

PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN : STUDI PADA APLIKASI SHOPEE DAN TOKOPEDIA DI KALANGAN REMAJA UMUR 18 - 22 TAHUN DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS DI INDONESIA

Afina Fadhilah Zuhaira¹, Rasyid Ramadhan Prihadianto², Sammy Dave Sondra³,
Valery Aprilia Siregar⁴

afinafadhilah07@gmail.com¹, rasyidramadhanp@gmail.com², sammydavesondra@gmail.com³,
valerysiregar43@gmail.com⁴

Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRAK

Era digital menggunakan berbagai macam aplikasi e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia, Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui aplikasi mana yang lebih sering digunakan dan nyaman dipakai diantara aplikasi Shopee dan Tokopedia kepada remaja umur 18 - 22 tahun di lingkungan univertitas dengan menggunakan metode kuantitatif dsengan pendekatan survei kepada 50 orang.

Kata Kunci: E-commerce, Preferensi Pengguna, Metode Kuantitatif.

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, aplikasi e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Kedua platform ini tidak hanya memudahkan proses belanja, tetapi juga menawarkan berbagai fitur dan layanan yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Namun, kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi-aplikasi tersebut menjadi faktor kunci dalam menentukan kesuksesan mereka di pasar yang kompetitif.

Artikel ini akan membahas tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Shopee dan Tokopedia, dengan fokus pada aspek-aspek seperti kemudahan penggunaan, kecepatan pengiriman, dan kualitas layanan pelanggan. Melalui analisis ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana kedua aplikasi ini memenuhi harapan pengguna dan area apa saja yang perlu ditingkatkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Walters (2003), Logistik merupakan fungsi yang melibatkan perpindahan, mengatur perpindahan barang, dan penyimpanan material dalam perjalanannya dari pengirim awal, melalui rantai pasok dan sampai ke pelanggan akhir.

Menurut G. Don Taylor (2009), Manajemen logistik adalah bagian dari manajemen rantai pasokan yang merencanakan, menerapkan, dan mengendalikan aliran maju dan mundur serta penyimpanan barang, layanan, dan informasi terkait yang efisien dan efektif antara titik asal dan titik konsumsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Laudon (1998), E-Commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk - produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Media yang dapat digunakan dalam aktivitas e-commerce adalah world wide web internet.

Menurut Anwar S. (2011), Supply chain dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktifitas (dalam bentuk entitas/fasilitas) yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku paling awal dari alam sampai produk jadi pada konsumen akhir.

Oliver (1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian.

Menurut Tjiptono (2007), Kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui pengisian kuisioner yang disebarkan kepada 50 responden remaja berumur kisaran 18 hingga 22 tahun pengguna aktif kedua aplikasi tersebut yang berada di lingkungan sekitar Universitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data diambil melalui kuisioner online dengan responden yang sebagian besarnya adalah pengguna lama, yang dimana 28 orang (56%) dari 50 responden mengaku telah memakai kedua aplikasi selama lebih dari 3 tahun, 16 orang (32%) dari 50 responden mengaku telah memakai kedua aplikasi selama 1-3 tahun, dan 6 orang (12%) dari 50 responden mengaku telah memakai kedua aplikasi selama kurang dari 1 tahun. Dari 50 responden tersebut, 7 orang (14%) sangat sering memakai kedua aplikasi tersebut, 14 orang (28%) sering memakai kedua aplikasi tersebut, 21 orang (42%) kadang-kadang memakai kedua aplikasi tersebut, dan 8 orang (16%) jarang memakai kedua aplikasi tersebut.

Tabel Perbandingan Data

Aspek	Tokopedia	Shopee
Kecepatan pengiriman	74	75,5
Keakuratan pengiriman	62	66,5
Informasi dan transparansi pengiriman	68	68
Kecepatan respon keluhan	56	59
Keefektifan dalam menangani keluhan	56,5	63
Kepuasan layanan logistik	61	66,5
Kemungkinan merekomendasikan	53	66,5

(Nilai Maks = 100)

Seperti yang dapat dilihat pada tabel hasil survei, Shopee secara rutin mengungguli Tokopedia di hampir setiap kategori yang terkait dengan kepuasan pelanggan dan layanan logistik. Skor diberikan dalam tentang 0 - 100, semakin tinggi angkanya, semakin baik menurut responden layanan tersebut.

1. Kecepatan dan Keakuratan Pengiriman

Aspek kecepatan pengiriman menunjukkan hasil yang tinggi untuk keduanya, dengan Shopee (75,5) sedikit lebih unggul dibanding Tokopedia (74). Untuk keakuratan pengiriman, Shopee juga lebih tinggi (66,5) dibanding Tokopedia (62), yang menunjukkan bahwa Shopee lebih dipercaya dalam ketepatan pengiriman barang sesuai pesanan.

2. Informasi dan Transparansi

Kedua platform memiliki skor yang sama pada aspek informasi dan transparansi pengiriman (68), menandakan bahwa keduanya dinilai cukup informatif dalam memberikan status pengiriman dan pelacakan.

3. Layanan Penanganan Keluhan

Shopee kembali lebih unggul dalam kecepatan respon (59 vs 56) dan keefektifan menangani keluhan (63 vs 56,5). Hal ini menunjukkan bahwa Shopee dinilai lebih cepat dan efektif dalam merespon masalah pelanggan.

4. Kepuasan Logistik dan Rekomendasi

Kepuasan terhadap layanan logistik Shopee memperoleh skor 66,5, dibandingkan dengan Tokopedia yang memperoleh 61. Yang menarik, pada aspek kemungkinan merekomendasikan kepada orang lain, perbedaan mencolok terlihat: Shopee (66,5) jauh lebih tinggi dibanding Tokopedia (53). Ini menunjukkan bahwa loyalitas atau kepercayaan terhadap Shopee lebih besar di kalangan responden.

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa menurut responden berusia antara 18 dan 22 tahun, Shopee cenderung lebih memuaskan dalam berbagai bidang yang terkait dengan logistik, menurut statistik. Komponen "kemungkinan untuk merekomendasikan" yang menunjukkan tingkat loyalitas dan kepercayaan klien merupakan salah satu indikasi yang paling kuat.

Hal ini juga mengindikasikan bahwa persepsi pelanggan muda sangat dipengaruhi oleh efisiensi dan kecepatan layanan pengiriman serta penyelesaian keluhan. Respons yang cepat dan informasi yang jelas juga sangat penting saat mengevaluasi layanan karena sebagian besar responden merupakan digital native.

KESIMPULAN

Dalam Era Digital, E-Commerce merupakan aspek penting dalam jual beli online, seperti aplikasi Shopee dan Tokopedia yang menjadi aplikasi yang sering digunakan oleh para generasi muda saat ini. dan hasil data yang kita dapatkan menyatakan bahwa pengguna aplikasi e-commerce lebih memilih menggunakan aplikasi shopee dibanding tokopedia karena total keseluruhan nilai untuk aplikasi Shopee bernilai 61,5 dan Aplikasi Tokopedia 64. dengan nilai ini dipastikan bahwa remaja di sekitar universitas kisaran umur 18 - 22 sekarang lebih memilih aplikasi Shopee.

DAFTAR PUSTAKA

- Diyah A, P. (2023). Peran pengalaman pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan,. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2-8.
- Don Taylor, G. (2009). *Intoduction to LOGISTICS ENGINEERING*. New York : Francis Group, LLC.
- F, H. (2023). Analisis Kualitas Layanan Logistik, Fasilitas Pengiriman Barang, dan Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Langgan. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1-4.
- Meithiana, I. (2029). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Surabaya : Unitomo Press.
- Morana, J. (2018). *Logistics*. London: ISTE Ltd.
- S, A. (2011). *MANAJEMEN RANTAI PASOKAN (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT) : KONSEP DAN HAKIKAT*. *Dinamika Informatika*, 3-8.
- Shabur M, M. (2015). *IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE*. 3-8.
- U, H. (2020). Importance of Logistics Service Quality in Customer Satisfaction: An Empirical Study. *OPERATIONS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*, 2-5.

Waters, D. (2003). Logistics An Introduction to Supply Chain Management. New York: Ashford Colour Press Ltd.