

ANALISIS KUALITAS LAYANAN *E-COMMERCE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *E-SERVQUAL* (Studi Kasus: *Lejel Home Shopping Pekanbaru*)

¹Dewi Astuti, ²Febi Nur Salisah

^{1,2}Jurusan Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Suska Riau
Jl. HR.Soebrantas KM.18 Panam Pekanbaru-Riau
Email: ¹dewiastuti178@gmail.com, ²febinursalisah@uin-suska.ac.id

ABSTRAK

Lejel Home Shopping merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembelian dan penjualan produk dan jasa. Dan telah menerapkan *e-commerce* pada tahun 2009 untuk melayani pelanggan secara maksimal. Dalam pelayanannya, masih terdapat masalah dan keluhan pelanggan terhadap kualitas layanan *e-commerce* seperti sulitnya pelanggan mencari produk yang diinginkan, *e-commerce* tidak *update* dan nomor telepon yang tersedia sulit untuk di hubungi. Oleh karena itu untuk mengatasi masalah tersebut maka perlu dilakukan pengukuran kualitas layanan *e-Commerce* menggunakan metode *e-servqual* yang berfokus pada lima dimensi, yaitu efisiensi, reliabilitas, *responsiveness*, *fulfillment* dan kontak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan *e-commerce* Lejel *Home Shopping* dan mengetahui atribut mana yang mendapat prioritas utama dalam perbaikan. Pada penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 100 orang yang merupakan pelanggan Lejel *Home Shopping* yang menggunakan *e-commerce* diambil dari tahun 2013, 2014, 2015. Data diperoleh dengan melakukan wawancara, studi pustaka dan membagikan kuesioner persepsi dan ekspektasi yang dikembangkan berdasarkan metode *e-Servqual* kepada pelanggan yang menggunakan *e-commerce* khususnya pelanggan kota Pekanbaru. Kepuasan pelanggan diperoleh dengan membandingkan kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi. Berdasarkan pengukuran tersebut diperoleh hasil bahwa tingkat kualitas layanan *e-commerce* berada pada level belum memuaskan dengan nilai -1,084.

Kata kunci: *e-commerce*, *e-servqual*, kualitas layanan, *lejel home shopping*, pengukuran

I. PENDAHULUAN

Di Indonesia, belanja secara online telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang. Lejel *Home Shopping* sebagai salah satu situs yang mawadahi jual beli secara *online* telah melakukan perubahan untuk menarik minat pelanggan agar lebih banyak bertransaksi melalui situs tersebut.

Untuk meningkatkan efektivitas penjualan Lejel Home Shopping memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan. Salah satunya adalah menerapkan *e-commerce*. Tujuan diterapkannya untuk mendukung dalam proses transaksi pembelian. Pelanggan dapat mengakses *e-commerce* Lejel *Home Shopping* melalui www.lejel.co.id untuk memilih jenis produk dan dapat melakukan pemesanan dalam waktu 24 jam.

Cakupan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Transaksi lebih banyak dilakukan via telepon dibandingkan dengan via *e-commerce*, hal ini menyebabkan nomor *call center* sulit untuk dihubungi.
2. Produk yang ada di *e-commerce* tidak selalu *update* sehingga pelanggan tidak menemukan

produk yang diinginkan terkait dengan promosi yang ada di televisi.

3. Pelanggan lebih memilih untuk mengikuti promo yang ada di televisi karena bonus yang ditawarkan lebih banyak dari pada di *e-commerce*.
4. Stok barang yang ada di gudang tidak sesuai dengan yang ada di *e-commerce*, sehingga menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman barang ke pelanggan.

Pengukuran kualitas layanan *e-commerce* yang dilakukan menggunakan metode *e-servqual*. Metode *e-servqual* menghubungkan pandangan dari pelanggan dan penyedia jasa mengenai kualitas pelayanan elektronik, serta merupakan dasar yang baik dalam memahami, mengukur dan memperbaiki kualitas pelayanan. Model ini lebih dikenal dengan model analisis kesenjangan yaitu membandingkan antara persepsi dengan ekspektasi pelanggan, yang merupakan alat untuk menganalisis penyebab dari masalah pelayanan dan untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan dapat diperbaiki.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis kualitas layanan *e-commerce* Lejel Home Shopping Pekanbaru

- menggunakan metode *e-servqual* dengan membandingkan antara persepsi dan ekspektasi pelanggan
2. Untuk mengetahui tingkat kualitas layanan *e-commerce* dari variabel *e-servqual* dan mengetahui variabel mana yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan *e-commerce* pada Lejel Home Shopping Pekanbaru
 3. Untuk memberikan nilai rekomendasi perbaikan layanan *e-commerce* berdasarkan hasil pengukuran 5 dimensi pada *e-servqual* yaitu efisiensi, reabilitas, daya tanggap, *fulfillment* dan kontak.

II. LANDASAN TEORI

A. Pengertian e-Commerce

E-commerce merupakan salah satu keunggulan dari internet, hingga akhirnya di era sekarang ini (yang disebut dengan era digital) *e-Commerce* memiliki banyak sebutan yaitu internet *commerce*, *e-com*, *e-commerce* atau *immerce* yang berarti membeli atau menjual secara elektronik, dan kegiatan ini dilakukan pada jaringan internet [1].

B. Pengertian Kualitas

Menurut Goetsch dan Davis (2010) dalam Tjiptono (2016) mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan [2]. Kualitas merupakan fungsi dari biaya dimana biaya dapat diturunkan dengan proses perbaikan atau pengurangan variasi dalam produk atau variasi dalam proses [2].

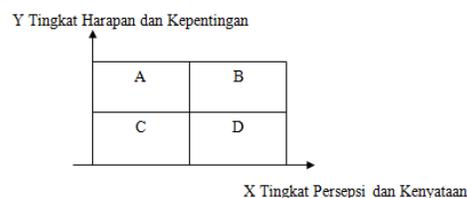
C. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis dan Booms (1983) dalam Tjiptono (2016), kualitas pelayanan/jasa didefinisikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan/pengguna [2]. Berdasarkan definisi lain kualitas layanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan/pengguna. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang diharapkan/dipersepsikan (*perceived service*).

D. Prioritas Perbaikan Layanan

Menurut Umar dalam Nasution (2010), diagram kartesius merupakan alat analisis yang digunakan untuk menentukan strategi peningkatan pelayanan dengan melihat hubungan kinerja atau tingkat pelaksanaan pelayanan yang dilakukan pihak

perusahaan dengan kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan [3]. Diagram kartesius merupakan bangunan yang terdiri dari 4 bagian yang dibatasi oleh 2 buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik x rata-rata dan y rata-rata (Nasution, 2010) [3].



Gambar 1. diagram Kartesius

E. Kepuasan pelanggan

Menurut Hill dan MacDougall (1999) dalam Tjiptono (2008), kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja 'produk total' sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan [4].

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Tahap Perencanaan

Yaitu memilih dan merencanakan apa yang akan diteliti, hal yang dilakukan pada tahap ini adalah perumusan masalah, menentukan tujuan, studi pustaka, dan menentukan data yang dibutuhkan

B. Tahap Pengumpulan Data

Yaitu mengumpulkan data-data *e-Commerce* yang ada pada Lejel *Home Shopping* Pekanbaru:

B.1. Wawancara

Yaitu penulis bertatap muka langsung dengan narasumber di Lejel *Home Shopping* dan konsumen khususnya di kota Pekanbaru untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung terkait dengan proses penggunaan *e-commerce* Lejel Home Shopping.

B.2. Observasi

Yaitu melakukan pengamatan langsung ke Lejel *Home Shopping* terkait dengan *e-Commerce* yang telah diterapkan di Lejel Home Shopping tersebut untuk lebih mengetahui permasalahan yang diteliti dan kondisi lapangan

B.3. Kuesioner

Peneliti menyebarkan kuesioner/angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan secara tertulis untuk diisi oleh sumber informasi (responden). Pada penelitian ini kuesioner yang disebarkan sesuai

dengan sampel yang telah ditentukan yaitu sebanyak 100 orang responden.

B.4. Studi Pustaka

Peneliti mengumpulkan data dengan cara mencari sumber untuk mendapatkan teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan baik dari buku, jurnal, *paper* maupun literatur-literatur yang sesuai dan mendukung.

C. Tahap Pengolahan Data

C.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Pengujian validitas perlu dilakukan sebagai alat untuk menguji apakah butir-butir pernyataan dalam kuesioner betul-betul *valid* atau tidak. Untuk mempercepat dan mempermudah dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS 16 for windows*.

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah butir-butir pernyataan dalam kuesioner betul-betul *reliabel*/handal dan konsisten untuk mengukur gejala yang sama pada responden

C.2. Perhitungan Nilai E-Servqual

Perhitungan *e-servqual* pada penelitian ini sesuai dengan langkah-langkah dan rumus yang dijelaskan oleh Chandra dan Dadang (2013) [5]. Hasil dari perhitungan *e-servqual* tersebut dapat menentukan tingkat kualitas layanan *e-commerce* yang diberikan memuaskan atau tidak [5].

D. Tahap Analisa Data

Pada tahap analisa dalam penelitian ini yang dilakukan adalah menganalisa hasil data yang diperoleh dari pengolahan data. Dari hasil perhitungan *e-servqual* akan didapat tingkat kualitas layanan *e-commerce*. Dan dari perhitungan *e-commerce* juga dapat menganalisa prioritas dari tiap atribut layanan yang perlu diperbaiki ataupun tidak dengan menggunakan diagram kartesius.

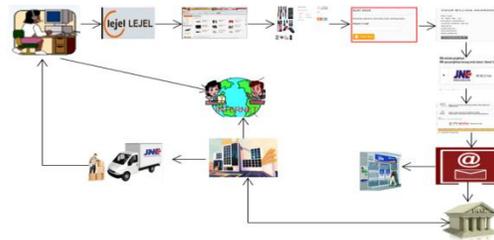
E. Tahap Dokumentasi Hasil Penelitian

Pada tahap ini yang dilakukan adalah melakukan dokumentasi hasil dari tahap-tahap yang telah dilakukan sebelumnya, dari pengumpulan data, pengolahan data serta analisa data. Hasil dokumentasi tersebut digunakan sebagai nilai rekomendasi atau masukan bagi pihak Lejel *Home Shopping* untuk memperbaiki layanan *e-commerce* agar terwujudnya visi dan misi Lejel *Home Shopping*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis e-Commerce

Berikut merupakan proses bisnis yang ada di *e-Commerce* di Lejel *Home Shopping* Pekanbaru:



Gambar 2. Proses bisnis *e-Commerce*

Berikut merupakan hasil uji validitas yang telah dilakukan pengolahan datanya.

Tabel 1. Uji validitas

Pernyataan	Nilai Korelasi (Pearson Correlation)	R Table	Ket
P1	.964	0.195	Valid
P2	.628	0.195	Valid
P3	.958	0.195	Valid
P4	.946	0.195	Valid
P5	.320	0.195	Valid
P6	.594	0.195	Valid
P7	.320	0.195	Valid
P8	.898	0.195	Valid
P9	.830	0.195	Valid
P10	.533	0.195	Valid
P11	.974	0.195	Valid
P12	.947	0.195	Valid
P13	.946	0.195	Valid
P14	.971	0.195	Valid
P15	.980	0.195	Valid
P16	.962	0.195	Valid
P17	.962	0.195	Valid
P18	.941	0.195	Valid
P19	.967	0.195	Valid
P20	.977	0.195	Valid
P21	.980	0.195	valid
P22	.712	0.195	valid
P23	.980	0.195	valid
P24	.901	0.195	valid
P25	.834	0.195	valid

Berikut merupakan uji reliabilitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini:

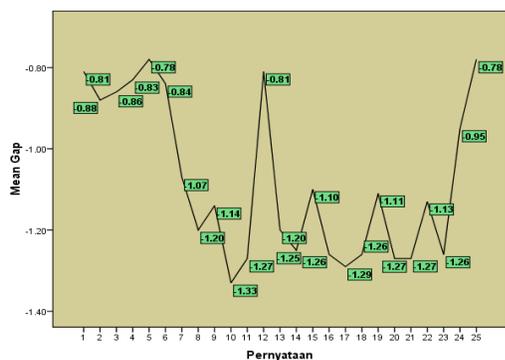
Tabel 2. Uji reliabilitas

P	Alpha If Item Deleted	Ket
P1	.983	Sangat Reliable
P2	.985	Sangat Reliable
P3	.983	Sangat Reliable
P4	.983	Sangat Reliable
P5	.987	Sangat Reliable
P6	.983	Sangat Reliable
P7	.985	Sangat Reliable
P8	.987	Sangat Reliable
P9	.984	Sangat Reliable
P10	.984	Sangat Reliable
P11	.986	Sangat Reliable
P12	.983	Sangat Reliable
P13	.984	Sangat Reliable
P14	.983	Sangat Reliable
P15	.983	Sangat Reliable
P16	.983	Sangat Reliable

P17	.983	Sangat Reliable
P18	.983	Sangat Reliable
P19	.983	Sangat Reliable
P20	.983	Sangat Reliable
P21	.983	Sangat Reliable
P22	.985	Sangat Reliable
P23	.983	Sangat Reliable
P24	.984	Sangat Reliable
P25	.984	Sangat Reliable

B. Nilai *e-Servqual* per Variabel

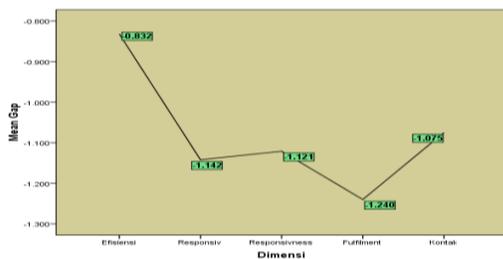
Berikut merupakan nilai *e-servqual* yang didapat per variabel setelah dilakukan pengolahan data.



Gambar 3. Gap (kesenjangan) per pernyataan

C. Nilai *e-Servqual* per dimensi

Sebagaimana hasil perhitungan nilai *e-Servqual* per dimensi yang telah dilakukan, dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4. Gap (kesenjangan) per dimensi

Keterangan gambar 4.3 diatas diketahui nilai dimensi efisiensi sebesar -0,883, nilai dimensi reabilitas sebesar -1,142, nilai dimensi daya tanggap sebesar -1,121, nilai dimensi fulfillment sebesar -1,240, dan nilai dimensi kontak sebesar -1,075.

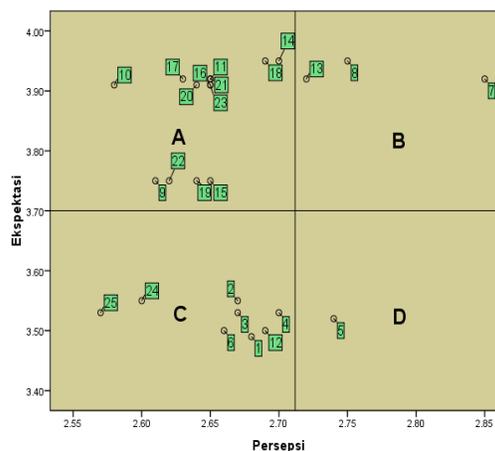
D. Analisa Nilai TESQ (*Total Elektronik Service Quality*)

Berdasarkan nilai *TESQ*, nilai *e-servqual* secara keseluruhan yang didapat adalah -1,084. Dengan hasil *TESQ* bernilai negatif yang artinya layanan yang diberikan *e-commerce* Lejel *Home Shopping* saat ini belum memuaskan pelanggan. Hasil ini diperoleh dari persepsi (kenyataan) layanan

yang diberikan dengan ekspektasi (harapan) yang diinginkan pelanggan. Sebagaimana yang diterangkan pada metode *e-Servqual* bila nilai sama dengan nol (0) dikatakan “memuaskan”, besar dari nol (>0) “sangat memuaskan”, sedangkan kecil dari nol (0<) “ belum memuaskan”.

E. Analisis Perbaikan Kualitas Layanan

Hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat dijadikan sebagai usulan perbaikan layanan Pada *e-commerce* Lejel *Home Shopping*. Untuk menentukan prioritas perbaikan layanan *e-commerce* tersebut maka digunakan diagram kartesius:



Gambar 5. Perbaikan layanan *e-commerce*

Dari gambar diatas terlihat bahwa :

- (1) **Kuadran A:** Kuadran A menunjukkan pernyataan/variabel yang dinilai sangat penting oleh pelanggan yang menggunakan *e-commerce* namun pada pelaksanaannya masih belum memuaskan (kinerja perusahaan rendah, sedangkan harapan pelanggan tinggi). Kuadran A memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan dalam peningkatan kualitas karena atribut-atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan yang menggunakan *e-commerce* namun pelayanannya tidak memuaskan sehingga pihak Lejel *Home Shopping* harus meningkatkan kualitas pelayanannya.

- P10 Transaksi di *e-commerce* dilakukan selama 24 jam
- P17 Pengiriman barang sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan
- P11 Halaman pada *e-commerce* tidak mengalami hang saat melakukan transaksi
- P20 Semua informasi yang ada di *e-commerce* adalah benar

- P21 Tidak terjadi perubahan harga produk ketika telah terjadi transaksi pembelian barang
- P16 Pihak Lejel *Home Shopping* selalu cepat dan tepat dalam memenuhi keinginan pelanggan
- P18 Stok barang ditulis di *e-commerce* selalu *ready*
- P23 Terdapat alamat kantor cabang daerah yang bisa dikunjungi oleh pelanggan
- P24 Pihak Lejel *Home Shopping* menyelesaikan keluhan atau masalah dari pelanggan dengan cepat
- P9 *Link-link* yang disediakan mudah di klik (mudah menyambung ke tujuan link)
- P22 Pengelola *e-commerce* Lejel Home Shopping menyediakan layanan secara online (*Facebook, Twitter, Blog, Chat* dan lain sebagainya)
- P19 Penawaran yang diberikan sesuai apa adanya.
- P15 Pihak Lejel *Home Shopping* cepat dalam memberikan informasi kepada pelanggan.

(2) **Kuadran B:** Pernyataan yang berada pada kuadran B merupakan golongan pernyataan/ variabel yang perlu diperbaiki dan perlu dipertahankan karena pelanggan yang menggunakan *e-commerce* telah puas dengan layanan tersebut tetapi pelanggan menginginkan layanan yang diberikan lebih baik lagi. Namun meski demikian masih terdapat nilai-nilai negatif pada kuadran ini. Pada tabel dibawah ini dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada kuadran B beserta urutan prioritas perbaikan layanannya.

- P8 *e-commerce* menyediakan beberapa pilihan pembayaran sesuai dengan kebutuhan pelanggan
- P13 Pihak Lejel *Home Shopping* cepat dalam memberikan jaminan terhadap pelanggan
- P7 *e-commerce* mudah ditemukan di *search engine*

(3) **Kuadran C:** Pernyataan yang berada pada kuadran C merupakan daerah prioritas rendah karena pernyataan/variabel yang terdapat pada kuadran ini dianggap kurang atau tidak penting oleh pengguna dan pelayanannya kurang memuaskan. Akan tetapi bukan berarti pernyataan/variabel yang ada pada kuadran ini

tidak menjadi hal yang harus diperhatikan karena dimasa yang akan datang pernyataan atau atribut tersebut bisa menjadi tuntutan bagi pihak Lejel dalam menjalankan kualitas pelayanannya. Pada tabel berikut dapat dilihat pernyataan/variabel yang terdapat pada kuadran C beserta urutan prioritas perbaikannya.

- P24 Pengelola *e-commerce* Lejel *Home Shopping* menyediakan layanan melalui telepon
- P2 Pelanggan mudah untuk mengakses *e-commerce* dimana saja.
- P3 *e-commerce* memungkinkan untuk melakukan transaksi secara lengkap dan tepat
- P6 layanan *e-commerce* memiliki tampilan fitur-fitur yang lengkap dan jelas
- P4 Informasi mengenai pemesanan dan pembayaran disampaikan dengan jelas (disertai gambar yang memudahkan pelanggan dalam mencerna setiap tahapan dengan baik).
- P1 Pelanggan mudah untuk mencari produk yang diinginkan
- P12 pihak Lejel *Home Shopping* cepat dalam memberikan layanan servis kepada konsumen.
- P25 Pengelola *e-commerce* Lejel *Home Shopping* menyediakan layanan untuk berbicara langsung kepada staff pengelola jika ada masalah berkaitan dengan *e-commerce*

(4) **Kuadran D:** Pernyataan yang berada pada kuadran D merupakan golongan pernyataan yang kurang dianggap penting namun memuaskan pelanggan. Pada tabel berikut dapat dilihat pernyataan/variabel yang terdapat pada kuadran D beserta urutan prioritas perbaikannya.

- P5 Pelanggan dapat meninggalkan *e-commerce* dengan mudah

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap layanan *E-Commerce* Lejel *Home Shopping* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- (1) Dari nilai *Total Electronic Service Quality (TESQ)* yang diperoleh dari hasil perhitungan kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi bernilai negatif, hasil yang diperoleh adalah -

- 1,084. Artinya harapan pelanggan terhadap layanan *e-Commerce* di Lejel *Home Shopping* lebih besar dari pelayanan yang diperoleh saat ini, sehingga pelayanan yang diberikan masih belum memuaskan pelanggan.
- (2) Berdasarkan nilai *e-servqual* per variabel (pernyataan), gap atau kesenjangan tertinggi untuk pelayanan *e-commerce* terdapat pada variabel ke-10 sebesar -1,33, (transaksi di *e-commerce* dapat dilakukan selama 24 jam), sedangkan nilai *e-servqual* terendah variabel ke-5 sebesar -0,78 (pelanggan dapat meninggalkan *e-commerce* dengan mudah).
 - (3) Berdasarkan nilai *e-servqual* per dimensi, semua nilai *e-servqual* setiap dimensinya bernilai negatif, artinya semua layanan *e-commerce* terhadap pelanggan belum memuaskan. Dimensi dengan nilai *e-Servqual* tertinggi adalah dimensi *Fulfilment* yaitu sebesar -1,24, sedangkan nilai *e-servqual* terendah adalah dimensi *Efisiensi* sebesar -0,832.
 - (4) Prioritas perbaikan layanan yang diutamakan adalah layanan yang berada pada kuadran A, karena berdasarkan diagram kartesius perbaikan kualitas layanan diketahui bahwa pada kuadran A paling banyak kesenjangan diantara kuadran lainnya, antara lain (P10, P17, P11, P20, P21, P16, P18, P23, P14, P9, P22, P19, P15).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- (1) Perlu adanya peningkatan layanan *e-commerce* dengan memaksimalkan seluruh pelayanan yang belum memuaskan, terutama pelayanan yang diprioritaskan untuk diperbaiki oleh pihak Lejel *Home Shopping* dalam Penerapan *e-commerce*.
- (2) Perbaikan dilakukan tidak hanya pada kuadran A saja, akan tetapi sebaiknya dilakukan perbaikan pada seluruh kuadran yaitu pada kuadran B, C, dan D agar pelanggan puas akan semua layanan yang diberikan dalam melakukan transaksi pada *e-commerce* di Lejel *Home Shopping* Pekanbaru.

REFERENSI

- [1] Wahana Komputer. 2002. *Apa dan Bagaimana E-Commerce, Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- [2] Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service Quality & Satisfaction, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- [3] Nasution. 2010. *Manajemen Mutu terpadu: Total Quality Manajement, Edisi 2*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [4] Tjiptono, Fundy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima, Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- [5] Chandra, Ahmad dan Dadang, Herman. 2013. *E-Busines & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.