

PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN RETURN PELANGGAN: STUDI PADA E-COMMERCE SHOPEE DI LINGKUNGAN MAHASISWA

Muhammad Bakri¹, Azka Gusti², Fahmi Mudzakir³, Nashir Aspar⁴
bakri.shidq@upi.edu¹, askagusti1@upi.edu², fahmi.mh02@upi.edu³, nashiras31@upi.edu⁴
Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan retur barang (return) pada platform e-commerce Shopee, khususnya di kalangan mahasiswa. Layanan retur merupakan bagian dari proses reverse logistics yang berperan penting dalam meningkatkan pengalaman dan kepuasan konsumen. Namun, implementasi sistem retur di e-commerce kerap menghadapi berbagai kendala, seperti prosedur yang rumit, ketidakjelasan informasi, serta tantangan dari metode pembayaran seperti Cash on Delivery (COD). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner online yang disebar kepada 85 responden yang pernah melakukan proses retur barang di Shopee. Data dianalisis secara deskriptif untuk melihat persepsi, hambatan, dan tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan retur tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden pernah melakukan retur barang, dengan alasan utama barang tidak sesuai deskripsi dan barang rusak/cacat. Meskipun fitur retur di aplikasi Shopee dinilai cukup mudah digunakan, beberapa hambatan masih ditemukan, seperti lambatnya respon penjual, lamanya pengembalian dana, dan biaya pengiriman retur yang tinggi. Tingkat kepuasan responden terhadap sistem retur Shopee sebagian besar berada pada kategori netral, dengan sebagian tetap menyatakan akan terus menggunakan Shopee meskipun pernah mengalami kendala retur. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi Shopee untuk meningkatkan kualitas layanan retur, terutama dari sisi kecepatan respon penjual, transparansi prosedur, serta efisiensi reverse logistics guna menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi konsumen.

Kata Kunci: E-Commerce, Shopee, Kepuasan Pelanggan, Retur Barang, Reverse Logistics.

ABSTRACT

This study aims to measure customer satisfaction with the return service on the Shopee e-commerce platform, specifically among university students. The return service is part of the reverse logistics process, which plays a crucial role in enhancing consumer experience and satisfaction. However, the implementation of return systems in e-commerce often faces various obstacles, such as complicated procedures, unclear information, and challenges related to payment methods like Cash on Delivery (COD). This research uses a quantitative approach with a survey method through online questionnaires distributed to 85 respondents who have previously returned items on Shopee. The data was analyzed descriptively to explore user perceptions, challenges, and satisfaction levels regarding the return service. The results show that the majority of respondents have returned items, mainly due to products not matching the description or arriving damaged/defective. Although Shopee's return feature is considered relatively easy to use, several issues remain, such as slow seller response, delayed refunds, and high return shipping costs. Respondents' satisfaction levels with Shopee's return system mostly fall in the neutral category, with many still choosing to continue using Shopee despite having experienced return-related issues. This study provides recommendations for Shopee to improve the quality of its return services, particularly in terms of seller responsiveness, procedural transparency, and reverse logistics efficiency, in order to create a better shopping experience for consumers.

Keywords: E-Commerce, Shopee, Customer Satisfaction, Product Return, Reverse Logistics.

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, e-commerce telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Salah satu platform terbesar di Indonesia adalah Shopee, yang

menawarkan berbagai fitur untuk meningkatkan pengalaman belanja konsumen, termasuk layanan retur barang. Dalam proses return dalam e-commerce erat kaitannya dengan konsep reverse logistics, yaitu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian aliran barang dari konsumen kembali ke titik asal. Reverse logistics memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta efisiensi operasional perusahaan. Namun, berbagai hambatan seperti kebijakan retur yang tidak jelas, prosedur yang rumit, serta model pembayaran seperti Cash on Delivery (COD) sering kali memperumit proses ini. Kendala tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk meninjau ulang efektivitas sistem retur, terutama di Shopee, agar dapat memberikan pengalaman belanja yang lebih baik. Menurut Garvin dan Davis dalam Nasution (2004:41) kualitas adalah suatu

kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses, dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Dalam ekosistem e-commerce, layanan retur barang merupakan aspek penting yang sangat memengaruhi kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap platform. Namun, di balik layanan tersebut terdapat proses logistik kompleks yang dikenal dengan istilah reverse logistics atau logistik balik. Reverse logistics merujuk pada serangkaian aktivitas yang melibatkan pergerakan produk dari konsumen kembali ke penjual atau produsen, baik untuk tujuan pengembalian, daur ulang, perbaikan, maupun pembuangan.

Layanan retur barang dalam e-commerce telah menjadi bagian penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Di platform seperti Shopee, proses pengembalian barang sangat bergantung pada efektivitas sistem reverse logistics yang diterapkan. Namun, kenyataannya masih terdapat berbagai kendala dalam implementasi sistem ini, mulai dari prosedur retur yang kurang ramah pengguna, ketidakjelasan informasi kebijakan pengembalian, hingga tantangan operasional yang ditimbulkan oleh metode pembayaran seperti Cash on Delivery (COD). Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana sistem reverse logistics di Shopee mampu berfungsi secara optimal dalam menjawab kebutuhan konsumen dan meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Permasalahan ini menjadi relevan untuk dikaji guna merumuskan strategi yang lebih tepat dalam pengelolaan logistik balik di tengah pertumbuhan e-commerce yang semakin pesat.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana proses reverse logistics diterapkan dalam layanan retur barang di platform Shopee. Fokus utama diarahkan pada analisis efektivitas sistem retur yang berjalan, termasuk identifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi dalam praktiknya. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menelaah pengaruh metode pembayaran seperti Cash on Delivery terhadap kelancaran proses retur, serta merumuskan strategi atau rekomendasi yang dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan pengembalian barang guna menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik bagi konsumen.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai reverse logistics dalam konteks e-commerce di Indonesia, khususnya terkait praktik layanan retur barang. Dari sisi praktis, temuan-temuan yang dihasilkan dapat menjadi masukan bagi pihak Shopee maupun pelaku e-commerce lainnya dalam mengembangkan sistem pengelolaan logistik balik yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga memberikan manfaat bagi konsumen, yaitu dengan mendorong terciptanya sistem retur yang lebih transparan, mudah dipahami, dan ramah pengguna..

METODE

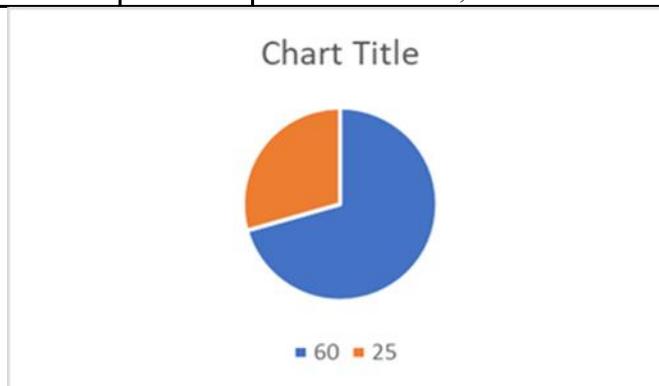
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk

memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kendala, persepsi, serta tingkat kepuasan konsumen dalam menjalani proses retur barang di platform e-commerce Shopee, berdasarkan pengalaman nyata para penggunanya. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi yang mendalam dan relevan terkait efektivitas sistem retur Shopee dari perspektif konsumen. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring melalui Google Form, yang dirancang secara sistematis untuk menjangkau konsumen yang telah memiliki pengalaman dalam melakukan proses retur barang di Shopee.

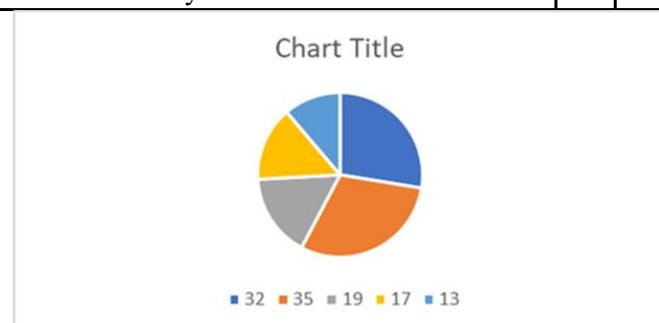
Adapun rincian metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

HASIL DAN PEMBAHASAN

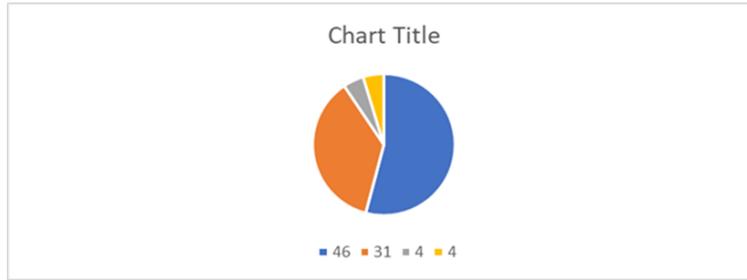
1. Apakah Anda Pernah Melakukan Return Barang di Shopee?		
Jawaban	F	Persentase
Ya	60	70,59
Tidak	25	29,41



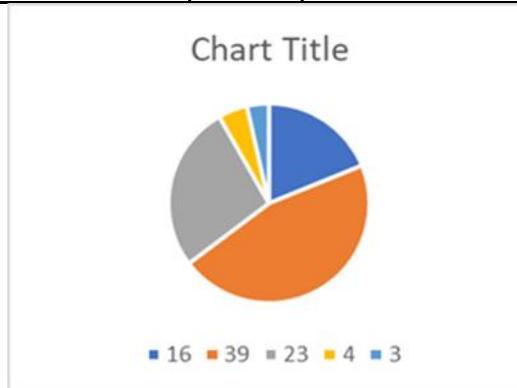
2. Apa Alasan Utama Anda Mengajukan Return Barang? (Boleh pilih lebih dari satu)		
Jawaban	F	persentase
Barang rusak / cacat	32	37,65
Barang Tidak Sesuai Dengan Deskripsi	35	41,18
Ukuran / Warna Tidak Sesuai	19	22,35
Salah Kirim Barang	17	20,00
Lainnya	13	15,29



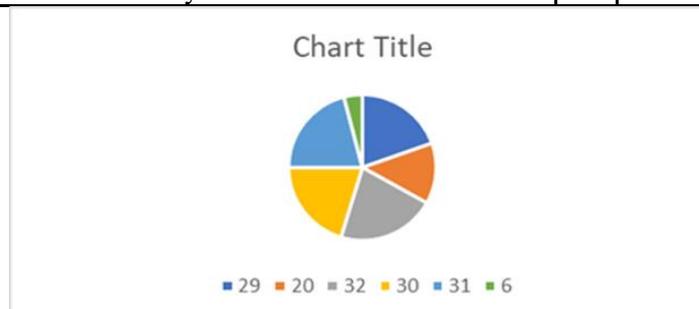
3. Seberapa Sering Anda Berbelanja Di Shopee?		
Jawaban	F	persentase
Melalui fitur "Ajukan Pengembalian" di aplikasi Shopee	46	54,12
Menghubungi penjual terlebih dahulu sebelum mengajukan return	31	36,47
Menghubungi layanan pelanggan Shopee	4	4,71
Lainnya	4	4,71



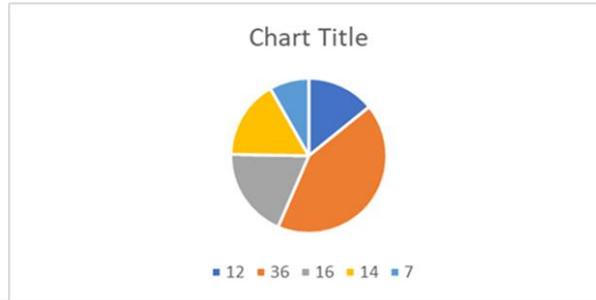
4. Bagaimana Tingkat Kesulitan Proses Return Barang Shopee?		
Jawaban	F	persentase
Sangat Mudah	16	18,82353
Mudah	39	45,88235
Cukup Sulit	23	27,05882
Sulit	4	4,705882
Sangat Sulit	3	3,529412



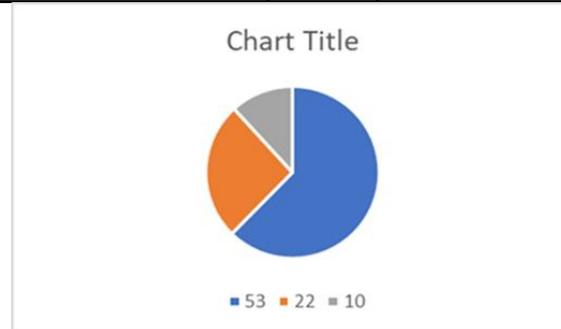
5. Bagian mana dari proses return yang menurut Anda paling sulit? (Boleh pilih lebih dari satu)		
Jawaban	F	persentase
Menghubungi Penjual	29	34,12
Mengunggah foto / video bukti	20	23,53
Menunggu persetujuan pihak shopee	32	37,65
Mengirim barang kembali ke penjual	30	35,29
Menunggu dana dikembalikan	31	36,47
Lainnya	6	7,06



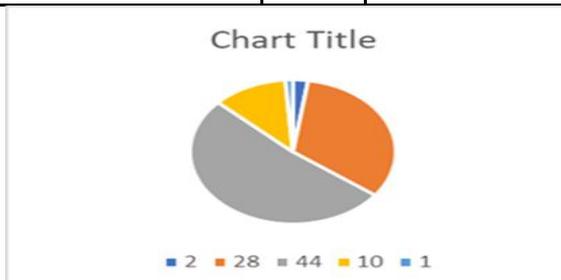
6. Apa kendala utama yang Anda hadapi dalam proses return barang?		
Jawaban	F	Persentase
Proses pengajuan return yang rumit	12	14,12
Respon Penjual Yang Lambat	36	42,35
Waktu Pengembalian Dana terlalu lama	16	18,82
Biaya Pengiriman Return Yang Mahal	14	16,47
Lainnya	7	8,24



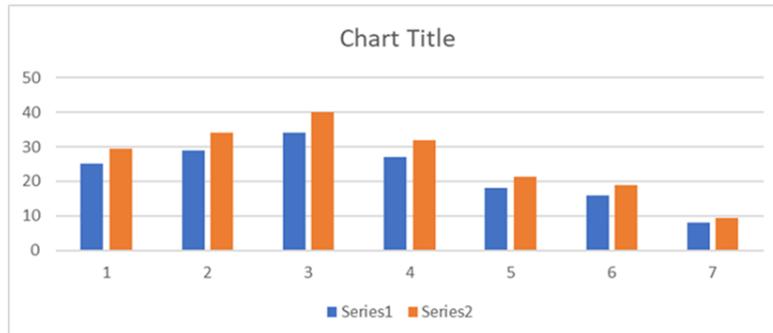
7. Berapa lama waktu yang dibutuhkan hingga return barang anda selesai?		
Jawaban	F	persentase
Kurang Dari 3 Hari	53	62,35
3 - 7 Hari	22	25,88
Lebih Dari 14 Hari	10	11,76



8. Seberapa puas Anda dengan sistem return barang di Shopee?		
Jawaban	F	persentase
Sangat Puas	2	2,35
Puas	28	32,94
Netral	44	51,76
Tidak Puas	10	11,76
Sangat Tidak Puas	1	1,18

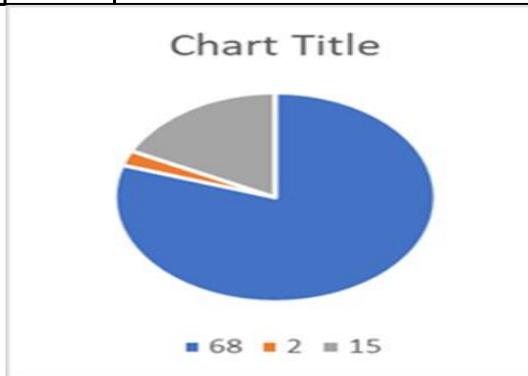


9. Apa kendala utama yang Anda alami saat mengajukan return barang di Shopee? (Pilih lebih dari satu jika perlu)		
Jawaban	F	persentase
Penjual menolak pengajuan return	25	29,41
Proses pengembalian dana lama	29	34,12
Harus membayar ongkos kirim untuk return	34	40,00
Kesulitan untuk menghubungi layanan pelanggan shopee	27	31,76
Sistem shopee menolak pengajuan return tanpa alasan yang jelas	18	21,18
Biaya return ditolak meskipun sesuai dengan kebijakan shopee	16	18,82
Lainnya	8	9,41



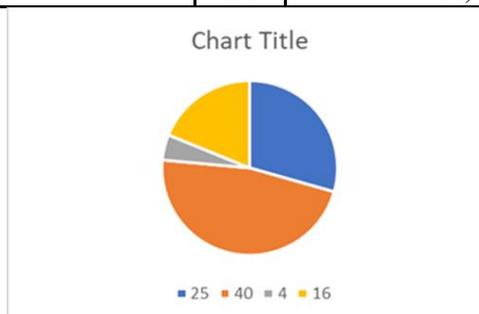
11. Apakah Anda tetap akan berbelanja di Shopee meskipun pernah mengalami masalah dalam return barang?

Jawaban	F	persentase
Ya	68	80,00
Tidak	2	2,35
Mungkin	15	17,65



12. Apakah Anda merasa sistem return barang di Shopee lebih baik dibandingkan marketplace lain?

Jawaban	F	persentase
Yoi, Lebih baik	25	29,41
Sama aja	40	47,06
Tidak, Lebih buruk	4	4,71
Tidak Tahu	16	18,82



Shopee sebagai salah satu marketplace terbesar di Indonesia terus berupaya meningkatkan layanannya, termasuk dalam hal proses return barang. Untuk memahami pengalaman pengguna, dilakukan survei terhadap 85 responden yang pernah maupun tidak melakukan return barang di Shopee. Data yang diperoleh mencakup berbagai aspek, mulai dari alasan return, tingkat kesulitan proses, hingga kepuasan pengguna. Berikut adalah analisis mendalam dari data tersebut:

Sebagian besar responden (60 orang atau 70.59%) pernah melakukan return barang di Shopee, sementara 25 orang (29.41%) belum pernah melakukannya. Hal ini menunjukkan bahwa return barang adalah pengalaman yang cukup umum di kalangan pengguna Shopee.

Barang tidak sesuai deskripsi masih menjadi alasan utama pengguna mengajukan return barang dengan 35 dari 85 responden memberikan alasan yang serupa dilanjut, Barang Rusak/Cacat (32 responden, 37.65%), Ukuran/Warna Tidak Sesuai (19 responden, 22.35%), Salah Kirim Barang (17 responden, 20%), serta 13 responden memberikan jawaban selain jawaban yang sebelumnya.

Cara responden melakukan return barang kebanyakan melalui Fitur “ajukan pengembalian” dengan 46 responden memberikan cara serupa disusul, Menghubungi Penjual Terlebih Dahulu (31 responden), Menghubungi Layanan Pelanggan (4 responden), dan 4 responden memberikan jawaban yang lain.

Tingkat kesulitan dalam melakukan return barang juga termasuk mudah dikarenakan sudah tersedianya fitur pengembalian barang di aplikasi shopee serta diberikan tata caranya dengan lengkap, walaupun masih banyak responden merasakan kesulitan dalam melakukan return barang khususnya pada bagian respon penjual yang termasuk lumayan lama merespon untuk melakukan return barang. Waktu yang ditempuh juga selama melakukan return barang hingga selesai termasuk cepat yaitu 3-7 hari yang menandakan pihak shopee sigap dalam melakukan return barang.

Survei ini mengungkap bahwa meskipun proses return di Shopee dinilai mudah oleh sebagian besar pengguna, masih ada beberapa kendala seperti biaya ongkir return, lamanya proses pengembalian dana, dan respons penjual yang lambat. Perbaikan di area-area tersebut dapat meningkatkan kepuasan pengguna secara signifikan. Dengan mayoritas responden yang tetap setia berbelanja di Shopee, platform ini memiliki peluang besar untuk memperkuat layanannya dan menjadi lebih unggul dibanding kompetitor.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian pustaka, metodologi, dan pembahasan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa sistem retur barang melalui reverse logistics pada platform Shopee memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dalam konteks e-commerce, reverse logistics bukan hanya sebagai alat untuk mengelola pengembalian barang, tetapi juga sebagai indikator kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap platform.

Melalui pendekatan kuantitatif deskriptif yang melibatkan 85 responden dengan pengalaman langsung dalam proses retur di Shopee, diperoleh gambaran yang jelas mengenai persepsi konsumen terhadap kemudahan, kendala, dan kepuasan layanan. Mayoritas responden (70,59%) pernah melakukan retur, dan alasan utama pengembalian barang adalah karena produk tidak sesuai dengan deskripsi serta barang rusak atau cacat.

Sebagian besar responden menilai proses return barang di Shopee cukup mudah, terutama karena tersedianya fitur otomatis dalam aplikasi. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala signifikan seperti respon penjual yang lambat, biaya pengiriman return yang tinggi, serta proses pengembalian dana yang dianggap terlalu lama. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sistem telah dibangun dengan cukup baik, masih ada ruang untuk perbaikan, khususnya dalam mempercepat dan mempermudah prosedur serta memperjelas kebijakan retur agar lebih transparan dan ramah pengguna.

Dari sisi metodologi, penggunaan kuesioner online terbukti efektif dalam menjangkau pengalaman nyata pengguna Shopee dari berbagai wilayah. Teknik analisis statistik deskriptif memberikan gambaran kuantitatif yang kuat untuk menilai efektivitas sistem retur berdasarkan persepsi konsumen. Dengan mayoritas responden yang menyatakan tetap ingin berbelanja di Shopee meskipun pernah mengalami kendala retur, dapat disimpulkan bahwa tingkat loyalitas terhadap platform masih tinggi. Namun, loyalitas ini harus terus dijaga melalui peningkatan kualitas layanan retur yang lebih responsif dan efisien.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat pentingnya reverse logistics sebagai bagian strategis dalam operasional e-commerce. Temuan ini dapat menjadi dasar pertimbangan bagi Shopee dan pelaku e-commerce lainnya untuk merancang sistem retur yang tidak hanya efisien secara operasional, tetapi juga memberikan kenyamanan maksimal bagi konsumen sebagai bentuk komitmen terhadap kualitas layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bor J. Reverse Logistics and Performance of Food Industries in Kenya. *Journal of Logistics Management*. 2020;9(2):23–30. DOI: 10.5923/j.logistics.20200902.01.
- de Brito MP, Dekker R, Flapper SDP. Reverse Logistics: A Review of Case Studies. In: Fleischmann B, et al., editors. *Distribution Logistics*. Berlin: Springer-Verlag; 2005. p. 243–82.
- Kroon L, Vrijens G. Returnable containers: an example of reverse logistics. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. 1995;25(2):56–66. DOI: 10.1108/09600039510083934.
- Maheswari H, Santoso AS, Kuncoro DP. Pengaruh Kegiatan Reverse Logistics terhadap Kinerja Supplier Chain Position Industri Telepon Selular. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 2016;2(2):715–7.
- Nanayakkara PR, Jayalath MM, Thibbotuwawa A, Perera HN. A circular reverse logistics framework for handling e-commerce returns. *Cleaner Logistics and Supply Chain*. 2022;5:100080. DOI: 10.1016/j.clscn.2022.100080.
- Priowirjanto ES, Haykal AF, Munaf CR. Marketplace Self Regulation Mengenai Pengembalian Barang Melalui Metode Pembayaran Cash on Delivery. *Acta Diurnal: Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*. 2022;6(1):112–20. DOI: 10.23920/acta.v6i1.1132.
- Pulansari F, Rahmawati N, Nugraha I. Faktor-Faktor yang Menghambat Keberhasilan Implementasi Reverse Logistic (Case Studi: Construction Company). *Tekmapro: Journal of Industrial Engineering and Management*. 2023;18(1):1–12. URL: <http://tekmapro.upnjatim.ac.id/index.php/tekmapro>.
- Rachmi I, Setiawan EB, Pahala Y, Veronica V, Kurniawan FT. Customer Service and Delivery Service Quality of Delivery Service Companies. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*. 2024;11(2):153–60. URL: <https://journal.ititrisakti.ac.id/index.php/jmtranslog>.
- Saputra MB, Rifai A, Lutfi A. Tinjauan Hukum terhadap Prosedur Pengembalian Barang dengan Alasan Berubah Pikiran pada Layanan 'Garansi Bebas Pengembalian' di Marketplace Shopee. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*. 2024;10(3):605–17. DOI: 10.35326/pencerah.v10i3.5316.
- Zai I, Winnerko F, Andrian, William, Suandri H, Yosuky D, Linardo V. Peran Reverse Logistic dalam Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Perusahaan dalam Rantai Pasokan (Studi Kasus: PT. Graha Auto Perkasa). *Jurnal Mirai Management*. 2023;8(3):365–73.