

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat dari abad ke-abad semakin berubah. Dimulai dari masa yang semula tidak mengenal dunia bisnis online sekarang sudah mengalami perubahan yang begitu berbeda. Di zaman modern seperti saat ini masyarakat sudah begitu mengenal bisnis online. Bukan hanya mengenalnya saja bahkan masyarakat di-era modern saat ini begitu mempercayai bisnis online sama halnya dengan bisnis tradisional. Setelah mengalami pencapaian yang begitu besar bisnis online-pun menjadi salah satu peluang masyarakat dalam memulai bisnisnya. Banyak penjual yang memanfaatkan bisnis online untuk mendapat keuntungan dan tidak sedikit yang mengalami kegagalan dalam berbisnis online. Intinya dalam berbisnis sangat diperlukan kejujuran, ketelitian dan semangat yang besar agar dapat mencapai tahap kesuksesan.

Bisnis online merupakan suatu kegiatan jual beli produk maupun jasa yang dilakukan secara online (melalui internet) dengan makna tidak perlu menyewa toko offline untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Setiap pelaku usaha yang sedang mempromosikan produk atau jasanya melalui internet dengan niat memperoleh keuntungan sudah dapat dikatakan dengan berbisnis online. Kegiatan bisnis online meliputi transaksi jual beli produk antar penjual (produsen) dan pembeli (konsumen) maupun menyediakan jasa secara online dan masih banyak bisnis lainnya yang bergerak dibidang industri. Dengan adanya bisnis online dapat

mempermudah siapapun yang ingin memulai bisnis. Jika memiliki ide bisnis yang menarik, unik dan kreatif bisa dituangkan secara langsung melalui bisnis online. Potensi bisnis online memang begitu menggiurkan namun proses dan tantangan juga menjadi begitu berat karena banyaknya pesaing bisnis. Berbisnis secara online sudah dapat dikatakan luas cakupannya, semua produk yang di inginkan sudah bisa dicari di toko online manapun. Oleh karena itu, jika ingin memulai bisnis sangat perlu memperhatikan kualitas barang, harga dan tampilan produk bisa dikreasikann semenarik mungkin dan harga yang ditawarkan juga harus sesuai dengan kualitas ataupun mutu dari barang yang akan didapatkan. Pebisnis sangat perlu memperhatikan kepuasan konsumen agar para konsumen tidak merasa kecewa dengan produk atau jasa yang dijual. Pebisnis juga harus bisa menumbuhkan minat ingin membeli ulang produk tersebut kepada konsumen dengan cara membangun citra produk yang baik dimata konsumen.

### **Manfaat dan tantangan dalam memulai bisnis online:**

#### **A. Manfaat bisnis online:**

1. Tidak perlu menyewa toko dan mencari karyawan
2. Bebas menjual produk dengan berbagai macam jenis
3. Mudah memasarkan produk dikalangan masyarakat dari berbagai Kota maupun Negara

#### **B. Tantangan dalam berbisnis online:**

1. Mampu mengoperasikan internet dan juga website

2. Membutuhkan biaya pengeluaran yang cukup besar untuk kuota internet gadget, perangkat komputer dan software Pendukung

3. Resiko penipuan

Shopee merupakan salah satu sarana belanja online yang banyak diminati oleh kalangan masyarakat khususnya kalangan muda dalam melakukan kegiatan jual beli barang dan jasa melalui ponsel. Aplikasi Shopee ini lebih fokus pada *platform mobile* sehingga orang-orang akan lebih mudah mencari, berbelanja dan berjualan langsung melalui ponsel. Shopee menawarkan berbagai macam produk maupun jasa dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman dan terpercaya. Shopee juga menyediakan layanan pengiriman yang terintegrasi dan fitur sosial yang inovatif untuk menjadikan jual beli online menjadi lebih mudah, aman dan praktis. *Chief Executive Officer* Shopee yaitu Chris Feng mengatakan bahwa Shopee merupakan *platform* belanja online yang mengusung konsep sosial, dimana penggunaannya tidak hanya berfokus pada jual beli saja, tetapi juga bisa berinteraksi sesama pengguna lewat fitur pesan instan secara langsung. Menurut Chris Feng Shopee ingin mendukung pertumbuhan Indonesia dalam *e-commerce* ritel global dengan membawa pengalaman belanja yang terintegrasi media sosial dan online shopping agar terjadi interaksi sosial antar penjual dan pembeli. Selain itu Shopee juga berkomitmen untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjualnya. Sebagai informasi, para pengusaha diberdayakan untuk menjadi penjual yang lebih efektif dengan menyediakan akses pada jutaan konsumen tanpa biaya dan dapat mengelola ketersediaan barang dan hubungan dengan pelanggan lebih baik.

### **Kelebihan belanja online di Shopee:**

#### 1. Bisa tawar menawar

Shopee memberikan fitur “tawar menawar” bagi konsumen sehingga konsumen bisa mendapatkan barang dengan harga yang cukup murah dari yang ditawarkan.

#### 2. Banyak pilihan untuk jasa pengiriman

Shopee menyediakan jasa pengiriman seperti JNE, JNT, GO-SEND, POS KILAT dan bahkan bisa juga mengirim barang dari luar negeri.

#### 3. Banyak pilihan

Shopee memiliki sedikitnya 26 kategori yang ditawarkan, mulai dari Pakaian, Make-up sampai Souvenir Pesta.

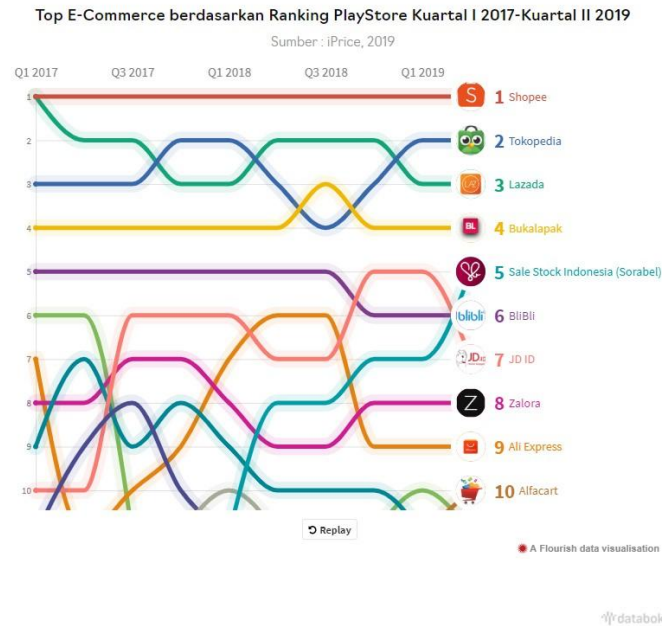
#### 4. Mudah, Simple dan Hits

Shopee menawarkan situs pembayaran yang mudah, praktis dan tidak membingungkan karena sudah tertera jelas langkah-langkahnya.

#### 5. Banyak promo

Shopee menawarkan promo mulai dari *cashback* hingga 100 ribu, diskon 90% dan masih banyak lagi.

Shopee semakin berkembang pesat dan mulai mengalami peningkatan penjualan maupun pendapatan. Shopee telah berhasil menjadi *e-commerce* paling top dari masa ke masa terbukti dari unduhan aplikasi Shopee di Google Playstore.



Sumber: iPrice,2019

Berdasarkan data diatas Shopee berhasil mempertahankan posisi pertamanya sebagai top *e-commerce* selama sepuluh kuartal berturut-turut berdasarkan ranking pada Google Playstore. Pada kuartal II 2019 Shopee juga memimpin pada kategori ranking Playstore. Namun jika berdasarkan rata-rata jumlah pengunjung situs secara bulanan Shopee dikalahkan oleh Tokopedia. Pengunjung Tokopedia secara bulanan mencapai 140,4 juta pengunjung sedangkan Shopee sebanyak 90,7 juta pengunjung.

**TABEL 1.1**

**DATA TOP BRAND**  
(www.topbrand-award.com)

<b>Nama e-commerce</b>	<b>(2018)</b>	<b>(2019)</b>	<b>(2020)</b>
Lazada	31.8%	31.6%	31.9%
<b>Shopee</b>	<b>14.7%</b>	<b>15.6%</b>	<b>20.0%</b>
Tokopedia	18.5%	13.4%	15.8%
Bukalapak	8.7%	12.7%	12.9%
Blibli	8.0%	6.6%	8.4%

Berdasarkan data diatas bisa dilihat bahwa terdapat lima *e-commerce* yang berkembang di Indonesia. Berdasarkan data pada tahun 2018 persentase dari *e-commerce* Shopee adalah 31.8% kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2019 yaitu 15.6% serta pada tahun 2020 mengalami peningkatan yang begitu pesat yaitu 20.0% walaupun setiap tahunnya *e-commerce* Shopee mengalami peningkatan namun Shopee masih menempati posisi kedua dalam data top brand tersebut. Posisi pertama ditempati oleh Lazada dengan persentase setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Kepuasan pelanggan merupakan tanggung jawab yang sangat penting diperhatikan dalam berbisnis dan salah satu yang ingin dicapai dalam menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen karena kepuasan pelanggan menjadi salah satu penentu apakah pelanggan dapat bertahan dalam melanjutkan pembelian produk tersebut atau berhenti karena tidak mendapatkan kepuasan dan sudah terlanjur kecewa. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu

dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Sementara itu ketidakpuasan pelanggan memunculkan sejumlah risiko, seperti protes dari lembaga konsumen, komplain pelanggan, intervensi pemerintah, reaksi pesaing dan masuknya produk substitusi baru ke pasar. Ketidakpuasan pelanggan sesungguhnya bisa membantu perusahaan mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kelemahan produk atau jasanya yang tidak mampu memenuhi standar konsumen dan pemerintah. Modifikasi bisa dilakukan untuk memperbaiki kinerja produk dan jasa, sehingga masalah serupa tidak bakal terulang dimasa datang. Sementara kepuasan pelanggan bisa membantu perusahaan dalam memperkokoh posisi bersaing produknya melalui segmentasi.

Kepuasan Pelanggan yang diberikan oleh *e-commerce* Shopee sangat memberikan ekspektasi dan realita yang sesuai dengan harapan konsumen dengan banyaknya kategori produk yang tersedia dapat memberikan banyak pilihan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Selain itu Shopee juga menyediakan fitur penilaian pada aplikasinya sehingga konsumen dapat dengan mudah memberikan nilai atau review yang sesuai dengan apa yang dirasakan oleh konsumen. Dengan adanya penilaian tersebut akan mempermudah konsumen dalam memilih dan menentukan produk yang akan dibeli.

Produk menurut Handoko (2002) merupakan hasil dari suatu proses produksi yang dilakukan oleh produsen atau perusahaan yang nantinya akan dipasarkan dan dikonsumsi oleh konsumen. Kualitas produk merupakan suatu kondisi dari sebuah

barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas. Islam adalah salah satu agama yang di anut oleh penduduk dunia dimana di dalam ajarannya Islam sangat mendorong kemajuan ekonomi, termasuk perdagangan. Namun demikian, berbagai jenis dan cara berdagang harus benar-benar dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah. Produk dalam Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu al-tayyibat dan al-rizq. Al-tayyibat merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. Al-rizq merujuk pada makanan yang diberkahi Tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam, kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, sebagaimana dalam firman Allah yang tertulis di dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa' ayat 57 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَنُدْخِلُهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا لَهُمْ فِيهَا أَزْوَاجٌ مُطَهَّرَةٌ وَهُمْ فِيهَا ظِلِيلًا ٥٧-

*Artinya: "Adapun orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan, kelak akan Kami masukkan ke dalam surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, mereka kekal di dalamnya selama-lamanya. Disana mereka mempunyai pasangan-pasangan yang suci, dan Kami masukkan mereka ke tempat yang teduh lagi nyaman". (QS. An-Nisa'(4): 57)*

Dari ayat Al-Qur'an diatas menjelaskan bahwa kualitas produk harus dikerjakan dengan baik jangan sekali-sekali melakukannya dengan cara yang batil dan jangan ada unsur kualitas produk tidak baik harga tinggi dengan maksud memperoleh keuntungan yang lebih besar. Oleh karena itu, nilai-nilai syari'at mengajak seorang muslim untuk menerangkan konsep kualitas produk dalam



kegiatan jual beli. Dengan adanya penetapan kualitas produk maka akan memungkinkan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli dan memungkinkan ekonomi dapat berjalan dengan mudah.

Brand Equity (ekuitas merek) adalah nilai tambah yang diberikan pada produk dan jasa. Ekuitas merek dapat tercermin dalam cara konsumen berpikir, merasa dan bertindak dalam hubungannya dengan merek, harga pangsa pasar dan profitabilitas yang diberikan merek untuk perusahaan (Kotler dan Keller 2009). Ekuitas merek bisa dibangun dengan membuat struktur pengetahuan merek yang tepat untuk pelanggan yang tepat. Proses ini tergantung dari seluruh kontak yang terhubung dengan merek baik yang dijalankan oleh pemasar atau bukan.

Berdasarkan latar belakang diatas Penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Online “Shopee” Dan Tinjauannya Menurut Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Manajemen 2017 Universitas YARSI)”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko online Shopee?
2. Bagaimana pengaruh brand equity terhadap kepuasan pelanggan pada toko online Shopee?
3. Bagaimana kualitas produk dan brand equity secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko online Shopee?

4. Bagaimana pandangan Islam terhadap pengaruh kualitas produk dan brand equity terhadap kepuasan pelanggan pada toko online Shopee?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan secara simultan.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel brand equity terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan secara simultan.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan brand equity secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui sudut pandang Islam terhadap pengaruh kualitas produk dan brand equity terhadap kepuasan pelanggan.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademis**

##### **A. Perkembangan Ilmu Pengetahuan**

Memperluas ilmu pengetahuan dan wawasan tentang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

##### **B. Referensi Peneliti Lebih Lanjut**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan maupun sebagai referensi untuk melakukan penelitian lainnya khususnya bagi toko online Shopee.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan koreksi bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan dan mengutamakan kepuasan pelanggan sehingga dapat dijadikan sebagai upaya untuk meningkatkan performanya. Penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap toko online Shopee.