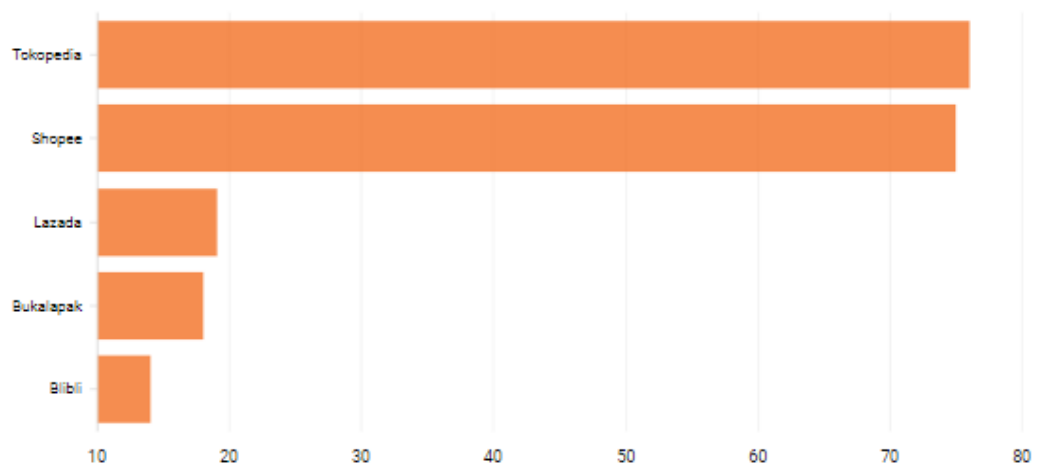


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi di dunia khususnya internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Internet menghubungkan satu orang dengan yang lainnya, menyediakan informasi, sebagai sarana hiburan, maupun sebagai sarana komunikasi. Hal ini menjadikan internet telah menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian besar orang selain kebutuhan pangan, dan papan. Tumbuhnya e-commerce di Indonesia saat ini salah satunya yaitu Blibli.com.



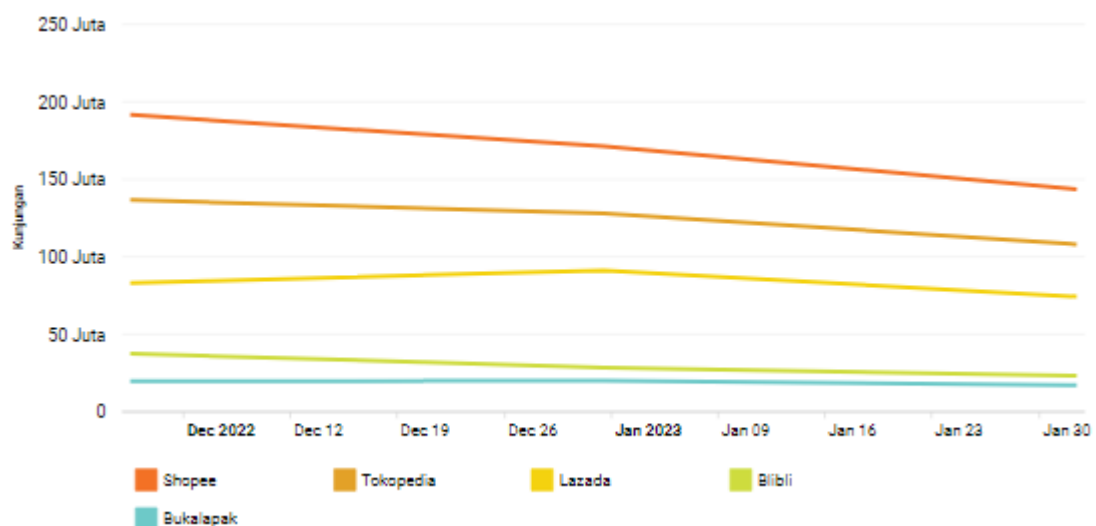
Gambar 1. 1 Tingkat Platform E-Commerce Paling Dipercaya dan Diandalkan UMKM

Sumber : databoks.katadata.co.id

Menurut hasil survei tersebut, Tokopedia menduduki posisi puncak sebagai *platform* perdagangan daring atau *e-commerce* yang paling dipercaya dan diandalkan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini

tecermin dari pilihan 76% responden. Persentase responden yang memilih Tokopedia berbeda tipis dengan yang memilih Shopee, yakni 75% responden. Sementara Lazada dipilih oleh 19% responden, Bukalapak 18%, dan pada posisi kelima yaitu Blibli sebesar 14%. Survei ini juga menemukan bahwa *e-commerce* yang dianggap memberi pengalaman paling memuaskan bagi pebisnis UMKM adalah Tokopedia dengan persentase 69%, diikuti Shopee 62%, Lazada 11%, Bukalapak 9%, dan Blibli 4%.

Pada sumber yang sama menunjukkan bahwa kriteria *e-commerce* dengan pelayanan paling memuaskan bagi pengusaha UMKM, yakni Tokopedia 68%, Shopee 61%, Lazada 11%, Bukalapak 11%, dan Blibli 6%. Hal ini menunjukkan bahwa bli bli memiliki tingkat kepuasan yang lebih rendah dari *ecommerce* lainnya. Selain itu terdapat penurunan pada kuartal pertama tahun 2023 pada platform *e-commerce* di Indonesia terutama pada aplikasi blibli.com seperti data dibawah sebagai berikut.



Gambar 1. 2 Tren kunjungsn E-Commerce 2022-2023

Sumber : databoks.katadata.co.id

Tren kunjungan ke situs *e-commerce* di Indonesia menurun pada awal 2023. Hal itu terjadi pada 5 *e-commerce* dengan pengunjung terbesar, yakni Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Menurut data SimilarWeb, sepanjang Februari 2023 situs Shopee hanya mendapat 143,6 juta kunjungan. Angka tersebut turun sekitar 16% dibanding Januari 2023, bahkan berkurang 25% dari pencapaian akhir tahun lalu.) Sama seperti Shopee, jumlah pengunjung situs Tokopedia dan Blibli juga turun dua bulan berturut-turut pada Januari-Februari 2023.

Adapun menurut Bank Indonesia (BI), sepanjang 2022 nilai transaksi *e-commerce* nasional hanya mencapai Rp476,3 triliun, lebih rendah dari target awal BI yang besarnya Rp489 triliun. Deputi Gubernur BI Doni P. Joewono memperkirakan, nilai transaksi itu turun dari target karena adanya pelonggaran pembatasan aktivitas terkait Covid-19, yang kemudian mendorong masyarakat kembali berbelanja di toko konvensional. Hal ini menunjukkan kurang banyak masyarakat yang tertarik pada aplikasi blibli sebagai *e-commerce* pilihan sehingga setiap bulannya terutama pada kuartal pertama pada tahun 2023 menurun terus menerus.

Tren penurunan tingkat pembelian pada *e-commerce* terutama di aplikasi Blibli.com tidak lepas dari ketidakpuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan didalamnya. Keluhan pelanggan merupakan bentuk ketidakpuasan pelanggan terhadap produk ataupun jasa perusahaan yang bisa bersifat tertulis ataupun lisan. Berikut bentuk ketidakpuasan pelanggan yang ada di aplikasi Blibli.com

★★★★★ 25/08/23

kok sekarang gk bisa belanja banyak lg saya sebagai customer paling awal blibli launching langsung pake sampe sekarang kok tiba2 bulan ini jd gk bisa belanja banyak lg, saya kecewa banget kok jd gini awal2 saya sangat mendukung blibli kok jd sama kayak yg lain. Jadi gak ada keunggulan y lagi

Apakah ulasan ini membantu?

Ya

Tidak

blibli.com

26/08/23

Halo kak faadhel fahlefi mohon maaf terkait [MASALAH]. Kami ingin mendengar lebih detail terkait hal tersebut sehingga Blibli bisa memperbaiki

★★★★★ 29/08/23

Aplikasi paling jelek....sellernya suka2 aja batalin pesanan pembeli....sudah sering x saya alami.....tolong di kasih penalti seller yang suka2 aja batalin orderan pembeli...jadi malas sekarang belanja di blibli....sellernya gak jelas semua.

Apakah ulasan ini membantu?

Ya

Tidak

blibli.com

29/08/23

Halo kak Bintang mohon maaf atas pengalaman belanja yang kurang menyenangkan. Kami ingin mendengar lebih detail terkait hal tersebut sehingga Blibli bisa memperbaiki pelayanan kami menjadi lebih baik lagi. Kakak bisa menghubungi kami di 0804 1 871 871 atau email ke customer.care@blibli.com atau Live Chat kami. Stay safe and stay healthy kak! - Voni

Blibli Belanja Online Mall
Rating dan ulasan

ahmad muttaqin

★ ★ ★ ★ ★ 31 Agustus 2023

Aneh saldo cashback nya tidak masuk padahal di voucher nya dapat cashback senilai 50% dari harga yg d beli tapi sampe pesannya selesai cashback nya gak masuk masuk, pantes ternyata pas di Liat ranting nya bintang 1 semua

4 orang merasa ulasan ini berguna

Apakah konten ini berguna bagi Anda? Ya Tidak

blibli.com 31 Agustus 2023

Halo kak ahmad mohon maaf terkait Kendalanya. Kami ingin mendengar lebih detail terkait hal tersebut sehingga Blibli bisa memperbaiki pelayanan kami menjadi lebih baik lagi. Kakak bisa menghubungi kami di 0804 1 871 871 atau email ke customer.care@blibli.com atau Live Chat kami. Stay safe and stay healthy kak! - Moses

Tofin Widadan

Blibli Belanja Online Mall
Rating dan ulasan

pelayanan kami menjadi lebih baik lagi. Kakak bisa menghubungi kami di 0804 1 871 871 atau email ke customer.care@blibli.com atau Live Chat kami. Stay safe and stay healthy kak! - Hanaya

lizma niezt

★ ★ ★ ★ ★ 19 Juli 2023

Dlu pernah pk aplikasi ini, pertama order beli popok bayi free ongkir ke langkat Sumut. Setelah itu g ada gratis ongkir lg. Ni krna liat, **blibli** di TV kata nya gratis ongkir jd tak download ulang. Eh ternyata lbh parah ongkir nya ❌ mana harga produk lbh mahal dari tetangga sebelah ❌ come on bersaing banyak e-commerce lain yg bantling2an kasih gratis ongkir dan voucher diskon

48 orang merasa ulasan ini berguna

Apakah konten ini berguna bagi Anda? Ya Tidak

blibli.com 19 Juli 2023

Halo kak lizma niezt mohon maaf terkait kendala ongkir. Kami ingin mendengar lebih detail terkait hal tersebut sehingga Blibli bisa memperbaiki pelayanan kami menjadi lebih

Dari ketidakpuasan diatas, platform Blibli.com harus memperhatikan kualitas yang diberikan baik dari platform mereka sendiri dalam memberikan peelayanan pelanggan maupun dari mitra yang memperjualbelikan barang atau jasanya pada aplikasi tersebut. Karena hal itu sangat berpengaruh pada tingkat pengunjung yang menggunakan Blibli.com sebagai platform berbelanja online. Maka berdasarkan itu, suatu perusahaan haruslah memiliki

sebuah prosedur yang dikhususkan untuk menangani komplain yang ada.

Kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang atau kecewa yang timbul ketika membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (Kasum & Sularto, 2017: 653). Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan terpuaskan. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan merasa senang. Kepuasan ialah perasaan bahagia atau kecewa seseorang yang muncul sesudah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Maka dari itu kepuasan pelanggan sangat penting bagi berkembangnya suatu bisnis terutama bisnis retail seperti supermarket yang menjual kebutuhan konsumen.

Kualitas layanan yang maksimal dapat dicanangkan menjadi strategi perusahaan untuk meningkatkan dan mengokohkan pelanggan. Kualitas layanan ialah factor utama sebagai bentuk pemberian kepuasan bagi pelanggannya terkait dengan komunikasi dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi, dan pertukaran atau perpindahan, dari tahun ke tahun. Kualitas layanan melahirkan dampak positif misalnya memaksimalkan kepuasan dan kelayaitas konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Agar dapat bertahan maka perusahaan disarankan bisa mencukupi kebutuhan konsumen dengan memberikan pelayanan yang maksimal, maka konsumen merasa di hargai serta terpuaskan, dengan begitu konsumen tersebut akan menjadi konsumen yang setia.

Promosi merupakan salah satu variabel dari marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa

yang dimiliki. Promosi dikembangkan untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Teknologi yang semakin canggih menyebabkan kompetisi dalam kegiatan-kegiatan promosi semakin tajam yang mana penggunaan internet dapat memperluas jangkauan iklan yang dipasang karena dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, website, youtube dan sebagainya.

Promosi bertujuan untuk mengenalkan suatu produk kepada pembeli agar calon pembeli mengetahui apa yang dijual oleh penjual. Promosi harus dibuat semenarik mungkin agar pembeli berminat untuk membelinya. Menurut Widagdo, (2015) menyatakan “Promosi memainkan peranan yang sangat penting dalam menempatkan posisi di mata dan benak pembeli, karena promosi pada hakekatnya untuk memberitahukan, mengingatkan, membujuk pembeli serta pihak lain yang berpengaruh dalam proses pembelian” Juga yang dikutip oleh Widagdo. Promosi adalah komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon. Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan bentuk pengenalan suatu produk kepada pembeli dengan memberitahu, mengingatkan, membujuk untuk mendapatkan respon dari calon pembeli melalui informasi yang tepat, sehingga calon pembeli yang tidak mengetahui tentang produk menjadi tahu tentang produk yang ditawarkan.

Fenomena ini didukung oleh penelitian Hendy gunawan dan Raymond (2020), yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari promosi maupun kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sejalan dengan itu, peneelitan yang dilakukan Daniel Septian dan Asron Saputra (2020) juga menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari promosi maupun kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen .

Berdasarkan uraian diatas, penulis menentukan topik penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Blibli.com.”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang timbul adalah sebagai berikut :

- 1 Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Blibli.com ?
- 2 Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Blibli.com ?

1.3 Tujuan Penelitian

berdasarkan rumusan masalah diatas maka sudut pandang yang ingin dicapai adalah sebagai berikut

1. Mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Aplikasi Blibli.com.
2. Mengetahui promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Aplikasi Blibli.com.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi peneliti, universitas, perusahaan sebagai berikut :

1. Manfaat bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan peneliti dapat menyerap ilmu yang dipelajari serta menambah wawasan mengenai topik yang telah diteliti.

2. Manfaat bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan pembelajaran untuk penelitian selanjutnya, sehingga dapat memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan penelitian ini.

3. Manfaat bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta menjadi sebuah referensi bagi pihak manajemen perusahaan, sehingga dapat merancang strategi yang lebih baik untuk menentukan kebijakan perusahaan mengenai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan.