baik via telepon ataupun dari email.
2. Wawancara pada pihak terkait akan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang dipandu melalui kuesioner.
3. Analisa hasil kuesioner yaitu membuat kuesioner yang memuat atribut pertanyaan kepuasan pelanggan dengan menggunakan skala likert. Kemudian penulis menganalisa menggunakan metode yang sudah ditetapkan.
4. Studi Pustaka dilakukan untuk memahami dan mencari sumber teori dan laporan-laporan serta jurnal terkait dengan penulisan penelitian. Hal tersebut dapat berupa mengunduh file jurnal atau menyalin referensi buku dari semua penulis yang berkenaan dengan penulisan karya ilmiah ini.

## **1.9 Sistematika Penulisan**

Agar lebih mudah memahami isi penulisan tugas akhir ini, maka disusun sistematika penulisan meliputi:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab 1 berisi mengenai penjelasan atas latar belakang penelitian ini ditulis, berikut dengan identifikasi masalah serta rumusan masalahnya. Batasan-batasan terhadap penelitian selain itu tujuan dari diadakannya penelitian ini beserta dengan manfaat yang dapat diberikan oleh penelitian ini, selain itu waktu dan tempat, teknik pengumpulan data dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini mengemukakan tentang landasan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai penunjang untuk mengolah, menganalisa dari data data yang diperoleh yang berhubungan dengan teori pengukuran kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan dengan metode SERVQUAL yang di implementasikan dengan IPA.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menerangkan penjelasan secara garis besar dari metode penelitian, berupa tata cara dan metode dalam menjalankan penelitian. dimulai dari observasi dan mengumpulkan data, metode pengambilan sampling, teknik pengolahan dan analisis untuk mencapai tujuan dari penelitian ini.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini data-data yang sudah diolah akan disajikan dalam bentuk data-data yang dapat diinterpretasikan sesuai dengan materi dan metode yang digunakan serta menampilkan pembahasan serta analisa mendalam sesuai

dengan teori yang dipaparkan untuk menyelesaikan masalah yang dipaparkan penulis.

## **BAB V PENUTUP**

Hasil analisa yang dilakukan penulis di paparkan padan bab ini, serta diberikan juga beberapa saran dari penulis untuk masalah yang dihadapi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Dalam Bab ini, memuat berbagai macam referensi buku yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir. Daftar ini telah dianggap valid sebagai sumber landasan teori yang terhubung dengan penelitian ini

