

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA
SITUS BELANJA *ON-LINE* TOKO BAGUS**



JURNAL PENELITIAN

Oleh:

Nama : Rico Ryan Rahmawan
No. Mahasiswa : 09311505

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2013**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA
SITUS BELANJA *ON-LINE* TOKO BAGUS**

Hasil Penelitian

diajukan oleh

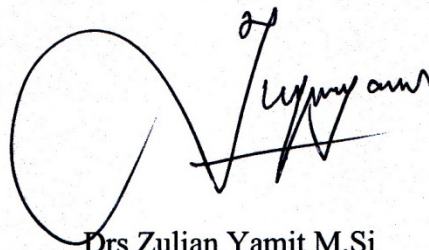
Nama : Rico Ryan Rahmawan

No. Mahasiswa : 09311505

Telah disetujui dan disahkan oleh Dosen pembimbing,

Pada Tanggal : 09 April 2013

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zulian Yamit', is written over a large, stylized circular flourish.

Drs Zulian Yamit M.Si

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA SITUS BELANJA *ON-LINE* TOKO BAGUS

Rico Ryan Rahmawan

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

E-mail : ricoryanr@yahoo.com

Drs Zulian Yamit M.Si

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

ABSTRACT

This study aimed to analyze the quality of services tokobagus.com. The variables used in this study is the quality of service which consists of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles that are used to measure the level of interest / expectations and the level of consumer Assessment of the quality services provided by the company. This research service users tokobagus.com 96 consumer consumer satisfaction index results, it can be concluded variable reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles in the category of very satisfactory Based Cartesian diagram analysis, the variables that needs improvement is the Tokobagus.com provide services to perform things that are special and also special at the time, consumer information obtained in accordance with reality, tokobagus.com provide fast service, the procedures for the latest information from the store great very clear and easy to understand, tokobagus.com always provide the latest service recommendations through consumer preference, and the early use of the website bagus.com store is well organized.

Keyword = reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles, and the satisfaction index Cartesian diagram

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis kualitas layanan jasa tokobagus.com. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangibles yang digunakan untuk mengukur Tingkat Kepentingan/harapan dan Tingkat Penilaian konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Penelitian ini menggunakan 96 konsumen pengguna jasa tokobagus.com Hasil indeks kepuasan konsumen, dapat disimpulkan variabel reliability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangibles masuk dalam kategori sangat memuaskan Berdasarkan analisis diagram kartesius, variabel yang memerlukan perbaikan adalah Tokobagus.com memberikan pelayanan untuk melakukan hal-hal yang khusus dan pada waktu yang khusus pula, informasi yang diperoleh konsumen sesuai dengan kenyataan, tokobagus.com memberikan pelayanan yang cepat, prosedur penyampaian informasi terbaru dari toko bagus sangat jelas dan mudah dimengerti, tokobagus.com selalu menyediakan rekomendasi layanan terbaru melalui pferensi konsumen, dan penggunaan awal website dari toko bagus.com sudah terorganisasi dengan baik.

Kata Kunci = reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangibles, indeks kepuasan dan diagram kartesius

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Banyak aplikasi bisnis baru yang hadir akibat adanya internet. Dalam dunia perdagangan disebut Electronic Commerce (e-commerce) atau bisa juga disebut electronic business (e-business) karena memiliki ruang yang lebih luas dari hanya transaksi jual beli. Sampai saat ini, E –business belum memiliki definisi yang pasti, tapi secara umum e-business merupakan pertukaran informasi yang dimediasi secara elektronik baik di internal organisasi dan eksternal stakeholder untuk mendukung proses bisnis.

Online shop atau e-shop adalah merupakan system penjualan dimana ada perusahaan yang menjual barangnya secara online, sehingga proses transaksi jual-beli yang terjadi hanya melalui internet tanpa harus bertemu langsung. Di dalam online shop atau e-shop perusahaan dapat menampilkan dan menawarkan barang dagangan atau jasa yang ingin dijual kepada konsumen pengguna internet. Salah satu contoh e-shop yang ada di Indonesia yang ramai digunakan untuk transaksi jual beli baik barang atau jasa yaitu tokobagus.com

Toko bagus sangat menyadari bahwa kualitas pelayanan prima yang diberikan akan menciptakan loyalitas member. Oleh karena itu Toko Bagus menekankan pentingnya upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada member. Untuk mencapai sasaran tersebut, Toko Bagus menyediakan pelayanan berupa live support, yang akan selalu siap menjawab segala pertanyaan yang berkenaan dengan penggunaan situs tokobagus.com dan pertanyaan non teknis lain. Pada dasarnya pengertian kualitas pelayanan merupakan penilaian antara harapan dan

kinerja yang dirasakan. (Yamit, 2002). Jadi, kualitas pelayanan berarti bahwa kinerja suatu produk sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Kualitas juga berhubungan dengan para karyawan yang secara langsung tampak dan berhubungan dengan pemakai jasa, sehingga perbaikan kualitas pelayanan juga menuntut adanya perbaikan dari karyawan. Apabila kualitas pelayanan perusahaan baik, maka omzet atau penjualan akan meningkat. Atas dasar uraian yang telah dikemukakan di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Situs Belanja *On-line* Toko Bagus”**.

Perumusan Masalah

1. Apakah tingkat kualitas pelayanan pada toko bagus sudah baik atau memuaskan konsumen berdasarkan variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*?
2. Faktor-faktor apa saja yang harus diperbaiki dalam pelayanan jasa yang diberikan oleh Toko Bagus?
3. Solusi-solusi apa saja yang harus diberikan agar kualitas pelayanan toko bagus meningkat?

Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang terdapat pada perusahaan Toko bagus apakah sudah baik atau memuaskan konsumen berdasarkan variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*.
2. Untuk mengetahui factor-faktor apa saja yang harus diperbaiki dalam pelayanan jasa yang diberikan oleh Toko Bagus.

3. Untuk mengetahui factor-faktor apa saja yang diberikan agar kualitas pelayanan toko bagus meningkat

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Venova dan Jonasson (2006) yang berjudul “Quality Online Banking Services”. Pada penelitian terdahulu menggunakan alat analisis yang berbeda seperti apa yang ditulis peneliti pada saat ini. Alat analisis yang digunakan adalah E-SQ (E-S-QUAL and E-RecS-QUAL) yang terdiri dari reliability, responsiveness, access, flexibility, ease of navigation, efficiency, assurance/trust, security/privacy, price knowledge, site aesthetics and customization /personalization. Penelitian ini Hasil penelitian dari Venova dan Jonasson (2006) dapat disimpulkan bahwa dari dimensi E-SQ (E-S-QUAL and E-RecS-QUAL) yang digunakan dalam penelitian ini dimensi-dimesi yang memberikan kepuasan pelanggan adalah Service Performance, Website Characteristics, Communication and Efficiency.

Kualitas Pelayanan

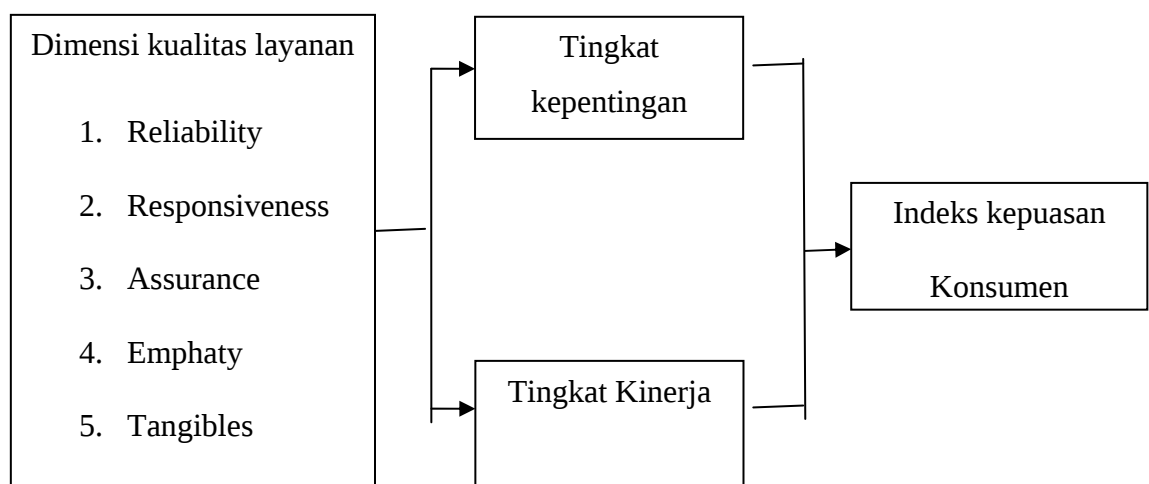
Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman, (dalam Zulian Yamit, 2005) dimensi karakteristik kualitas pelayanan adalah :

1. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan telah yang dijanjikan.
2. *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

3. *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan.
4. *Empathy*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.
5. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

METODE PENELITIAN

Model Utama



Sumber Data

Metode pengumpulan data yang dipakai penulis dalam penelitian adalah data primer. Data primer diperoleh dengan cara penyebaran kuisisioner kepada responden berdasarkan kriteria dan karakteristik yang telah ditentukan yaitu data dari kuesioner yang diisi oleh pengguna jasa tokobagus.com

Metode Analisis Data

Indeks Kepuasan Konsumen

Indeks kepuasan adalah hasil perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan (Supranto, 2001, hal 241). Indeks kepuasan inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Diagram Kartesius

Analisis diagram kartesius untuk mengetahui kepuasan pelanggan, analisis ini juga digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut, pendekatan ini dapat digunakan untuk menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian performance (kinerja) perusahaan dan penilaian harapan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

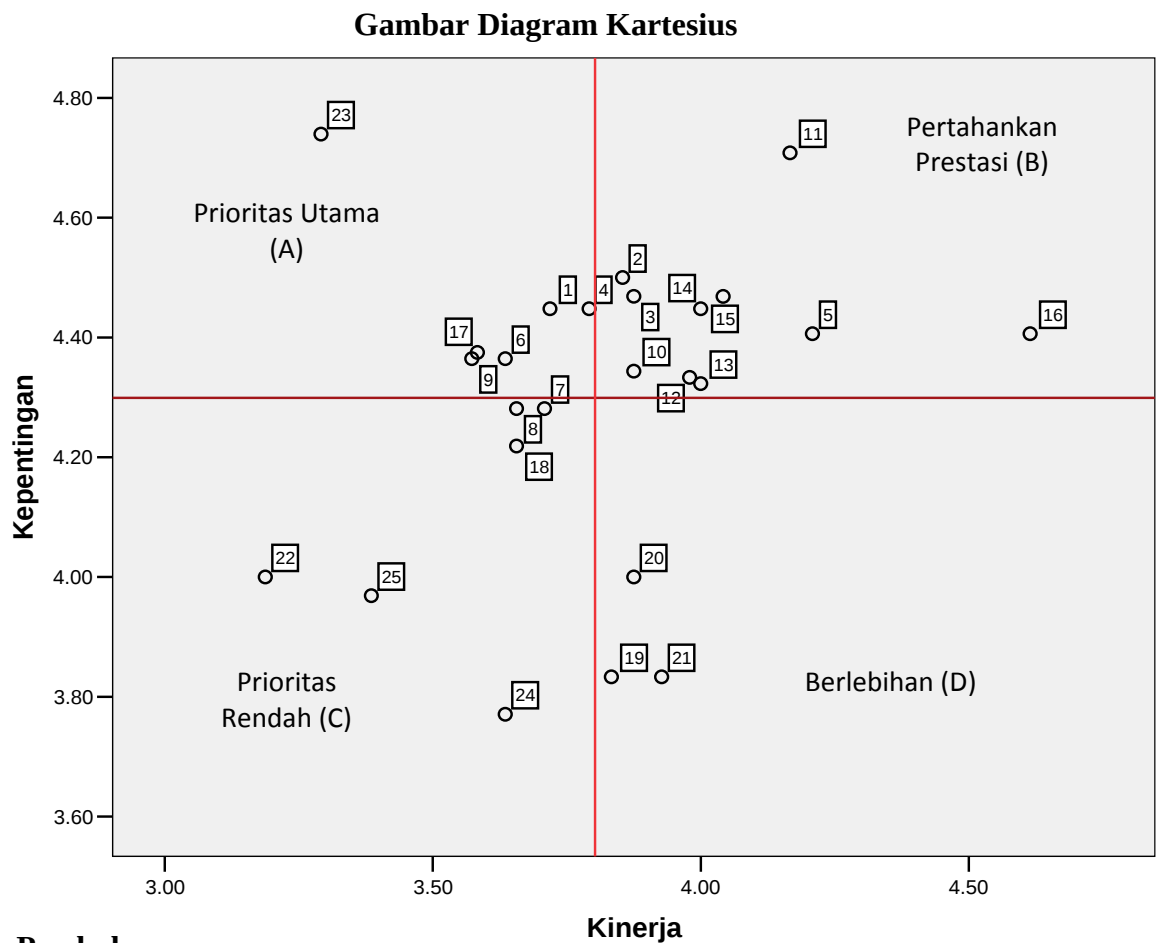
Hasil indeks kepuasan konsumen dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Indeks Kepuasan Konsumen

Variabel	Kinerja	Kepentingan Pelanggan	Indeks Kepuasan
Reliability	3,8896	4,4542	87,32 %
<i>Responsiveness</i>	3,6896	4,3271	85,26 %
<i>Assurance</i>	4,0375	4,4563	90,60%
<i>Emphaty</i>	3,1250	4,1667	89,10 %
<i>Tangibles</i>	3,4854	3,8625	90,24 %

Sumber : Data Diolah

Diagram Kartesius



Pembahasan

Indeks Kepuasan Konsumen

Indeks kepuasan konsumen variabel reliability sebesar 87,32 %. Hasil ini dapat diartikan bahwa tokobagus.com telah berhasil memuaskan para pelanggan mereka mengenai variabel reliability. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan telah merasa sangat puas dengan variabel reliability yang dimiliki oleh tokobagus.com. Indeks kepuasan konsumen variabel responsiveness sebesar 85,26 %. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan telah merasa sangat puas dengan variabel responsiveness yang dimiliki oleh tokobagus.com. Indeks kepuasan konsumen variabel assurance sebesar 90,60 %. Hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa pelanggan telah merasa sangat puas dengan variabel assurance yang dimiliki oleh tokobagus.com. Indeks kepuasan konsumen variabel empathy sebesar 89,10 %. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan telah merasa sangat puas dengan variabel empathy yang dimiliki oleh tokobagus.com. Indeks kepuasan konsumen variabel tangibles dihasilkan nilai indeks kepuasan konsumen sebesar 90,24 %. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan telah merasa sangat puas dengan variabel tangibles yang dimiliki oleh tokobagus.com.

Pembahasan Diagram Kartesius

Hasil interpretasi diagram kartesius dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Indikator-Indikator yang masuk dalam kuadran A adalah Tokobagus.com memberikan pelayanan untuk melakukan hal-hal yang khusus dan pada waktu yang khusus pula, informasi yang diperoleh konsumen sesuai dengan kenyataan, tokobagus.com memberikan pelayanan yang cepat, prosedur penyampaian informasi terbaru dari toko bagus sangat jelas dan mudah dimengerti, tokobagus.com selalu menyediakan rekomendasi layanan terbaru melalui preferensi konsumen, dan penggunaan awal website dari toko bagus.com sudah terorganisasi dengan baik. Hal ini berarti bahwa konsumen memberikan penilaian kepentingan yang dirasakan tinggi dan nilai kualitas pelayanan yang tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa konsumen mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap tingkat kinerja pelayanan di tokobagus.com namun yang dirasakan responden tidak setinggi tingkat kepentingannya dan responden merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan di tokobagus.com.

2. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran B adalah tokobagus.com menunjukkan minat yang tulus dalam memecahkan masalah pelanggan, transaksi dengan menggunakan tokobagus.com akan bebas dari kesalahan penjualan, layanan online shopping toko bagus yang diberikan berfungsi sebagaimana mestinya, toko bagus selalu tanggap dalam melayani keluhan pelanggan, tokobagus.com menanamkan rasa kepercayaan terhadap konsumen, konsumen merasa aman dalam bertransaksi dengan fasilitas online toko bagus, data transaksi konsumen terjaga kerahasiaannya, toko bagus.com memberikan informasi yang jelas kepada nasabah mengenai layanan online perbankan, dalam prosedur (tata cara) menggunakan toko bagus.com mudah dilakukan oleh siapa saja, dan tokobagus.com selalu menyediakan pelayanan lewat e-mail konsumen. Dengan tingginya nilai tingkat kepentingan pelanggan di tokobagus.com dan tingginya pula nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan maka variabel yang masuk dalam kuadran B haruslah dipertahankan akan lebih baik bila ditingkatkan hingga menyentuh nilai kepentingan konsumen.
3. Indikator-indikator yang berada di dalam kuadran C adalah tokobagus.com selalu bersedia untuk selalu membantu konsumen, tokobagus.com tidak pernah mengeluh untuk menanggapi permintaan dan keluhan konsumen, tokobagus.com menyediakan personal homepage secara gratis, tampilan visual dari toko bagus.com sangat menarik, transaksi di toko bagus.com mudah dan cepat, dan tampilan website toko bagus.com berubah sesuai dengan kebutuhan pemakai. Hal ini mengindikasikan bahwa pada kuadran C nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan dan nilai tingkat kepentingan pelanggan konsumen juga

rendah maka variabel yang masuk kuadran C mendapatkan prioritas rendah karena harapan konsumen tidak tinggi.

4. Indikator-indikator yang berada dalam kuadran D adalah tokobagus.com memberikan kemudahan bagi individu untuk menggunakan fasilitas, toko bagus toko bagus.com selalu memberikan perhatian khusus kepada setiap konsumen dan operasi website dari toko bagus.com mudah dan gampang dimengerti.

Solusi

Dari hasil analisis indeks kepuasan konsumen variabel yang harus diperbaiki adalah variabel responsiveness karena variabel ini merupakan variabel yang paling rendah memberikan kepuasan bagi pelanggan. Solusi yang diberikan agar variabel responsiveness meningkat dalam hal kepuasan bagi pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan kualitas operator dalam hal memberikan pelayanan dan keluhan pelanggan terhadap konsumen.
2. Adanya prosedur penyampaian informasi terbaru dari toko bagus yang dapat dimengerti oleh pelanggan.

Sedangkan dari hasil analisis diagram kartesius indikator-indikator pelayanan yang harus diperbaiki adalah indikator yang berada di Kuadran A. Solusi yang diberikan agar indikator-indikator tersebut meningkat kualitasnya adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas operator dalam hal pelayanan terhadap pelanggan

2. Memberikan secara berkala informasi-informasi produk terbaru yang dipasarkan melalui tokobagus.com
3. Memperbaiki tampilan awal tokobagus.com agar menarik dan mempermudah penggunaan website.

PENUTUP

Kesimpulan

- a. Dari hasil analisis indeks kepuasan konsumen, dapat disimpulkan urutan prioritas yang diharapkan pelanggan untuk diperbaiki diurutkan yang terendah adalah variabel responsiveness (85,26%), variabel reability (87,32%), variabel emphaty (89,10%), variabel tangibles (90,24%) dan variabel assurance (90,60%).

Saran

1. Peningkatan kualitas operator dalam hal memberikan pelayanan dan keluhan pelanggan terhadap konsumen.
2. Adanya prosedur penyampaian informasi terbaru dari toko bagus yang dapat dimengerti oleh pelanggan.
3. Memberikan secara berkala informasi-informasi produk terbaru yang dipasarkan melalui tokobagus.com
4. Memperbaiki tampilan awal tokobagus.com agar menarik dan mempermudah penggunaan website.

DAFTAR PUSTAKA

- Kenova, Vasya and Patrich Jonasson. 2006. "Quality Online Banking Service". *Bachelor Thesis within Business Administration*, Jönköping International Business School, Jankoping University
- Supranto, J.2001.*Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*.
- Yamit, Yulian. 2005.*Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama,cetakan keempat, Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta