

Analisis Kualitas Tokopedia Menggunakan Metode ServQual

Wahyu Putri Haryati¹, Leon Andretti Abdillah², Fatmasari³
^{1,2,3} Information Systems, Bina Darma University
Jalan Ahmad Yani No.3, Plaju, Palembang
¹ wahyuputri_haryati@yahoo.co.id, ² leon.abdillah@yahoo.com

Abstract. The study was conducted to determine the circumstances of quality Tokopedia website. Tokopedia is taking place onlineshop shopping website in sales, where people who want to buy goods in Tokopedia should enter History Tokopedia.com website before making a transaction. This study uses ServQual which is an instrument for measuring the quality of services provided by Tokopedia. Measurement of quality in this ServQual models based on 5 (five) dimensions : tangible, responsiveness, realibility, assurance, and empathy. In this study will be measured gap 5 (five) that is expected service and the fact that obtained by the customer. This method uses a questionnaire with 16 (sixteen) questions (attributes) that can be used to measure the quality of service and customer satisfaction levels in Tokopedia.

Keywords: Online store quality, Tokopedia, ServQual.

1 Pendahuluan

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya teknologi informasi (TI) memiliki peran yang sangat penting. TI telah diadopsi oleh beragam aspek kehidupan kita saat ini [1]. Penggunaan TI ini dapat menunjang aktivitas suatu institusi ataupun perorangan yang digunakan untuk menyimpan, mengolah maupun menyajikan data. Hal ini sejalan dengan dunia perdagangan yang sangat membutuhkan TI baik dalam *software*, *hardware*, maupun *brainware* yang dapat menunjang suatu kinerja pelayanan transaksi jual beli. Informasi yang ada haruslah mempunyai kualitas informasi yang baik, yaitu akurat, tepat waktu dan relevan. Selain itu perlu juga diperhatikan kualitas jasa. Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan [2].

Tokopedia adalah salah satu *website e-commerce* terbesar di Indonesia [3] yang dimiliki dan dijalankan oleh PT Tokopedia. Tokopedia menyediakan sarana penjualan dari *customer* ke *customer* dimana siapa pun bisa membuka toko *online* yang melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia. Tokopedia memiliki lebih banyak atribut-atribut kualitas website [4]. *User* yang kerap disebut “tokopediawan”, bisa

menjual barang baru maupun bekas melalui Tokopedia walaupun mayoritas produk yang dijual di Tokopedia adalah barang baru yang dijual pada harga yang sudah ditentukan. Tokopedia melayani jual beli *online* menggunakan sistem kartu kredit sehingga lebih memudahkan pelanggan lagi untuk bertransaksi dan tentunya keamanan yang terjamin. Tokopedia bekerjasama dengan bank BCA, bank Mandiri dan bank BNI untuk memberikan keamanan transaksi antara merchant dan *customer*.

Permasalahan yang sering dihadapi tokopediawan dari sisi pembeli seperti pengiriman barang yang lama, kemudian hasil barang yang dikirim tidak sesuai dengan kriteria yang dijelaskan di *website*, kemudian terkadang sulit untuk melakukan konfirmasi soal permasalahan barang yang dibeli, sedangkan dari tokopediawan bagian penjual permasalahan yang timbul berupa penarikan dana hasil penjualan terkadang lama, ketentuan yang menurut penjualan terlalu repot, hasil penjualan yang harus menunggu konfirmasi dari pembeli terkait dengan produk yang dijual sudah sampai atau belum, baik atau tidak itu sangat mempengaruhi penarikan dana hasil penjualan dari Tokopedia. Melihat permasalahan diatas peneliti akan menerapkan suatu sistem analisa yang dapat mengetahui data tingkat kualitas menggunakan metode ServQual dimana setiap permasalahan akan dikelompokkan berdasarkan elemen dari ServQual.

2 Metodologi Penelitian

2.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode kuisisioner. Kuisisioner adalah metode pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada konsumen atau pengguna Tokopedia dengan tujuan memperoleh data mengenai objek penelitian.

2.2 Metode ServQual

ServQual merupakan suatu cara instrumen untuk melakukan pengukuran kualitas jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, dkk. [5] dalam serangkaian penelitian mereka terhadap sektor-sektor jasa, model ini juga dikenal dengan istilah Gap. Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan.

Dalam model Servqual, kualitas jasa didefinisikan sebagai penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa [5]. Definisi pada tiga landasan konseptual utama, yakni : 1) Kualitas jasa lebih sukar dievaluasi konsumen daripada kualitas barang, 2) Persepsi terhadap kualitas jasa merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual jasa, and 3) Evaluasi kualitas tidak hanya dilakukan atas hasil jasa, tetapi juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian jasa.

2.3 Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah upaya perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Indikator-indikator kualitas pelayanan sebagai berikut : 1) *Tangible* (bukti fisik), meliputi sarana yang tersedia pada website Tokopedia yaitu penampilan fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, 2) *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan Tokopedia dalam memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan, 3) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf Tokopedia untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap, 4) *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf Tokopedia, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan, dan 5) *Emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen atau pengguna website Tokopedia.

2.4 Skala Pengukuran

Tipe pengukuran yang digunakan adalah pengukuran bertingkat dengan skala Likert. Rentang yang digunakan untuk mengukur derajat sangat tidak terpenuhi sampai sangat terpenuhi untuk indikator variabel dalam penelitian ini adalah 1 (satu) sampai 5 (lima) : 1) sangat tidak terpenuhi, bobot nilai 1, 2) tidak terpenuhi, bobot nilai 2, 3) cukup terpenuhi, bobot nilai 3, 4) terpenuhi, bobot nilai 4, and 5) sangat terpenuhi, bobot nilai 5.

2.5 Perhitungan

Perhitungan harapan pelanggan terhadap pelayanan jasa yang diberikan Tokopedia.com berdasarkan atribut pernyataan kualitas pelayanan yang diberikan peneliti bagi tiga kelompok Program Studi sesuai dengan rumus harapan [5].

$$\sum xi = (\sum STT x 1) + (\sum TT x 2) + (\sum CT x 3) + (\sum T x 4) + (\sum ST x 5)$$

Keterangan :

- $\sum xi$ = Jumlah bobot jawaban pertanyaan harapan.
- $\sum ST$ = Jumlah orang yang memilih jawaban Sangat Tidak Terpenuhi.
- $\sum TT$ = Jumlah orang yang memilih jawaban Tidak Terpenuhi.
- $\sum CT$ = Jumlah orang yang memilih jawaban Cukup Terpenuhi.
- $\sum T$ = Jumlah orang yang memilih jawaban Terpenuhi.
- $\sum ST$ = Jumlah orang yang memilih jawaban Sangat Terpenuhi.

Untuk rata-rata dimensi pernyataan harapan dapat dihitung dengan rumus:

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{n}$$

Keterangan :

- \bar{x}_i = Rata – rata jawaban responden untuk pernyataan harapan atribut ke i
- $\sum x_i$ = Jumlah bobot jawaban pertanyaan harapan atribut ke i
- N = Jumlah responden

Untuk rata-rata dimensi pernyataan kenyataan pelayanan dapat dihitung dengan :

$$\bar{y}_i = \frac{\sum y_i}{n}$$

Keterangan :

- \bar{y}_i = Rata – rata jawaban responden untuk pernyataan kenyataan atribut ke i
- $\sum y_i$ = Jumlah bobot jawaban pertanyaan kenyataan atribut ke i
- N = Jumlah responden

3 Hasil dan Pembahasan

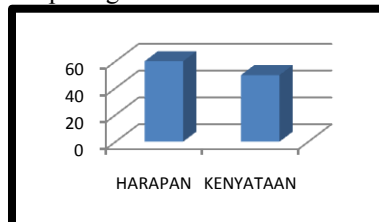
3.1 Hasil Penelitian

Berikut hasil perhitungan Harapan pelanggan terhadap pelayanan jasa yang diberikan Tokopedia.com kepada para konsumen atau pelanggannya dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Harapan.

Pernyataan	Harapan	
	Pembobotan	Rata-rata
X 1	1466	11.82258065
X 2	1837	14.81451613
X 3	1436	11.58064516
X 4	1366	11.01612903
X 5	1334	10.75806452

Dari nilai pembobotan diatas peneliti dapat mengetahui kesenjangan antara Harapan dan Kenyataan yang dirasakan konsumen atau pelanggan Tokopedia. Hasil pembobotan ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Grafik bobot nilai harapan dan kenyataan.

Untuk rata-rata harapan dan kenyataan responden, dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Harapan dan Kenyataan.

Dimensi Pernyataan	Atribut Pernyataan	Jumlah Rata-rata Harapan	Jumlah Rata-rata Kenyataan
Tangible	(X1.1, X1.2, X1.3)	12.22	12.09
Reliability	(X2.1, X2.2, X2.3, X2.4)	15.31	15.69
Responsiveness	(X3.1, X3.2, X3.3)	11.97	12.18
Assurance	(X4.1, X4.2, X4.3)	11.38	11.27
Emphaty	(X5.1, X5.2, X5.3)	11.12	0.13

Dari perhitungan yang telah dilakukan diatas kita dapat mengetahui nilai kesenjangan antara Harapan dan Kenyataan, untuk nilai kesenjangan berdasarkan perhitungan yang telah kita lakukan diatas dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Nilai Kesenjangan.

Dimensi Pernyataan	Nilai Gap
Tangible	-0.04
Reliability	0.10
Responsiveness	0.07
Assurance	-0.04
Emphaty	-3.66

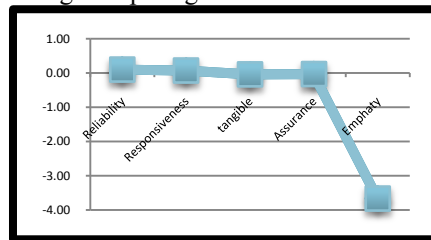
3.2 Pembahasan

Semakin besair gap yang dihasilkan dari sebuah perhitungan *ServQual*, semakin kurang baiknya kualitas pelayanan jasa tersebut. Oleh karena itu, prioritas perbaikan kualitas pelayanan jasa dilakukan dari gap atau kesenjangan terbesar. Sebaliknya, semakin kecilnya suatu gap (*gap* tersebut mendekati nol atau positif) semakin baik kualitas pelayanan jasa tersebut. Berikut Tabel 3.6 peringkat GAP berdasarkan lima dimensi Servqual.

Tabel 4. Peringkat Gap.

Dimensi Pernyataan	Nilai Gap	Peringkat
Tangible	0.10	1
Reliability	0.07	2
Responsiveness	-0.04	3
Assurance	-0.04	4
Emphaty	-3.66	5

Berdasarkan tabel peringkat GAP maka atribut yang memiliki gap cukup besar dijadikan prioritas untuk diperbaiki dibandingkan dengan atribut yang memiliki gap lebih kecil. Berikut gambar grafik peringkat GAP.



Gambar 2. Grafik bobot nilai harapan dan kenyataan.

4 Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diambil kesimpulan yaitu, Emphaty (empati) pelayanan Tokopedia.com masih rendah (Gap = -3.66), dimana Kualitas Pengguna memiliki Gap terendah 0.10 yaitu Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap) memiliki Gap terendah kedua 0.07, Tangible (fisik/nyata) memiliki Gap terendah ketiga -0.04, sedangkan Assurance (jaminan) terendah keempat dengan Gap -0.04. Hasil analisis GAP menyatakan bahwa *website* Tokopedia.com belum memenuhi kebutuhan pengunjung dan pengujung belum puas dengan kualitasnya.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas penulis memberikan saran yang ingin di sampaikan yaitu, Tokopedia.com harus meningkatkan pelayanan khususnya di kebutuhan pelanggan secara spesifik, menanggapi keluhan atau pertanyaan dari pelanggan dan selalu mengarahkan pelanggannya dengan baik dalam hal mencari produk yang dibutuhkan pelanggan.

Daftar Pustaka

1. Fikri, et al., "Perancangan Teknologi Cloud untuk Penjualan Online Kain Songket Palembang," in *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia ke-8 (SESINDO2015)*, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya, 2015.
2. F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Pertama ed. Malang: Bayu Media Publishing, 2005.
3. H. H. V. Gaffar and M. Atrisia, "Demography, Motivation, and Satisfaction of E-Commerce Customer on OLX. co. id and Tokopedia. com," in *Int'l Conference on Business, Marketing & Information System Management (BMISM'15)*, Paris, France, 2015.
4. E. Supriyati, "Studi Empirik Social Commerce (S-Commerce) dari Sudut Pandang Kualitas Website," *Jurnal Simetris*, vol. 6, pp. 89-94, 2015.
5. V. A. Z. Parasuraman, et al., "A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception on Future Research," *Journal of Marketing*, vol. 49, 1988.