



IMPLEMENTASI *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI SHOPEE INDONESIA

Indah Sundari¹, Elvin Leander Hadisaputro²

Sistem Informasi, STMIK Borneo Internasional, Indonesia^{1,2}

indah_sundari.17@stmik-borneo.ac.id¹, elvin.leander@stmik-borneo.ac.id²

Abstrak

Shopee merupakan *e-commerce* jual beli *online* berbasis aplikasi *mobile* yang berkembang di Indonesia sebagai *marketplace* pertama bagi konsumen ke konsumen (C2C). Tanda masalah yang terjadi masih banyak terdapat beberapa ulasan negatif yang diberikan pengguna, seperti komentar yang memberikan penilaian kurang memuaskan terhadap pelayanan Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Shopee kepada pelanggan, khususnya warga Desa Sotek Rt.10 Kec. Penajam. Penelitian ini termasuk pada penelitian kuantitatif dengan 73 orang responden pengguna aktif Shopee. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *servqual* dengan lima dimensi yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan sehingga diperoleh nilai *Gap* (kesenjangan) selisih antara persepsi dan harapan konsumen, dan metode *Importance Performance Analysis* untuk menjadi dasar perbaikan dan penyempurnaan layanan. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar langsung kepada responden. Hasil dari penelitian pada metode *servqual* didapatkan nilai *Gap* negatif sebesar -3.07. Ini menunjukkan bahwa layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan, masih ada pelayanan yang masih dirasakan tidak puas oleh pelanggan, pada metode *Importance Performance Analysis* didapatkan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan masih berada di bawah 100% yaitu (97% < 100%) berarti kualitas pelayanan yang diberikan kurang atau tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan. Artinya pelayanan belum memuaskan sehingga masih perlu perbaikan, khususnya atribut yang menjadi prioritas utama dilakukan perbaikan.

Kata kunci: *E-commerce, Shopee, Servqual, Importance Performance Analysis (IPA)*

Abstract

Shopee is an online buying and selling *e-commerce* based on mobile application that is developing in Indonesia, as the first consumer-to-consumer (C2C) marketplace. Signs of problems that occur there are still many negative reviews given by users, such as comments that give unsatisfactory ratings on Shopee's services. This study aims to determine the level of customer satisfaction in terms of the quality of services provided by Shopee to customers, especially residents of Sotek Village Rt.10 Penajam District. This research is included in quantitative research with 73 active Shopee users as respondents. The method used in this study is the *servqual* method with five dimensions, namely direct evidence, reliability, responsiveness, Assurance, and concern that are used to measure service quality so that the researchers can obtain *Gap* value between consumer perceptions and expectations, and the *Importance Performance Analysis* to be the basis for service improvement and refinement. Sources of data used are primary and secondary data sources. The data collection technique used questionnaires, which researchers distributed directly to the respondents. The results of the research on the *servqual* method obtained a negative *Gap* value of -3.07. This indicates that the service is poor quality and unsatisfactory, there are customers who felt the services are dissatisfied. Through the *Importance Performance Analysis* method the researchers obtained the level of conformity between the level of performance and the level of importance. Overall, the quality of service provided is still below 100%, namely (97% < 100%). It means that the quality of service provided is lacking or does not meet what is considered important by

customers. This means that the service has not been satisfactory so that it still needs improvement, especially the attributes that are the main priority for improvement.

Keywords: E-commerce, Shopee, Servqual, Importance Performance Analysis (IPA)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi terutama internet sangat cepat dalam memberikan dampak yang besar di berbagai aspek kehidupan. Bahkan masyarakat sampai menjadikannya alat untuk memenuhi kebutuhan, salah satunya kegiatan pembelian secara *online*. Cara ini menjadi pilihan yang banyak digemari oleh setiap individu dalam memperoleh barang yang mereka inginkan. Perkembangan *e-commerce* yang terus meningkat menyebabkan banyaknya aplikasi *mobile marketplace* yang muncul sebagai penyedia layanan jual beli *online*. Saat ini, banyak produsen yang menggunakan media internet sebagai strategi pemasaran dalam menawarkan produknya, setiap tahun pertumbuhan jumlah bisnis *online* selalu bertambah karena bisnis *online* termasuk bisnis yang menjanjikan.

Perkembangan bisnis *online* di Indonesia sangat pesat, mudahnya pengguna dalam akses internet memudahkan masyarakat mencari suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan, dengan ditawarkan banyak promosi yang dilakukan oleh perusahaan *commerce* dalam menawarkan barang atau jasanya dengan berbagai macam kemudahan bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa survei *e-commerce* 2021 menunjukkan 1.774.589 perusahaan *e-commerce* (75, 15 persen) dari total perusahaan *e-commerce* di Indonesia (2.361.423 perusahaan) yang distribusi bisnisnya masih terpusat di Pulau Jawa (Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi dan Pariwisata, 2021, p. 9). Persaingan *marketplace* di Indonesia saat ini semakin ketat, berikut ini adalah daftar 5 *marketplace* yang menguasai pasar Indonesia pada kuartal 3 tahun 2021 yang dilihat dari situs <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>



Gambar 1. Persaingan *Marketplace* di Indonesia

Gambar 1 menunjukkan sengitnya persaingan dunia bisnis *online*, dalam laporan *the Map of E-commerce in Indonesia* yang diterbitkan iPrice pada Q3 2021, Tokopedia menduduki peringkat pertama yang memiliki kunjungan *web* bulanan sebanyak 158.136.700 pengunjung, peringkat kedua ada Shopee sebanyak 134.383.300 pengunjung, di posisi ketiga ada Bukalapak sebanyak 30.126.700, di posisi keempat ada Lazada dengan 27.953.300 pengunjung dan diikuti oleh Blibli sebanyak 16.326.700 pengunjung (Putri & Devita, 2021). Namun jika dilihat dari *ranking* aplikasi, baik di Appstore dan Playstore Shopee berada pada peringkat pertama dan pada media sosial Shopee juga populer mulai dari Instagram dan Facebook yang mana kedua media sosial ini merupakan aplikasi *platform* media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia tidak hanya dari kalangan generasi muda namun pada semua kalangan (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Shopee merupakan *e-commerce* jual beli *online* berbasis aplikasi *mobile* yang sedang berkembang di Indonesia, sebagai *marketplace* pertama bagi konsumen ke konsumen (C2C), yang menyediakan gratis ongkos kirim se-Indonesia pada Mei 2015 (Wulandari et al., n.d.). Meskipun Shopee menduduki situs terpopuler, tidak membuat Shopee menjadi situs terbaik, masih terdapat beberapa ulasan negatif yang diberikan oleh pengguna, seperti komentar yang memberikan penilaian

negatif atau kurang memuaskan seperti ketepatan waktu pengiriman yang tidak sesuai, masih banyak penjual yang menawarkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi dan lain-lain.

Dimensi Servqual	Pernyataan	Keterangan	
		Puas	Tidak Puas
Bukti Langsung (<i>Tangibel</i>)	Tersedia Fasilitas pencarian untuk memudahkan pelanggan dalam mencari produk yang diinginkan	4	1
Keandalan (<i>Reliability</i>)	Produk Shopee yang dipasarkan Lengkap	4	1
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Customer Shopee cepat dalam merespon keluhan pelanggan	2	3
Jaminan (<i>Assurance</i>)	Barang yang diterima sesuai dengan deskripsi yang penjual berikan	3	2
Kepedulian (<i>Empathy</i>)	Shopee memberikan kemudahan dengan mengelompokkan barang sejenis	2	3

Sumber : 5 Responden Warga Sotek Rt. Sotek

Gambar 1. Data Pra-Survei Warga Rt. 10 Sotek

Berdasarkan gambar 1 diketahui bahwa masih ada ketidakpuasan pelanggan Shopee khususnya warga Desa Sotek Rt.10 Kec. Penajam terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Total responden yang digunakan untuk pra-survei ini mengambil 5 orang responden untuk kebutuhan penelitian. Banyaknya ulasan negatif yang diberikan pengguna menunjukkan masih kurangnya kepuasan pelanggan terhadap kinerja yang diberikan. Namun, banyak pula ulasan positif dari pelanggan lain bahwa pelayanan Shopee sudah cukup bagus dan sesuai dengan harapan, hal ini terjadi karena kepuasan setiap orang berbeda. Kepuasan merupakan tingkat perasaan yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan mereka, apabila kinerja yang dirasakan lebih besar dari harapan maka pelanggan puas, namun apabila kinerja yang dirasakan jauh dari harapan maka pelanggan tidak puas (Meithiana, 2019). Dari beberapa komplain yang diberikan, Shopee akan terus memperbaiki dan meningkatkan performanya agar pelayanannya menjadi lebih baik, jika Shopee mampu memberikan hal tersebut, maka Shopee akan memiliki persepsi yang baik dimata pelanggan sehingga akan terus percaya menggunakan aplikasi Shopee dalam hal berbelanja *online*.

Sitompul (2019); Winarno & Absor (2018); Wiyono (2016) adalah nama-nama dari para peneliti pada penelitian terkait kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis*. Penelitian ini pun bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan namun pada aplikasi Shopee dengan menilai dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Shopee kepada pelanggan. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya maupun oleh pihak Shopee agar menjadi bahan evaluasi bagi mereka juga.

METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode *E-Service quality* dan *Importance Performance Analysis*. *Servqual* dikenal sebagai *Gap Analysis* yang berkaitan dengan model kepuasan dalam mengukur kualitas produk dan jasa model ini didasarkan bila kinerja suatu atribut meningkat lebih besar dari harapan pelanggan maka persepsi terhadap kualitas jasa yang diberikan positif dan sebaliknya (Wibisono, 2019). Dimensi *Servqual* yang dipakai adalah bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian (Winarno & Absor, 2018). Selanjutnya digabungkan dengan metode *Importance Performance Analysis* untuk menjadi dasar perbaikan dan penyempurnaan layanan guna mencapai peningkatan kepuasan pelanggan (Purnomo & Riandadari, 2015).

Penelitian ini dilakukan pada aplikasi Shopee Indonesia, dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah warga desa Sotek yang beralamat di Jl. Gunung Nangka Rt. 10 Kec. Penajam

Kab. Penajam Paser Utara yang aktif menggunakan aplikasi Shopee. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2021-Februari 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga desa Sotek yang beralamat di Jl. Gunung Nangka Rt. 10 Kec. Penajam Kab. Penajam Paser Utara yang aktif pada aplikasi Shopee sebanyak 407 orang. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling *non-probability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Yaitu teknik pengumpulan sampel yang disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria sampel yaitu bersedia menjadi responden, pengguna aktif aplikasi Shopee, dan berusia ≥ 17 tahun ke atas. Dalam penelitian ini jumlah populasi yang memenuhi kriteria sampel (berusia 17 tahun ke atas) sebanyak 277 orang sesuai dengan kriteria sampel yang peneliti butuhkan. Kemudian dilakukan perhitungan sampel menggunakan Rumus Slovin (Purnomo & Riandadari, 2015). Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat diketahui bahwa besar sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 73 orang responden.

Perancangan kuesioner yang digunakan adalah hasil dari penjabaran metode *servqual* yang memiliki 5 dimensi yaitu bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*) sebagai instrumen pengumpulan data (Fitria Halim, 2021). Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu berupa hasil jawaban responden yang peneliti peroleh dari penyebaran kuesioner yang akan dilakukan terhadap warga desa Sotek Rt. 10 Kec. Penajam Kab. Penajam, Paser Utara yang aktif pada aplikasi Shopee, sebanyak 73 orang. Data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang telah mendapatkan *feedback* dalam menggunakan aplikasi Shopee yang dihitung dengan skala likert 1 sampai 5 sangat setuju hingga sangat tidak setuju sesuai dengan variabel penelitian (Suharsaputra, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas Persepsi dan Harapan

Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi product momen atau r-tabel dengan r Hitung. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pengujian nilai r hitung lebih besar dari r-tabel ($r \text{ Hitung} > r\text{-tabel}$). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *software statistical package for social sciences* SPSS 26. Nilai r-tabel yang digunakan peneliti dihitung dengan $\alpha = 5\%$ dan $df (N-2) = 20 - 2 = 18$. Dapat dilihat dari jumlah r-tabel untuk $df = 71$ adalah 0.444, setelah dilakukan uji validitas semua item pernyataan kuesioner persepsi dan harapan dikatakan valid karena nilai r-hitung dari keseluruhan item sudah lebih besar dari r-tabel.

2. Uji Reliabilitas Persepsi dan Harapan

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah butir-butir pernyataan dalam kuesioner benar-benar reliabel dan handal dan konsisten untuk mengukur gejala yang sama pada responden, suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* minimal 0.60, yang artikan sebagai kriteria yang memiliki titik aman dalam suatu instrumen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *software statistical package for social sciences* SPSS 26. Setelah dilakukan uji reliabilitas persepsi dan harapan dikatakan reliabel, karena hasil *cronbach alpha* Hitung sudah lebih besar dari *cornbach alpha* Tabel, perhitungan pada persepsi yaitu sebesar 0.953 dan harapan sebesar 0, 975, artinya hasil pengujian dikatakan reliabel.

3. Pengolahan data *Servqual* dan *Importance Performance Analysis*

3.1. Perhitungan *Servqual*

Langkah selanjutnya setelah dinyatakan bahwa data tersebut valid dan reliabel, yaitu mencari nilai *Gap*. Pengukuran *Servqual* ini didasarkan pada skala multiitem yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan dari lima dimensi kualitas jasa yaitu (bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian), kelima dimensi kualitas tersebut dijabarkan dalam beberapa butir pertanyaan untuk atribut harapan dan variabel persepsi berdasarkan skala likert. Skor *Servqual* untuk tiap pasang pertanyaan bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Akuntansi et al., 2021).

a. Mencari nilai persepsi dari setiap variabel (X) dan skor nilai harapan dari setiap variabel (Y)

- b. Menjumlahkan nilai persepsi (X) dan nilai harapan pelanggan (Y) dari setiap atribut, kemudian dihitung rata-ratanya:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$
 Dimana:
 \bar{X} = Nilai rata-rata tingkat persepsi kinerja
 \bar{Y} = Nilai rata-rata tingkat harapan pelanggan
 n = Jumlah Sampel
- c. Menghitung *Gap*/Kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi kinerja dengan nilai rata-rata harapan pelanggan.

$$Nsi = \bar{X}_i - \bar{Y}_i$$
 Dimana
 Nsi = Nilai *Servqual Gap* tiap atribut
 \bar{X}_i = Nilai rata-rata tingkat persepsi kinerja
 \bar{Y}_i = Nilai rata-rata tingkat harapan pelanggan
- d. Menjumlahkan hasil perhitungan nilai kepuasan tiap dimensi lalu disimpulkan dengan ketentuan (Mustofa et al., 2016):
- Jika *Gap* positif (persepsi > harapan) maka layanan dikatakan “*surprise*” dan memuaskan
 - Jika *Gap* nol (persepsi = harapan) maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan
 - Jika *Gap* negatif (persepsi < harapan) maka layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan

Tabel 1. Perhitungan skor *Servqual*

Dimensi	Item Pernyataan	Rata-Rata Persepsi	Rata-Rata Harapan	<i>Gap</i> (P-E)	Kesimpulan
Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)	Item 1	4.05	4.19	-0.14	Tidak berkualitas dan Tidak memuaskan
	Item 2	3.41	3.52	-0.11	
	Item 3	3.99	4.16	-0.18	
	Item 4	4.00	4.08	-0.08	
Jumlah		15.45	15.96	-0.51	
Keandalan (<i>Reliability</i>)	Item 5	4.01	4.12	-0.11	Tidak berkualitas dan Tidak memuaskan
	Item 6	3.97	4.08	-0.11	
	Item 7	3.96	4.14	-0.18	
	Item 8	3.33	3.34	-0.01	
Jumlah		15.27	15.68	-0.41	
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Item 9	2.96	4.22	-1.26	Tidak berkualitas dan Tidak memuaskan
	Item 10	3.33	3.30	0.03	
	Item 11	4.12	4.16	-0.04	
	Item 12	4.12	4.10	0.03	
Jumlah		14.53	15.78	-1.25	
Jaminan (<i>Assurance</i>)	Item 13	3.97	4.15	-0.18	Tidak berkualitas dan Tidak memuaskan
	Item 14	4.04	4.26	-0.22	
	Item 15	3.10	4.22	-1.12	
	Item 16	4.05	4.18	-0.12	
Jumlah		15.16	16.81	-1.64	
Kepedulian (<i>Empathy</i>)	Item 17	3.89	3.34	0.55	“ <i>Surprise</i> ” dan Memuaskan
	Item 18	3.23	2.93	0.30	

	Item 19	4.07	4.11	-0.04	
	Item 20	4.12	4.19	-0.07	
	Jumlah	15.32	14.58	0.74	
	Total	75.74	78.81	-3.07	Tidak berkualitas dan Tidak memuaskan

Berdasarkan tabel 1 telah dilakukan perhitungan untuk skor *servqual* persepsi dan harapan pelanggan, dapat dilihat dari masing masing dimensi *servqual*, pada dimensi Bukti Langsung (*tangible*) diperoleh nilai *Gap* sebesar -0.51 hal ini berarti layanan yang diberikan tidak berkualitas dan tidak memuaskan, pada dimensi Keandalan (*Reliability*) diperoleh nilai *Gap* sebesar -0.41 hal ini berarti layanan yang diberikan tidak berkualitas dan tidak memuaskan, pada dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) diperoleh nilai nilai *Gap* sebesar -1.25 hal ini berarti layanan yang diberikan tidak berkualitas dan tidak memuaskan, pada dimensi Jaminan (*Assurance*) diperoleh nilai *Gap* sebesar -1.64 hal ini berarti layanan yang diberikan tidak berkualitas dan tidak memuaskan, dan pada dimensi Kepedulian (*Empathy*) diperoleh nilai *Gap* sebesar 0.74 hal ini berarti layanan yang diberikan *Surprise* dan memuaskan, layanan *surprise* yang dimaksud berarti bentuk pelayanan yang dirasakan pelanggan cukup tinggi kualitasnya, dimana kita mendapatkan sesuatu lebih daripada harapan kita. Pada gambar diatas dapat terlihat bahwa pada dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Jaminan (*Assurance*) memiliki nilai *Gap* terbesar dengan diikuti dimensi lainnya.

Adapun perhitungan untuk keseluruhan skor *servqual* dengan total nilai persepsi sebesar 75.74 dan Harapan sebesar 78.81 sehingga nilai *Gap* sebesar -3.07. Hal ini menunjukkan *Gap* yang dihasilkan negatif (persepsi < harapan) hal ini berarti bahwa layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

3.2. Perhitungan *Importance Performance Analysis*

Selanjutnya dilanjutkan dengan hal-hal yang perlu dilakukan dalam melakukan perbaikan yaitu melihat hal yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan metode *Importance Performance Analysis*, dan kemudian digambarkan dengan menggunakan diagram kartesius. Adapun langkah-langkah analisa dalam metode *Importance Performace Analysis* (IPA), sebagai berikut:

- Pengukuran tingkat kesesuaian yaitu merupakan hasil perbandingan antar kinerja dan kepentingan pelanggan. Tingkat kesesuaian ini yang akan menentukan urutan prioritas untuk meningkatkan faktor kepuasan pelanggan. Berikut rumus dari tingkat kesesuaian IPA (Akuntansi et al., 2021):

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana:

Tki = Tingkat kesesuaian

Xi = Skor rata-rata penilaian kinerja

Yi = Skor rata-rata penilaian harapan

- Menghitung rata-rata keseluruhan tingkat kesesuaian kinerja dan harapan. Dengan menjumlahkan hasil tingkat kesesuaian dibagikan dengan banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan berikut rumusnya:

$$Tki1+Tki2+Tki3 \dots Tki20/20$$

Berikut adalah kategori penilaian tingkat kesesuaian pelanggan (Baiti et al., 2017)

- Apabila Tingkat Kesesuaian >100% berarti kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh pelanggan artinya pelayanan sangat memuaskan
- Apabila Tingkat kesesuaian =100% berarti kualitas layanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan artinya pelayanan telah memuaskan
- Apabila Tingkat Kesesuaian <100% berarti kualitas layanan yang diberikan kurang atau tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan artinya pelayanan belum memuaskan.

- d. Selanjutnya membuat peta dengan menghitung rata-rata seluruh atribut sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat persepsi, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dengan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum X_i}{k}$$

$$Y = \frac{\sum Y_i}{k}$$

Dimana:

X=Skor rata-rata persepsi/*performance* seluruh atribut

Y= Skor rata-rata harapan/*importance* seluruh atribut

k = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

- e. Tahap terakhir pada analisis *Importance Performance Analysis*, dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

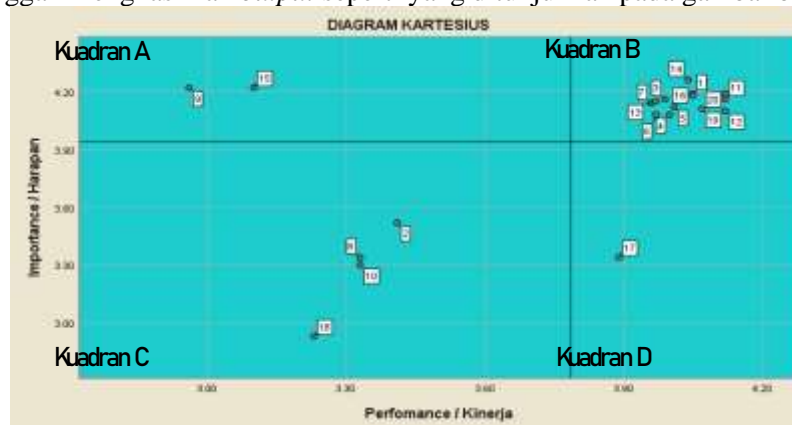
Tabel 2. Tingkat kesesuaian (X dan Y)

Dimensi	Item Pernyataan	Rata-Rata Persepsi	Rata-Rata Harapan	Tki (%)
Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)	Item 1	4.05	4.19	97%
	Item 2	3.41	3.52	97%
	Item 3	3.99	4.16	96%
	Item 4	4.00	4.08	98%
Keandalan (<i>Reliability</i>)	Item 5	4.01	4.12	97%
	Item 6	3.97	4.08	97%
	Item 7	3.96	4.14	96%
	Item 8	3.33	3.34	100%
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Item 9	2.96	4.22	70%
	Item 10	3.33	3.30	101%
	Item 11	4.12	4.16	99%
Jaminan (<i>Assurance</i>)	Item 12	4.12	4.10	101%
	Item 13	3.97	4.15	96%
	Item 14	4.04	4.26	95%
	Item 15	3.10	4.22	73%
Kepedulian (<i>Empathy</i>)	Item 16	4.05	4.18	97%
	Item 17	3.89	3.34	116%
	Item 18	3.23	2.93	110%
	Item 19	4.07	4.11	99%
	Item 20	4.12	4.19	98%
Rata - Rata		3.79	3.94	97%

Berdasarkan tabel 2 didapatkan hasil rata-rata dari *performance* sebesar 3,79 dan *Importance* sebesar 3.94. juga didapatkan hasil dari tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan untuk melihat perbandingan antara skor kinerja dan skor kepentingan diatas, secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Shopee masih dibawah 100% yaitu (97%<100%) berarti kualitas pelayanan yang diberikan kurang atau tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan artinya pelayanan belum memuaskan sehingga masih perlu perbaikan lagi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang telah diberikan agar lebih baik lagi kedepannya.

Selanjutnya dari hasil perhitungan nilai persepsi dan nilai harapan akan menjadi nilai *performance* dan *importance* pada Matriks *Importance Performance Analysis* (IPA) atau biasa disebut dengan Diagram Kartesius. Cara membuat diagram kartesius adalah dengan membagi suatu

bagian menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik X dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat persepsi dan harapan. Hasil dari *input* data kuesioner kepuasan pelanggan menghasilkan *output* seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 2. Diagram Kartesius

4. Pembahasan

Berdasarkan penelitian ini untuk menentukan kepuasan pelanggan dari suatu jasa pelayanan, dibutuhkan dimensi yang tepat untuk mengukurnya. Adapun dimensi yang dianggap tepat oleh peneliti yaitu menggunakan Dimensi *Servqual*. *Servqual* mempunyai 5 dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*) (Fitria Halim, 2021). Setiap dimensi tersebut memiliki beberapa item pernyataan untuk dipakai sebagai acuan pertanyaan kepada responden khususnya pelanggan aktif Shopee pada warga Desa Sotek Rt.10 Kec Penajam. Pada penelitian ini terdiri dari 20 item pernyataan, item-item tersebut kemudian disebarkan kepada 20 orang responden terlebih dahulu sebelum kepada seluruh responden sebanyak 73 orang untuk mendapatkan variabel-variabel kepuasan yang lebih relevan untuk disesuaikan dengan kondisi di lapangan terkait dengan kepuasan pada aplikasi Shopee. Langkah selanjutnya data nilai dari hasil responden kemudian akan diuji validitas dan reliabilitas datanya ke dalam SPSS 26, dan seluruh item pertanyaan ini dinyatakan valid dan reliabel sehingga data tersebut dianggap dapat digunakan dalam penelitian.

Selanjutnya jika data dikatakan valid dan reliabel maka peneliti akan melanjutkan penyebaran kuesioner kepada seluruh responden sebanyak 73 orang sesuai kebutuhan peneliti. Dalam melakukan analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Shopee ini dilakukan pengolahan data dengan metode *servqual* dan *Importance Performance Analysis*. Metode *Servqual* mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan ekspektasi dan persepsi (Deo et al., 2017), hal ini dapat menunjukkan sejauh mana telah memberikan pelayanan yang sesuai, hasil dalam perhitungan skor *servqual* menunjukkan masih adanya kesenjangan, yang artinya masih ada sebagian dari pelanggan belum merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan.

Berdasarkan perhitungan skor *servqual* persepsi dan harapan pelanggan, dapat dilihat dari masing masing dimensi *servqual*, pada dimensi bukti langsung (*tangible*) diperoleh nilai *Gap* sebesar -0.51 hal ini berarti layanan yang diberikan tidak berkualitas dan tidak memuaskan, pada dimensi keandalan (*reliability*) diperoleh nilai *gap* sebesar -0.41 hal ini berarti layanan yang diberikan tidak berkualitas dan tidak memuaskan, pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) diperoleh nilai *gap* sebesar -1.25 hal ini berarti layanan yang diberikan tidak berkualitas dan tidak memuaskan, pada dimensi jaminan (*assurance*) diperoleh nilai *gap* sebesar -1.64 hal ini berarti layanan yang diberikan tidak berkualitas dan tidak memuaskan, dan pada dimensi kepedulian (*empathy*) diperoleh nilai *Gap* sebesar 0.74 hal ini berarti layanan yang diberikan *Surprise* dan memuaskan, layanan *surprise* yang dimaksud berarti bentuk pelayanan yang dirasakan pelanggan cukup tinggi kualitasnya, dimana kita mendapatkan sesuatu lebih daripada harapan kita. Pada gambar di atas dapat terlihat bahwa pada

dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*) memiliki nilai *Gap* terbesar dengan diikuti dimensi lainnya.

Adapun perhitungan untuk keseluruhan skor *servqual* dengan total nilai persepsi sebesar 75.74 dan Harapan sebesar 78.81 sehingga nilai *Gap* sebesar -3.07. Hal ini menunjukkan *Gap* yang dihasilkan negatif (persepsi < harapan) hal ini berarti bahwa layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan., khususnya pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*) yang memiliki nilai *gap* terbesar.

Selanjutnya dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya (Purnomo & Riandadari, 2015). Diperoleh hasil perhitungan rata-rata dari *performance* sebesar 3,79 dan *Importance* sebesar 3.94. juga didapatkan hasil dari tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan untuk melihat perbandingan antara skor kinerja dan skor kepentingan, secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Shopee masih berada dibawah 100% yaitu (97% < 100%) berarti kualitas pelayanan yang diberikan kurang atau tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan artinya pelayanan belum memuaskan sehingga masih perlu perbaikan lagi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang telah diberikan agar lebih baik lagi kedepannya.

Tahap akhir adalah dari hasil perhitungan nilai persepsi dan nilai harapan akan menjadi nilai *performance* dan *importance* pada Kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA) atau biasa disebut dengan Diagram Kartesius yang dianalisis berdasarkan letak titik dalam tiap kuadran pada diagram kartesius yang digunakan untuk menunjukkan faktor yang dianggap penting sebagai saran perbaikan untuk memuaskan para pengguna jasa atau dalam hal ini adalah pelanggan Shopee. Berdasarkan gambar 2 berikut adalah posisi setiap item pada diagram kartesius:

- a. Kuadran A (Prioritas utama) Kuadran ini memuat atribut -atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat Kinerja dari faktor atau atribut tersebut lebih rendah daripada harapan pelanggan. Untuk itu atribut -atribut yang berada pada kuadran ini harus segera diperbaiki dan ditingkatkan kinerjanya. Item pernyataan yang berada dalam kuadran ini ada 2 item pernyataan yaitu:
P9 = Customer Shopee cepat dalam merespon keluhan pelanggan
P15 = Barang Yang diterima sesuai dengan deskripsi yang penjual berikan
- b. Kuadran B (Pertahakan prestasi) Kuadran ini memuat atribut -atribut yang memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Untuk itu atribut -atribut yang berada pada kuadran dijadikan sebagai faktor penunjang bagi kepuasan pengguna sehingga harus tetap dipertahankan karena *dianGap* sangat penting dalam hal memuaskan pelanggan. Item pernyataan yang berada pada kuadran ini ada 13 item pernyataan yaitu:
P1 = Tampilan aplikasi Shopee mudah dimengerti atau *user friendly*
P3 = Aplikasi Shopee memuat halaman dengan cepat
P4 = Tersedia fasilitas pencarian untuk memudahkan pelanggan dalam mencari produk yang diinginkan
P5 = Shopee update dalam memberikan informasi terbaru
P6 = Produk Shopee yang dipasarkan lengkap
P7 = Shopee memberikan gratis ongkos kirim dengan harga minimum transaksi
P11 = Transaksi pada aplikasi mudah dilakukan
P12 = Pilihan metode pembayaran yang disediakan cukup banyak sehingga mudah dalam bertransaksi
P13 = Shopee tidak akan menyalahgunakan data pelanggan
P14 = Durasi pengiriman barang pada Shopee tidak lebih lama dari tanggal estimasi
P16 = Shopee memberikan garansi 100% pengembalian dana jika transaksi gagal
P19 = Shopee memberikan kemudahan dengan mengelompokkan produk barang sejenis
P20 = Shopee menyediakan fitur *chat* langsung dengan penjual
- c. Kuadran C (Prioritas rendah) Kuadran ini memuat atribut -atribut yang kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerja perusahaan juga tidak istimewa atau biasa saja. Perbaikan terhadap atribut yang masuk pada kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali

dengan melihat faktor atau atribut yang memiliki pengaruh besar atau kecil terhadap kepuasan pelanggan. Item pernyataan yang berada pada kuadran ini ada 4 item pernyataan yaitu:

P2 = Desain aplikasi Shopee bagus dan menarik

P8 = Shopee sering memberikan potongan harga

P10 = Shopee memberikan informasi promosi diskon dengan jelas

P11 = Produk promo yang ditawarkan Shopee sesuai dengan pilihan belanja saya

- d. Kuadran D (Berlebihan) Kuadran ini memuat atribut-atribut yang memiliki harapan rendah dengan tingkat kinerja yang tinggi, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan dalam pelaksanaannya. Untuk itu atribut yang masuk pada kuadran ini termasuk tidak terlalu penting oleh pelanggan sehingga dapat dikurangi agar perusahaan bisa menghemat biaya. Item pernyataan yang berada pada kuadran ini ada 1 item pernyataan yaitu:

P17 = Shopee memberikan banyak promo menarik

5. Usulan Perbaikan

Berdasarkan hasil keseluruhan pembahasan terhadap kepuasan pelanggan Shopee khususnya warga Desa Sotek Rt. 10 Kec Penajam, maka usulan perbaikan yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Untuk atribut yang berada di kuadran A (Prioritas Utama) terdapat 2 item pernyataan yang harus diperhatikan yaitu untuk item pernyataan P9 (*Customer service* cepat dalam merespon keluhan pelanggan), diharapkan lebih meningkatkan lagi kinerja *customer service* agar pelanggan tetap merasa puas terutama dalam hal melayani keluhan dan masalah yang dirasakan oleh pelanggan, dan yang kedua pada item pernyataan P15 (Barang yang diterima sesuai dengan dengan deskripsi yang penjual berikan), diharapkan lebih memperhatikan kualitas dan keaslian produk sebelum sampai ditangan pelanggan dengan cara tidak membiarkan para penjual nakal untuk menampilkan foto produk yang tidak sesuai dengan deskripsi yang telah mereka berikan, sehingga produk barang yang mereka terima akan sesuai dengan foto asli dari produk tersebut, jika hal tersebut dilakukan maka pelanggan akan merasa puas berbelanja pada aplikasi Shopee.
- b. Pada Kuadran B (Pertahankan prestasi) terdapat 13 item pernyataan pada kuadran ini, hal ini menunjukkan bahwa performa perusahaan dianggap sudah baik, karena kinerja yang dirasakan pelanggan sudah sesuai dengan harapan mereka, maka pelanggan mengharapkan pelayanan yang sudah baik ini untuk tetap dipertahankan agar pelanggan tetap puas dan loyal untuk terus menggunakan aplikasi Shopee dalam hal berbelanja *online*.
- c. Pada kuadran C (Prioritas rendah) terdapat 4 item pernyataan yang harus diperhatikan, atribut pernyataan tersebut yaitu pada item P2 (Desain aplikasi Shopee bagus dan menarik), P8 (Shopee sering memberikan potongan harga), P10 (Shopee memberikan pesan informasi promo dan diskon dengan jelas), dan terakhir item P18 (Produk promo yang ditawarkan Shopee sesuai dengan pilihan belanja saya), dalam hal ini perusahaan perlu mempertimbangkan kembali dengan melihat faktor atribut tersebut apakah memiliki pengaruh yang besar atau kecil terhadap kepuasan pelanggan, agar nantinya perusahaan tidak perlu memberikan perhatian khusus atau lebih terhadap atribut yang memiliki pengaruh kecil pada kepuasan pelanggan.

Kuadran D (Berlebihan) terdapat 1 item pernyataan yang harus diperhatikan yaitu berada pada item P17 (Shopee memberikan banyak promo menarik), atribut ini dianggap tidak terlalu penting di mata pelanggan sehingga dapat dikurangi dalam hal kinerjanya karena pada atribut ini perusahaan dinilai terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya, banyak pelanggan merasa bahwa promo menarik yang diberikan Shopee tidak sesuai dengan pilihan belanja mereka. Sehingga sangat jarang mereka melihat informasi-informasi promo yang disediakan, untuk itu perlu dipertimbangkan kembali apakah faktor atau atribut ini memiliki pengaruh yang besar atau kecil terhadap kepuasan pelanggan untuk menghemat biaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Service quality* dan *Important Performance Analysis* pada aplikasi Shopee Indonesia di Desa Sotek Rt. 10 dari hasil perhitungan skor *Servqual* dari seluruh atribut dimensi bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*empathy*) dapat kita ketahui bahwa para pelanggan Shopee di desa sotek rt 10 Kec. Penajam Kab. Penajam Paser Utara belum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, karena dari hasil perhitungan *servqual* didapatkan nilai *Gap* bernilai negatif yaitu -3,07. Hal ini menunjukkan bahwa layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan, masih ada pelayanan yang masih dirasakan tidak puas oleh pelanggan, khususnya pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*) yang memiliki nilai *gap* terbesar. Dari hasil perhitungan *Importance Performance Analysis* diketahui tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Shopee masih berada dibawah 100% yaitu ($97% < 100%$) berarti kualitas pelayanan yang diberikan kurang atau tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan artinya pelayanan belum memuaskan sehingga masih perlu perbaikan, melalui diagram kartesius atribut-atribut yang akan menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan yaitu keseluruhan pada Kuadran A (Prioritas utama) karena kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi kenyataannya faktor atau atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan, terdapat 2 item pernyataan yang berada pada kuadran ini, yaitu berada pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) p9 *customer service* cepat dalam merespon keluhan pelanggan, dan pada dimensi jaminan (*assurance*) P15 barang yang diterima sesuai dengan deskripsi yang penjual berikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi, J., Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). *Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service quality dan Kartesius*. 18 (02), 12–31.
- Baiti, A. Al, & Rachmadi, A. (2017). Pengukuran Kualitas Layanan Website Dinas Pendidikan Kota Malang Dengan Menggunakan Metode *Webqual 4 . 0* dan IPA. *Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 1 (9), 885–892.
- Deo, P. G. E., Sanjaya, R., & Linda. (2017). Analisis Kualitas Layanan Lazada dengan Menggunakan Metode *E-Servqual* dan IPA. *Journal of Accounting and Business Studies*, 2 (1), 1–19.
- Direktorat Statistik Keuangan Teknologi Informasi dan Pariwisata. (2021). *Statistik E-Commerce 2021*. Badan Statistik Indonesia.
- Suharsaputra. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1 (2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Fitria Halim, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Mustofa, M., Handoyo, & Ernawati, D. (2016). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa dengan Metode *Service quality (Ervqual) Fuzzy* Di PT. Pos Indonesia Sidoarjo. *Journal of Industrial Engineering and Management*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Purnomo, W., & Riandadari, D. (2015). Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel dengan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) di PT. Arina Parama Jaya Gresik. *Jurnal Teknik Mesin*, 03 (3), 54–63.
- Putri, R. A., & Devita, V. D. (2021). *Report: Peta Persaingan E-commerce Q3 2021*. IPPrice Group Sdn. Bhd.
- Sitompul, D. (2019). Analisis Penerapan *Servqual* terhadap Kepuasan Konsumen pada Studio Musik

Colia Binjai, Dengan Metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) Dan *Importance Performance Analysis* (IPA). *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 1 (01).

Wibisono, D. (2019). Analisis Dan Usulan Perbaikan Kualitas Layanan Dengan Menggunakan Matriks *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus: Sekolah XYZ). *Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)*, 1 (2), 14–20.

Winarno, H., & Absor, T. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan dengan Metode *Service Quality* (*Servqual*) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) pada PT. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1 (2), 146–160. <https://doi.org/10.30988/jmil.v1i2.15>

Wiyono, H. A. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Pendekatan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA) di Honda Tugu*. Universitas Islam Indonesia.

Wulandari, A., Wahyuni, D. P., & Nastain, M. (n.d.). *Minat Beli Konsumen: Survei Terhadap Konsumen Shopee di Yogyakarta*.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)