BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Salah satu perubahan yang paling terlihat adalah transformasi aktivitas perdagangan dari sistem konvensional menuju sistem digital berbasis internet. Pemanfaatan internet tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan pencarian informasi, tetapi juga telah menjadi media utama dalam aktivitas ekonomi melalui perdagangan elektronik atau e-commerce. Menurut (Laudon & Traver, 2022) e-commerce merupakan proses transaksi bisnis yang dilakukan melalui jaringan digital dengan memanfaatkan teknologi internet sebagai media pertukaran informasi, barang, dan jasa. Perkembangan e-commerce memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan transaksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu sehingga mampu meningkatkan efisiensi kegiatan ekonomi.

Di Indonesia, perkembangan e-commerce menunjukkan tren yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Meningkatnya jumlah pengguna internet, penggunaan telepon pintar yang semakin luas, serta perubahan perilaku konsumen setelah pandemi telah mendorong masyarakat untuk lebih terbiasa melakukan transaksi secara online. Kondisi ini menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan digital untuk menyediakan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan tidak

hanya dituntut mampu menarik konsumen baru, tetapi juga mempertahankan konsumen yang telah ada melalui peningkatan kepuasan konsumen.

Salah satu platform e-commerce yang berkembang pesat di Indonesia adalah Shopee. Shopee menjadi marketplace yang banyak digunakan karena menawarkan kemudahan akses, variasi produk yang luas, metode pembayaran yang beragam, serta berbagai program promosi seperti diskon, voucher, cashback, dan gratis ongkos kirim. Berbagai strategi tersebut menjadikan Shopee sebagai salah satu platform yang mampu menarik perhatian masyarakat dari berbagai kelompok usia dan latar belakang sosial ekonomi. Keberhasilan Shopee dalam mempertahankan posisinya di tengah persaingan marketplace menunjukkan pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pengguna platform tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu konsep utama dalam pemasaran modern. (Kotler & Keller, 2022) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Dalam konteks e-commerce, kepuasan konsumen memiliki peran yang sangat penting karena dapat memengaruhi keputusan pembelian ulang, loyalitas pelanggan, dan penyebaran rekomendasi positif kepada calon konsumen lainnya.

Dalam lingkungan e-commerce, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah e-service quality (kualitas layanan elektronik). E-service quality merupakan kemampuan suatu platform digital dalam memberikan pelayanan secara efektif, efisien, mudah digunakan, aman, serta

mampu memenuhi kebutuhan pengguna selama proses transaksi dilakukan melalui media elektronik. Berbeda dengan transaksi secara langsung, seluruh interaksi antara konsumen dan perusahaan dalam e-commerce dilakukan melalui sistem digital sehingga kualitas layanan elektronik menjadi salah satu faktor utama yang menentukan pengalaman konsumen ketika menggunakan suatu aplikasi.

Menurut (Lestari et al., 2025) e-service quality memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasaan pengguna platform e-commerce. Semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan, seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan akses sistem, keakuratan informasi, serta perlindungan terhadap data pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa kualitas layanan elektronik merupakan salah satu faktor yang mampu meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen pada platform Shopee.

Keberadaan e-service quality menjadi semakin penting karena sebagian besar aktivitas konsumen dalam berbelanja melalui e-commerce bergantung pada kualitas layanan yang diberikan oleh sistem aplikasi. Konsumen tidak dapat berinteraksi secara langsung dengan penjual sebagaimana pada transaksi konvensional, sehingga pengalaman berbelanja sangat di pengaruhi oleh kemampuan aplikasi dalam memberikan layanan yang cepat, mudah, akurat, dan dapat diandalkan.

Pada platform Shopee, kualitas layanan elektronik dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti kemudahan dalam mengakses aplikasi, kecepatan sistem saat digunakan, kelengkapan informasi produk, kemudahan proses pencarian

barang, ketepatan layanan selama transaksi, serta kemampuan sistem dalam menjaga keamanan dan privasi pengguna. Apabila seluruh layanan tersebut dapat berjalan dengan baik, maka pengguna akan memperoleh pengalaman berbelanja yang lebih nyaman sehingga berpotensi meningkatkan kepuasan mereka. Sebaliknya, apabila aplikasi sering mengalami gangguan, proses transaksi lambat, atau informasi yang diberikan kurang jelas, maka konsumen dapat merasa kecewa dan memilih menggunakan platform e-commerce lainnya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Lestari et al., 2025) menunjukkan bahwa e-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Shopee. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin baik kualitas layanan elektronik yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang diperoleh. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Husin et al., (2025), yang menyatakan bahwa kualitas layanan elektronik mampu meningkatkan pengalaman pengguna sehingga mendorong terbentuknya kepuasan dan loyalitas pelanggan pada platform e-commerce. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas layanan digital agar mampu mempertahankan konsumennya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Selain e-service quality, faktor lain yang juga memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah keamanan transaksi. Dalam transaksi berbasis digital, konsumen diharuskan memberikan berbagai informasi pribadi, seperti nama, alamat, nomor telepon, hingga data pembayaran. Oleh karena itu, konsumen mengharapkan adanya sistem yang mampu melindungi seluruh informasi tersebut dari berbagai bentuk penyalahgunaan. Rasa aman yang

diberikan oleh platform akan meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga mereka merasa lebih nyaman dalam melakukan transaksi secara daring.

Menurut (Laudon & Traver, 2022) keamanan transaksi merupakan kemampuan sistem e-commerce dalam melindungi informasi pengguna, menjaga kerahasiaan data, serta memastikan bahwa seluruh proses transaksi berlangsung secara aman tanpa adanya ancaman pencurian data maupun penyalahgunaan informasi. Dalam praktiknya, keamanan transaksi tidak hanya berkaitan dengan teknologi yang digunakan, tetapi juga menyangkut keyakinan konsumen bahwa platform mampu memberikan perlindungan terhadap setiap aktivitas transaksi yang dilakukan.

Shopee sendiri telah menyediakan berbagai fitur keamanan, seperti verifikasi dua langkah, penggunaan kode OTP, layanan Shopee Garansi, perlindungan pembeli, sistem pembayaran terenkripsi, serta mekanisme pengembalian dana apabila terjadi permasalahan dalam transaksi. Berbagai fitur tersebut menunjukkan upaya Shopee dalam meningkatkan rasa aman bagi para penggunanya. Namun demikian, masih terdapat konsumen yang merasa khawatir terhadap risiko penipuan, kebocoran data pribadi, maupun penyalahgunaan akun, sehingga aspek keamanan transaksi tetap menjadi salah satu pertimbangan penting dalam menggunakan aplikasi Shopee.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nababan et al., 2023) menunjukkan bahwa keamanan transaksi memberikan pengaruh positif terhadap kepercayaan dan keputusan konsumen dalam menggunakan platform e-commerce. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh (Husain et al., 2025) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan konsumen selama melakukan

transaksi, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang diperoleh. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan transaksi merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumennya.

Namun demikian, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan adanya perbedaan focus penelitian. Sebagian besar penelitian hanya meneliti pengaruh e-service quality terhadap kepuasan konsumen atau hanya meneliti keamanan transaksi secara terpisah. Selain itu, penelitian mengenai kedua variabel tersebut masih lebih banyak dilakukan pada masyarakat perkotaan atau pada kelompok responden tertentu, seperti mahasiswa dan masyarakat di kota-kota besar. Penelitian yang mengkaji pengaruh e-service quality dan keamanan transaksi secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen pada masyarakat pedesaan, khususnya pengguna Shopee di Dusun Tebangan, masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menjadi celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut sehingga dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik masyarakat di lokasi penelitian.

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang diteliti, maka diperlukan batasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada pengguna aplikasi Shopee yang berdomisili di Dusun Tebangan dan pernah melakukan transaksi pembelian melalui aplikasi Shopee.

2. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berusia 17 tahun dan pernah melakukan pembelian melalui aplikasi Shopee sekurang-kurangnya satu kali dalam enam bulan terakhir.
3. Variabel independen yang diteliti terdiri dari E-Service Quality (X1) dan Keamanan Transaksi (X2), sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Konsumen (Y).
4. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh E-Service Quality dan Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah E-Service Quality berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan?
2. Apakah Keamanan Transaksi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan?
3. Apakah E-Service Quality dan Keamanan Transaksi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan.

2. Untuk mengetahui pengaruh Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan.
3. Untuk mengetahui pengaruh E-Service Quality dan Keamanan Transaksi secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi Shopee di Dusun Tebangan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi ilmiah mengenai pengaruh E-Service Quality dan Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Konsumen, khususnya dalam konteks e-commerce di wilayah pedesaan.

2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Shopee dan pelaku usaha online dalam meningkatkan kualitas layanan elektronik dan sistem keamanan transaksi guna meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Manfaat Akademis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa dengan objek dan variabel yang berbeda.