

ISBN: 978-602-99213-9-7



SNIT5
Seminar Nasional Inovasi & Tren

Prosiding

Peluang dan Tantangan Indonesia Dalam Menyikapi AFTA 2015

Sabtu 23 Mei 2015 | BSI Kalimalang



Penerbit:
Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Bina Sarana Informatika



ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA PERBANDINGAN ANTARA PENJUALAN KONVENSIONAL DENGAN PENJUALAN SECARA *ONLINE*

Megawaty

¹⁾ Informatika, Universitas Bina Darma

Jl. Jend A. Yani No. 3 Plaju Palembang

email: Megawaty@mail.binadarma.ac.id

Abstrak – Kegiatan penjualan pada era ini sangatlah berkembang dengan pesat, dimana penjualan tidak hanya dilakukan secara tatap muka atau bertransaksi langsung antara penjual dengan pembeli akan tetapi penjualan juga dapat dilakukan melalui dunia maya atau yang lebih dikenal dengan e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap penjualan konvensional dengan penjualan online, pengumpulan data dilakukan dengan cara kuisioner, adapun teknik pengambilan sample dilakukan menggunakan metode purposive sampling. Sample yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Bina Darma di kota Palembang dan variable yang diukur adalah tingkat kepuasan terhadap penjualan secara konvensional/langsung dengan penjualan secara online. Berdasarkan hasil analisis penelitian ini adalah bahwa nilai dari tingkat kepuasan pengguna terhadap penjualan konvensional lebih besar dibandingkan dengan pengguna penjualan online. Serta memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan penjualan secara online.

Kata Kunci: Analisis, Penjualan, E-commerce

I. PENDAHULUAN

Kegiatan penjualan merupakan pembelian sesuatu (barang atau jasa) dari suatu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Penjualan juga merupakan suatu sumber pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh perusahaan. Sedangkan penjualan secara online atau sering disebut dengan *E-commerce* adalah Merupakan menurut Laudon dan Laudon (1998), *E-Commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis.

Bisnis penjualan saat ini memang merupakan suatu bisnis yang menjanjikan, banyak individu, instansi, lembaga ataupun perusahaan yang usahanya bergerak dibidang penjualan yaitu penjualan online ataupun langsung, penjualan online dan langsung tentu memiliki beberapa kelemahan dan kelebihan masing-masing yang akan dirasakan oleh konsumennya secara langsung, oleh karena itulah dalam penelitian ini maka penulis mencoba untuk menganalisis mengenai tingkat kepuasan konsumen atau pengguna terhadap penjualan secara online dan penjualan langsung ditempat.

Manfaat dari penelitian ini adalah Ukuran kepuasan pelanggan dapat dikategorikan sebagai kurang puas, puas dan sangat puas. Pengukuran mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk beberapa tujuan [16], yaitu :

1. Mempelajari persepsi masing-masing pelanggan terhadap mutu pelayanan yang dicari, diminati dan diterima atau tidak di terima pelanggan, yang akhirnya pelanggan merasa puas dan terus melakukan kerja sama
2. Mengetahui kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan pada saat sekarang dan masa yang akan datang yang disediakan perusahaan yang sesungguhnya dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima.
3. Meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan harapan-harapan pelanggan.
4. Menyusun rencana kerja dan menyempurnakan kualitas pelayanan dimasa akan datang. untuk mengetahui seberapa besar tingkat perbandingan kepuasan pengguna (konsumen) terhadap penjualan online ataupun secara langsung.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Mengukur kepuasan pelanggan menurut Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Indeks : Jakarta

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan perusahaan pesaing. Kotler [17], mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran
2. Survei kepuasan pelanggan
3. Lost customers analysis
4. Belanja siluman (*Ghost shopping*).

2.2 E-commerce

Merupakan menurut Laudon dan Laudon (1998), *E-Commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis.

III. PEMBAHASAN

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktik-praktik yang berlaku.

Metode pengambilan sample

Adapun populasi yang diambil sebagai sample adalah mahasiswa/mahasiswi Universitas Bina Darma Palembang yang sering berbelanja online sejumlah 100 orang.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Kuisisioner : Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada responden ini menyangkut fakta dan pendapat dari responden mengenai tingkat kepuasan mereka terhadap penjualan konvensional dengan penjualan online. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup, yaitu "kuisisioner yang telah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan" (Arikunto, 2002: 129).

Indikator-indikator diatas diukur dengan skala penilaian *Likert* yang memiliki lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Kurang Setuju (KS) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2

5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan rumus *product moment* dari Pearson yang dilakukan dengan menghitung korelasi antar masing-masing skor *item* pertanyaan dari tiap variabel dengan total skor variabel tersebut. Jika skor *item* tersebut berkorelasi positif dengan skor total skor *item* dan lebih tinggi dari korelasi antar *item*, menunjukkan validitas instrumen tersebut. Untuk penelitian ini, nilai *df* dapat dihitung sebagai berikut $df = n - k$ atau $100 - 6 = 94$, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka didapat *r* tabel sebesar 0,1689 (*one tail*). Jika *r* hitung > dari *R* tabel maka dikatakan Valid. Indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid. Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	r hitung	R tabel (one tail)	Valid/Tidak
Bukti Fisik			
BF1	0.559	0,1689	Valid
BF2	0.645	0,1689	Valid
BF3	0.797	0,1689	Valid
BF4	0.719	0,1689	Valid
BF5	0.750	0,1689	Valid
BF6	0.692	0,1689	Valid
Kehandalan			
KH1	0.718	0,1689	Valid
KH2	0.726	0,1689	Valid
KH3	0.635	0,1689	Valid
KH4	0.601	0,1689	Valid
KH5	0.565	0,1689	Valid
Jaminan			
JM1	0.658	0,1689	Valid
JM2	0.708	0,1689	Valid
JM3	0.649	0,1689	Valid
JM4	0.654	0,1689	Valid
Daya Tanggap			
DT1	0.793	0,1689	Valid
DT2	0.811	0,1689	Valid
DT3	0.705	0,1689	Valid
Perhatian / Empati			
P1	0.541	0,1689	Valid
P2	0.707	0,1689	Valid
P3	0.653	0,1689	Valid
Kepuasan pengguna			
KP1	0.694	0,1689	Valid
KP2	0.660	0,1689	Valid
KP3	0.667	0,1689	Valid
KP4	0.660	0,1689	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2014

Uji Reliabel

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk/variabel penelitian. Suatu variabel dikatakan *reliable* (handal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke

waktu. Tingkat reliabilitas suatu variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik Cronbach Alpha (α) Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai cronbach alpha > 0,60 (Ghozali, 2005). Hasil perhitungan reliabilitas oleh SPSS dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Uji Reliabel

Varia bel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Bukti Fisik	0,982	Reliabel
Kehandalan	0,932	Reliabel
Jaminan	0,934	Reliabel
Daya Tanggap	0,976	Reliabel
Empati	0,986	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,837	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah 2014

Uji F

Dari hasil uji F pada penelitian ini didapatkan nilai F hitung sebesar 24.812 dengan angka signifikansi (P value) sebesar 0,000. Pada penelitian ini nilai F hitung > F tabel. Dengan tingkat signifikansi 96% ($\alpha = 0,05$). Angka signifikansi (P value) sebesar $0,000 < 0,06$ (alpha). Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti variabel bukti fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap dan empati mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pengguna.

Uji t

Dari Hasil Uji t pada penelitian ini didapatkan nilai t hitung sebesar 0,005 yang dimiliki oleh Variabel Jaminan dan Empati. Nilai Kedua varibel tersebut memiliki nilai signifikansi < 0,05. Yang artinya H_a diterima. Yang memiliki arti bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen (Jaminan dan Empati) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pasien). Apabila nilai t hitung lebih besar daripada t tabel maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan Variabel Lainnya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil regresi dengan menggunakan program SPSS, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,162 X_1 + 0,089 X_2 + 0,337 X_3 - 0,052 X_4 + 0,328 X_5$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai 0,162 pada variabel bukti fisik (X1) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi bukti fisik yang diberikan pihak penjual, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pengguna.
2. Nilai 0,089 pada variabel kehandalan (X2) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat kehandalan yang diberikan pihak penjual, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pengguna.
3. Nilai 0,337 pada variabel jaminan (X3) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi jaminan yang diberikan pihak penjual, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pengguna.
4. Nilai -0,052 pada variabel daya tanggap (X4) adalah bernilai negatif sehingga dapat dikatakan bahwa daya tanggap yang diberikan pihak penjual online kurang memuaskan
5. Nilai 0,328 pada variabel perhatian / empati (X5) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi perhatian / rasa empati yang diberikan pihak penjual, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pengguna.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa konsumen menaruh tingkat kepuasan yang tinggi terhadap belanja yang dilakukan secara langsung dibandingkan dengan belanja secara online, meskipun penjualan langsung saat ini telah mewabah seiring perkembangan zaman, pengguna dalam hal ini adalah pelanggan telah sangat pandai dalam memilih jenis penjualan online yang aman dan dapat diandalkan. meskipun penipuan yang menyertai perkembangan e-commerce saat ini.

Saran

Untuk pengguna yang masih baru, berikut adalah beberapa tips dalam memilih media sosial yang aman untuk bertransaksi aman. Hal-hal yang perlu diingat adalah:

1. Beli produk di tempat yang dapat diandalkan. Karena banyak toko online yang melakukan penipuan
2. Periksa testimonial dan review pembeli di ladang. Jika review yang baik dan kesaksian melanjutkan transaksi. Jika tidak melakukan pembelian
3. Gunakan rekening bersama. Hati-hati tentang kartu kredit, apa lagi yang baru atau toko kami hanya membeli tempat.
4. Pilihlah sistem pembayaran dengan COD (cost on delivery)

DAFTAR REFERENSI

- [1] Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Indeks : Jakarta
- [2] .Arikunto, Suharsimi. 2002. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- [3] Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Biodata Penulis,

Megawaty memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom) Jurusan Sistem Informasi Universitas Bina Darma Palembang, lulus tahun 2009. Memperoleh gelar Magister Komputer (M.Kom) Program Pasca Sarjana Magister Teknik Informatika Universitas Bina Darma, lulus tahun 2012. Saat ini menjadi Dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma Palembang.