

ANALYSIS DIGITAL CUSTOMER SATISFACTION IN ONLINE PURCHASE

Sry Rezeki^{1*}

Shelly Chritiana Muliauwan²

^{1,2} Universitas Kristen Krida Wacana

*Corresponding Author: sry.2018em140@civitas.ukrida.ac.id

ABSTRACT

In this digital era, everything has switched to an online system, starting from shopping, vehicles, ordering food, everything can be done online, everything can be obtained easily, just install an application to support online activities, we can meet all our needs, with the sophistication of technology, of course it makes it easier for us at all times. We can take activities for example when we buy clothes online, it certainly makes it easier for us from going to the market or mall to get clothes, now we just have to sit at home, open the application and clothes or orders will arrive directly at the door This study was conducted to test the level of customer satisfaction in making online purchases where the researchers made direct observations by monitoring the ratings given by customers on the online shopping site that is widely used by the public, namely Shopee. The research method used is a qualitative descriptive method in which data is obtained directly through interviews with shopee users and observing assessments given by customers in the shopee application. The results obtained from this study are that many people feel satisfied after shopping online because they consider online shopping can save time, effort and get cheaper prices than traditional markets.

Keywords: Convenience, Customer Satisfaction, Online Shopping, Online Shopping Application.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih telah membawa perubahan pada masyarakat Indonesia, yaitu dengan adanya internet yang memungkinkan bagi seseorang untuk melakukan komunikasi dengan pihak lain tanpa dibatasi waktu dan jarak (Ishak, 2012) perkembangan teknologi ini lah yang membuat semua nya berubah semua yang tadinya dilakukan secara langsung kini berubah menjadi serba digital perubahan ini tentu berdampak pada semua aspek. Kemajuan

teknologi saat ini merupakan suatu kemudahan yang memfasilitasi kegiatan sehari-hari terutama untuk generasi muda saat ini (Binus, 2017)

Kecanggihan teknologi ini memaksa seseorang untuk berubah karena jika tidak mengikuti perkembangan teknologi kita akan tertinggal karena segala sesuatu sekarang ini sudah menggunakan teknologi. Pada era digital saat ini semua bisa dilakukan dengan online seperti belanja, memesan makanan, memesan kendaraan online dan masih banyak lagi yang bisa dilakukan secara online. Hal yang sering dilakukan oleh masyarakat sekarang ini adalah berbelanja online mulai dari pembelian pakaian, peralatan rumah tangga, alat elektronik, alat kesehatan, obat-obatan semua bisa dipesan secara online. Berbelanja online sekarang ini sudah menjadi kebiasaan dikalangan masyarakat terutama para generasi milenial, selain karena harga jual yang lebih rendah jika membeli barang secara online hal-hal lain juga mempengaruhi minat pelanggan untuk berbelanja online seperti waktu belanja yang lebih efisien.

Berbelanja online ini tentu perlu menggunakan aplikasi E-commerce seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan Jd.id dan masih banyak aplikasi E-commerce lainnya. Selain bisa berbelanja online menggunakan E-commerce biasanya banyak juga pelanggan yang berjualan dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Telegram, WhatsApp dan Line. Selain penggunaan aplikasi pembelian online ini juga memerlukan jaringan internet untuk menghubungkan antara penjual dan pembeli. Dalam sistem kerjanya seorang penjual mengunggah atau mengupload barang jualan mereka agar bisa menarik para pelanggan untuk membeli barang tersebut biasanya dalam mengupload barang jualan tersebut penjual memberikan deskripsi barang yang dijual dan harga barang. Terkadang barang yang mereka jual tak sesuai dengan deskripsi yang mereka berikan tak heran jika dalam hal ini banyak pelanggan yang kecewa mengingat hal tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian terkait Kepuasan pelanggan dalam berbelanja online.

TELAAH PUSTAKA

Kemudahan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) mudah berarti tidak memerlukan banyak tenaga atau pikiran dalam mengerjakan. Hal ini berarti bahwa segala sesuatu dianggap mudah jika kita memperolehnya tidak membutuhkan pengorbanan besar. Kemudahan pengguna situs mencerminkan detail informasi mengenai produk, baik barang atau jasa. Hal ini berpengaruh dengan kepuasan sebab jika situs sulit untuk dinavigasikan dan terdapat konten yang kurang relevan, maka pengguna akan mudah untuk pindah ke situs lain (Richard & Scheffer, 2000). Kemudahan adalah yang paling utama yang menjadikan manusia atau

seseorang tertarik dalam melakukan segala sesuatu tanpa ada paksaan. Salah satu yang sedang diminati atau dilirik masyarakat adalah kemudahan dalam mendapatkan barang salah satunya adalah kemudahan berbelanja barang yang dibutuhkan.

Kepuasan pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang yang dirasakan oleh seseorang setelah mendapatkan sesuatu yang diinginkan atau diidamkan nilai kepuasan ditentukan oleh seorang pelanggan karena pelanggan merupakan suatu aset bagi perusahaan maka aset tersebut perlu dijaga dengan cara menjual suatu produk dengan baik dan benar tentunya harus diiringi dengan pelayanan yang prima pula. (Keller, 2017) ada 2 jenis kepuasan konsumen yakni Kepuasan Fungsional dan Kepuasan Psikologis. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara kinerja yang diharapkan oleh pelanggan dibandingkan dengan kinerja aktual di lapangan. Ketika kinerja aktual lebih tinggi dibandingkan dengan harapan pelanggan maka pelanggan merasakan puas dan sebaliknya (Ong & Prambudi, 2014).

Badan usaha dapat mengetahui kepuasan dari para konsumennya melalui umpan balik yang diberikan oleh konsumen kepada badan usaha tersebut sehingga dapat menjadi masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi serta peningkatan kepuasan pelanggan. Dari sini dapat diketahui pada saat pelanggan komplain. Hal ini merupakan peluang bagi badan usaha untuk dapat mengetahui kinerja dari badan usaha. Dengan adanya komplain tersebut badan usaha dapat memperbaiki dan meningkatkan layanan sehingga dapat memuaskan konsumen yang belum puas tadi. Biasanya konsumen mempunyai komitmen yang besar pada badan usaha yang menanggapi komplain darinya. (Musanto, 2014)

Kepuasan pelanggan adalah titik dimana para konsumen merasa puas dengan kinerja atau pelayanan yang diberikan dimana apa yang didapatkan sesuai dengan harapan, dengan kata lain pelanggan bisa dikatakan puas apabila sesuatu yang diterima tidak mengalami kekurangan sesuatu apapun. Kepuasan pelanggan ini biasanya menjadi penentu apakah perusahaan yang memberikan pelayanan baik barang ataupun jasa bisa terus melangsungkan hidup perusahaan atau bangkrut karena jika pelanggan merasa puas mereka akan kembali membeli atau menggunakan kembali layanan kita demikian juga sebaliknya jika pelanggan tidak puas.

Pembelanjaan Online

Pembelanjaan online adalah suatu kegiatan atau aktivitas membeli suatu barang dengan menggunakan aplikasi dimana dalam proses tersebut pembeli dan penjual dihubungkan dengan menggunakan situs website atau aplikasi belanja online.

Aplikasi Belanja Online/ E-commerce

E-commerce (Elektronik Commerce) atau dalam bahasa Indonesia Perdagangan Secara Elektronik adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. E-Commerce secara umum dapat diartikan sebagai transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. Selain itu, E-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik (Nimda, 2012).

Aplikasi belanja online merupakan aplikasi yang menghubungkan anatar penjual dengan pembeli dari berbagai daerah bahkan belahan dunia yang mana didalamnya ada banyak barang yang ditawarkan seperti pakaian, kebutuhan rumah tangga, alat elektronik, obat-obatan dan masih banyak lagi yang lainnya. Ada banyak aplikasi yang bisa digunakan untuk berbelanja online dilansir dari situs Cimbniaga.com ada 5 aplikasi belanja online yang terkenal atau biasa digunakan oleh masyarakat di Indonesia yaitu shopee, lazada, tokopedia, bli bli dan buka lapak hal ini tentu karena ada nya berbagai promo yang ditawarkan oleh masing masing aplikasi seperti promo potongan harga atau diskon, promo gratis ongkir, promo akhir bulan dan masih banyak lagi kelebihan-kelebihan lain yang ditawarkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dimana data diperoleh secara langsung dari para konsumen yang melakukan pembelian secara online, data diperoleh langsung dari konsumen dengan teknik wawancara, observasi di market penjualan dengan melihat setiap reting yang diberikan pelanggan terhadap produk yang telah mereka beli melalui aplikasi, adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian online.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Era industri 4.0, merupakan zaman di mana penggunaan teknologi di berbagai bidang semakin banyak digunakan. Hal ini secara langsung mengubah pola hidup masyarakat dari pemikiran tradisional menjadi lebih maju. Dewasa ini, masyarakat cenderung untuk memanfaatkan teknologi untuk melakukan transaksi dari pada melakukannya dengan cara konvensional seperti mendatangi tempat perbelanjaan. Pada era digital ini semua telah beralih ke sistem online dari mulai belanja, kendaraan, memesan makanan semua bisa dilakukan dengan online semua bisa

diperoleh dengan mudah tinggal menginstal aplikasi untuk mendukung kegiatan online kita bias memenuhi semua kebutuhan kita, dengan kecanggihan teknologi tersebut tentu saja mempermudah kita dalam segala kegiatan dapat kita ambil contoh kita melakukan pembelian baju secara online hal tersebut tentu mempermudah kita dari yang seharusnya pergi ke pasar atau mall untuk mendapatkan baju kini hanya tinggal duduk dirumah buka aplikasi dan baju atau pesanan akan sampai langsung di depan pintu.

Proses berbelanja online bisa dilakukan dengan berbagai cara bisa memesan barang dengan aplikasi sosial media seperti instagram dimana biasanya penjual mengupload barang dengan mencantumkan deskripsi dan harga suatu produk agar menarik pelanggan untuk membeli, setelah pelanggan tertarik biasanya pelanggan akan melakukan pemesanan barang dan membayar barang tersebut dimana pembayaran biasanya bisa dilakukan dengan metode transfer baru barang tersebut dikirim atau pembelian dengan sistem bayar ditempat. Selain menggunakan sosial media belanja online juga bisa dilakukan dengan aplikasi E-commerce yang mana hal ini sedang marak dilakukan oleh para generasi milenial, aplikasi belanja online yang banyak jenisnya yang dikenal dikalangan masyarakat seperti lazada, toloka, Tokopedia, Jd ID, Shopee dan masih banyak lagi aplikasi lainnya dalam aplikasi belanja online ini banyak menghubungkan antara penjual dan pembeli dengan cakupan yang luas bahkan bisa menjangkau seluruh dunia kelebihan berbelanja menggunakan aplikasi ini yaitu tingkat keamanan lebih terjamin.

Pada penelitian ini saya terfokus pada satu aplikasi belanja online yang banyak digunakan kalangan masyarakat yaitu Shopee seperti dilansir oleh portal berita media Indonesia pada tanggal 5 desember 2019 yang menyatakan bahwa aplikasi Shopee menjadi aplikasi E-commerce yang paling diminati hal ini menurut temuan iPrice disebabkan karena beberapa campaign yang dilakukan Shopee dalam kuartal ini seperti cashback, free delivery tanpa minimum order dan pemilihan brand ambassador dari orang terkenal yang dekat dengan pengguna bisa dijadikan bukti kegigihan Shopee untuk mengakuisisi pasar terutama di Indonesia hal ini lah yang menyebabkan shopee menjadi aplikasi yang paling diminati.

Aplikasi shopee sendiri menjadi penghubung antara pihak penjual dengan pembeli yang ada diseluruh dunia yang mana penjual yang ada di shopee ini cakupannya luas yaitu ada penjual didalam negeri bahkan luar negeri maka tidak heran jika barang yang ditawarkan juga berbagai jenis dan sudah pasti penjual juga memiliki karakter yang berbeda-beda selain itu dalam aplikasi shopee ini banyak menyediakan atau menjual barang mulai dari pakaian, alat kecantikan, perabotan rumah tangga, alat digital dan masih banyak lagi yang lainnya dimana ada banyak penjual yang menawarkan barang kepada pelanggan.

Proses pembelian barang di Shopee yaitu dengan kita mencari barang yang kita butuhkan setelah mendapatkan produk yang kita inginkan maka kita bisa memasukkannya ke dalam keranjang belanja lalu melakukan pemesanan setelah melakukan pemesanan kita tinggal mengisi alamat kita lalu memilih metode pembayaran ada berbagai jenis pembayaran yang ditawarkan bisa melalui Shopee pay, transfer bank, melalui Virtual account, atau sistem bayar ditempat yang biasa kita sebut Cash on delivery. Setelah kita memilih metode pembayaran maka penjual akan mengirim produk yang kita pesan dan kita tinggal menunggu produk kita sampai ke alamat yang dituju.

Adanya market pembelian online ini menjadikan ancaman bagi pasar tradisional karena banyak orang yang menganggap bahwa belanja online lebih menguntungkan karena dapat menghemat waktu, tenaga dan barang yang ditawarkan juga lebih banyak dibandingkan dengan pasar tradisional, pada saat melakukan pembelian online tentu saja akan ada dua kemungkinan antara puas dengan barang yang kita beli atau tidak puas. Kepuasan dalam pembelian bisa kita rasakan setelah barang tersebut sampai ketangan kita, kepuasan ini juga biasanya tidak hanya dinilai dari segi kualitas barang saja namun juga proses pengiriman biasanya juga menjadi penentu kepuasan pelanggan itu sendiri. Di dalam aplikasi Shopee ini sendiri menyediakan kolom komentar untuk para pelanggan yang telah melakukan pembelian produk dimana di kolom tersebut pelanggan bisa dengan mudah memberi komentar atau penilaian terhadap produk yang mereka beli jika pelanggan merasa puas biasanya memberikan penilaian dengan bintang lima jika tidak puas biasanya memberikan penilaian dibawah lima.

Kepuasan pelanggan ini bisa muncul apabila barang yang dipesan dikirim dengan cepat serta sesuai dengan apa yang diinginkan biasanya di market Shopee ini banyak menawarkan barang yang sama dengan kualitas yang berbeda mulai dari segi harga, jenis bahan dan lain sebagainya. Dalam melakukan pembelian online ini tentu para pelanggan harus pintar memilih dan memilih suatu produk karena jika tidak pandai maka mereka akan kecewa proses ini biasanya dilakukan dengan melihat penilaian atau review yang diberikan oleh para pembeli sebelumnya atau bisa kita lihat dari nilai yang didapatkan oleh toko di Shopee. Aplikasi Shopee ini jika saya nilai dari kepuasan pelanggan dalam memberikan nilai terhadap produk yang dijual melalui aplikasi Shopee sudah bisa dikatakan baik karena pembeli bisa berkomunikasi langsung atau menanyakan produk yang dijual kepada penjual melalui fitur chat yang disediakan oleh aplikasi Shopee, para pelanggan bisa dengan mudah mengomentari produk yang mereka beli namun terkadang ada beberapa toko yang memberi aturan dalam memberikan nilai produknya seperti tidak boleh memberikan penilaian dengan memberi bintang dibawah 3 karena hal tersebut dapat mempengaruhi kualitas toko selain itu dari segi pelayanan yang disediakan

sudah baik karena aplikasi ini menyediakan customer service yang siap melayani 24 jam keluhan pelanggan dan cepat merespon keluhan tersebut hal-hal tersebut lah yang menjadikan pelanggan merasa puas dengan aplikasi shopee ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berbelanja online sekarang ini sudah menjadi konsumsi masyarakat terutama para generasi milenial dengan berbelanja online ini menjadikan semua lebih mudah, namun dalam belanja online ini ada kelebihan dan kekurangannya diantaranya harga bisa lebih murah dari pada berbelanja di pasar tradisional atau mall, berbelanja online tidak menghabiskan tenaga karena bisa dilakukan walaupun sembari bersantai hal ini tentu saja berbeda jika kita melakukan belanja secara langsung, ada lebih banyak produk yang ditawarkan di situs belanja online dibandingkan pasar tradisional karena market belanja online ini mencakup para penjual diseluruh dunia, namun kekurangannya dari berbelanja secara online ini kita tidak dapat melihat produknya secara langsung sebelum produk itu sampai ketangan kita hal ini lah yang terkadang membuat pelanggan kecewa apabila barang yang dibeli tidak sesuai dengan ekspektasi namun tidak perlu khawatir dalam berbelanja online jika barang tidak sesuai maka bisa dikembalikan namun ongkos kirim pengembalian barang ditanggung oleh pembeli.

Kepuasan pelanggan dalam berbelanja online sudah dapat dikatakan baik meskipun walaupun terkadang masih banyak pelanggan yang merasakan kekecewaan saat melakukan pembelian online hal itu bisa saja terjadi karena kelalaian pelanggan dalam memilih barang atau produk yang disediakan aplikasi belanja online, karena didalam aplikasi ini ada banyak penjual dengan berbagai karakteristik dan menjual berbagai barang maka dalam berbelanja online kita harus cerdas agar tidak mengalami kecewa jangan sampai tergiur dengan harga murah namun kualitas barang rendah.

Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penyedia aplikasi perbelanjaan online yaitu lebih dapat memilih penjual yang bisa melakukan penjualan di aplikasi belanja online tujuannya agar barang yang dijual di aplikasi online tersebut memiliki kualitas yang baik sehingga bisa meminimalisir kekecewaan pelanggan selain itu saran bagi pengguna aplikasi belanja online harus dengan cerdas memilih barang yang ditawarkan.

REFERENSI

- Binus. (2017, juni 5). *Kecanggihan teknologi manfaat atau petaka*. Retrieved from Bina nusantara University: <https://parent.binus.ac.id/2017/06/kecanggihan-teknologi-manfaat-atau-petaka/>
- CIMBNIAGA. (2020, Februari 20). *Aplikasi belanja online murah dan terpercaya*. Retrieved from CIMB Niaga: <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/gayahidup/5-aplikasi-belanja-online-murah-terpercaya>
- Ishak, A. (2012). Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Belanja Online: Sebuah Studi Tentang Penyebab (Antecedents) Dan konsekuensi (Consequents). *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Keller, K. P. (2017). *Marketing Management 14e*. England: Global Edition Pearson Education Limited.
- Musanto, T. (2014). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.
- Nimda. (2012, Februari 7). *Apa itu E-commerce*. Retrieved from Universitas Pasundan : <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/>
- Ong, O. J., & Prambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). *Jurnal Teknik Industri*.
- Richard, F. F., & Scheffer, P. (2000). E-Loyalty: Your Secret Weapon on the Web. *Harcad Business Review*.
- Suharso, & Ningsih, A. R. (2020). *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi lux*. Semarang: Widya Karya.
- Suwarta, T. H. (2019, Juni 5). *Shopee Paling Diminati Pengguna Aplikasi E-commerce di Indonesia*. Retrieved from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/275869/shopee-paling-diminati-pengguna-aplikasi-e-commerce-di-indonesia>