

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SHOPEE

Tutik Sriwahyuni¹⁾, Junarti²⁾ Ifa Khoiria Ningrum³⁾

¹Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro
tutikwahyunisri@gmail.com

² Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Alam, IKIP PGRI Bojonegoro
junarticepu@gmail.com

³ Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro
nifakhoiria@gmail.com

Abstract: *The development of increasingly sophisticated technology has brought changes to Indonesian society, namely with the internet which allows one to communicate with other parties without being limited by time and distance. This is followed by the provision of various services that help help the community. Shopee provides the best service to consumers with various attractive offers. This study aims to analyze consumer satisfaction with the service quality of the shopee marketplace. This study uses a descriptive qualitative approach with data sources using purposive sampling consisting of 22 students of Economics education at IKIP PGRI Bojonegoro who are satisfied with the quality of shopee marketplace services. Data collection techniques in this research are Questionnaires, Interviews, and Documentation. The results of this study are consumer satisfaction is an important thing that is used to attract consumers in the present, consumer satisfaction with shopee service quality at a high level of consumer interest, consumers are satisfied with services provided by shopee based on 5 dimensions of quality service on Reliability (reliability), Tangible (Direct Evidence), Responsiveness (responsiveness), Assurance (assurance), Empathy (Privacy).*

Keyword: *Customer Satisfaction, Service Quality, Shopee*

Abstrak: Perkembangan teknologi yang semakin canggih telah membawa perubahan pada masyarakat Indonesia, yaitu dengan adanya internet yang memungkinkan seorang untuk melakukan komunikasi dengan pihak lain tanpa di batasi waktu dan jarak. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu masyarakat. Shopee menyediakan layanan terbaik kepada konsumen dengan berbagai penawaran menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *marketplace* shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif secara deskriptif dengan sumber data menggunakan secara *sampling purposive* yang terdiri dari 22 Mahasiswa pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro yang merasa puas pada kualitas pelayanan *marketplace* shopee. Teknik pengumpulan data dalam penelitian penelitian ini adalah Kuesioner, Wawancara, dan Dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu Kepuasan konsumen hal penting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang. kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan shopee pada tingkat kepentingan konsumen yang tinggi, konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Shopee berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan pada *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (Bukti Langsung), *Responsiveness* (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), *Empathy* (Privasi)

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Shopee

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti ini persaingan dalam dunia usaha menjadi sangat ketat. Perusahaan saling berlomba-lomba dalam bersaing untuk mempertahankan usaha agar tetap kuat di tengah persaingan yang banyak. Menciptakan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang lama serta meningkatkan penjualan dengan strategi pemasaran melalui internet. Menciptakan pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan lama dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti terus meningkatkan kualitas produk serta mengeluarkan produk dengan inovasi yang lebih baru. Selain itu mempermudah cara memperoleh produk dengan berbagai teknologi internet juga sebagai salah satu alasan di mana pelanggan bertahan pada suatu produk (Rahmadhani,2011).

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang. Berbagai macam cara dapat dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan para konsumen . Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka konsumen cenderung membandingkan dengan pelayanan dari perusahaan lain. Tetapi menurut Kotler dan Keller (2008:132) survey konsumen menunjukkan bahwa hal yang paling signifikan yang menghalangi seseorang untuk berbelanja

secara online adalah tidak adanya pengalaman yang menyenangkan, interaksi sosial, dan konsultasi pribadi dengan perwakilan perusahaan. Situasi ketidakpuasan terjadi manakala konsumen telah menggunakan produk atau mengalami jasa yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan. Ketidakpuasan bisa menimbulkan sikap negatif terhadap merek maupun produsen atau penyediaannya. Berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek dan berbagai macam perilaku *complain* (Tjiptono.2012:302).

Perkembangan teknologi yang semakin canggih telah membawa perubahan pada masyarakat Indonesia, yaitu dengan adanya internet yang memungkinkan seorang untuk melakukan komunikasi dengan pihak lain tanpa dibatasi waktu dan jarak. Hal ini yang kemudian mempengaruhi masyarakat Indonesia dengan adanya gaya hidup masyarakat semakin serba instan dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Sehingga masyarakat seringkali mencari sesuatu yang praktis dan serba instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai penyedia layanan yang membantu masyarakat. Setiap

perusahaan menawarkan beberapa keunggulan kepada konsumen agar dapat terus bertahan. Dengan banyaknya orang yang menggunakan internet bahkan untuk membeli barang secara *online*.

Berdasarkan pengamatan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (2014) penggunaan internet di Indonesia merupakan pengguna terbesar ke-6 mencapai 83.7 juta pengguna di dunia. Setelah internet mulai berkembang penggunaan internet bukan lagi hanya sebagai media informasi ataupun media komunikasi, karena internet sekarang sudah menjadi media yang membuat sesuatu inovasi kreatif dalam menciptakan sebuah situs-situs untuk jual beli secara *online* yang dimana para penjual dan pembeli suatu barang hanya dengan menggunakan situs jual beli dapat melakukan transaksi walau tanpa bertemu secara tatap muka. Oleh karena itu, sistem penjualan suatu perusahaan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan karena sistem penjualan perusahaan tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi.

Shopee menyediakan layanan terbaik kepada konsumen dengan berbagai penawaran menarik seperti harga promo, diskon khusus, *special deal* , dan juga memberikan kemudahan transaksi dengan gratis biaya kirim untuk area tertentu, layanan *cash on delivery* (COD), serta garansi barang kembali jika tak sesuai. Agar *marketpace* shopee mampu

menghasilkan mutu produk yang berkualitas maka harus menciptakan kualitas pelayanan yang baik sehingga konsumen tertarik belanja di Shopee termasuk Mahasiswa pendidikan ekonomi tingkat IV merupakan mahasiswa yang bergaya baik dari segi pakaian, *make up*, tas dan sepatu. Berbelanja *online* sering mereka lakukan melalui *marketplace* seperti aplikasi Shoppe.

Pada saat sekarang ini dengan banyaknya komplain yang dilakukan oleh konsumen kepada Shopee, maka shopee akan terus meningkatkan performanya agar pelayanannya menjadi lebih baik lagi. Berbagai upaya terus dilakukan seperti memperbaiki system pada aplikasi shopee agar konsumen tidak menunggu lama untuk melihat dan menerima atau mengirim pesan pada aplikasi Shopee, lalu upaya lain yang dilakukan adalah memperlengkap produk-produk yang akan dijual belikan didalam aplikasi agar konsumen bisa dengan mudah berbelanja.

Berdasarkan uraian di atas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Shopee Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Tingkat IV IKIP PGRI Bojonegoro”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi

tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan shopee.

Instrumen pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan wawancara melalui google form dengan mahasiswa pendidikan ekonomi tingkat IV IKIP PGRI Bojonegoro.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan setelah melakukan penelitian, hasil ini di peroleh dari penelitian dengan kuesioner ataupun wawancara, maka yang dapat dijadikan paparan data dari hasil penelitian ini mengenai Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Shopee studi kasus mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro tingkat IV dengan menggunakan indikator kualitas pelayanan yaitu *Reliability* (kehandalan), *Tangibles* (bukti fisik), *Responsiveness* (jaminan), *Empathy* (privasi). Indikator tersebut untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan shopee.

a. Reliability (Kehandalan)

Menurut Tjiptono (2014:282) Reliability (Kehandalan) kemampuan pemberian jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. *Reliability* atau kehandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan (Husain Umar, 2005).

Berdasarkan dari hasil penelitian pada empat subjek dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara *Reliability*

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas memberikan informasi yang disediakan oleh *marketplace* shopee mampu mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Disaat konsumen mendapat notifikasi ketika Shopee merilis informasi terbaru, memperoleh informasi produk yang lengkap pada *website* belanja, informasi mengenai adanya gratis ongkos kirim dan adanya potongan harga atau kupon, konsumen akan lebih siap dan yakin untuk melakukan transaksi pada *marketplace* Shopee.

b. *Tangibles* (Bukti fisik)

Menurut Kotler dan Keller (2009:53) bukti fisik atau wujud merupakan penampilan fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi. “bukti fisik salah satu dimensi kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena aktifitas usaha dalam jasa banyak bergantung pada sifat pelanggan dalam berinteraksi langsung dengan perusahaan. Hubungan *Tangibles* (bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen. Menurut lupiyoadi (2013:216) bukti fisik dari pelayanan yang diberikan adalah penampilan dan sarana yang dimiliki oleh perusahaan dan peralatan yang digunakan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dari bukti fisik yang dimiliki seperti fasilitas perusahaan, representasi produk atau jasa.

Berdasarkan dari hasil penelitian pada subjek dapat dikatakan baik dan telah memenuhi kepuasan konsumen Mahasiswa

dalam kemudahan penggunaan ketika mengakses *marketplace* Shopee. Hal ini dibuktikan kemudahan dalam pembelian, kemudahan pembayaran hingga kemudahan mendapatkan ekspedisi pengiriman barang.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 53) yang menyatakan bahwa “Daya Tanggap berkenaan dengan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat, apabila karyawan cepat tanggap melayani pelanggan maka perusahaan akan mendapatkan simpati dari pelanggan itu sendiri”. Menurut wang & wang (2017 : 5) memiliki pengertian *Responsiveness* berhubungan dengan kesediaan untuk membantu dan menanggapi permintaan pelanggan, pelanggan yang cepat, selalu memberikan informasi kepada pelanggan jangka waktu pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian dari kuesioner dan wawancara keempat subjek merasa puas atas pelayanan *Responsiveness* yang cepat dan tepat dalam membantu dan merespon permintaan konsumen. Kualitas pelayanan untuk memberikan informasi kepada karyawan sewaktu timbul masalah seperti barang yang sampai tidak sesuai atau rusak, barang tidak sampai tujuan dan lain-lainnya.

d. *Assurance* (Jaminan)

Menurut Yarimoglu (2014 : 85) sebagai pengetahuan dan sopan santun karyawan dan kemampuan untuk membangun kepercayaan dan kepercayaan diri. Menurut Albarq (2013:207) bahwa *assurance* mencakup kompetensi, kesopanan, kredibilitas dan keamanan, kesadaran dan kesopanan karyawan dan kemampuan karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

Berdasarkan dari hasil penelitian dengan kuesioner dan wawancara dengan para subjek, dapat disimpulkan bahwa keempat subjek sangat puas dengan kualitas pelayanan *Assurance*. Hal ini terbukti oleh keramahan karyawan dan memiliki keterampilan untuk menanggapi setiap masalah dari konsumen. Menumbuhkan rasa percaya dan aman dalam diri konsumen, jaminan kepuasan konsumen tergantung pada kebijakan penukaran atau pengembalian barang di shopee dengan waktu yang telah ditentukan.

e. *Empathy* (Empati)

Menurut Tjiptono (2016 : 270) *empathy* meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Menurut wang & wang (2017 : 5) *empathy* adalah mengenai memberikan perhatian secara individual, melayani dengan peduli dan mengerti kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan dari hasil penelitian penelitian subjek sangat puas dengan layanan shopee yang telah memberikan pelayanan yang baik dengan memberikan informasi dan bantuan kepada konsumen di *marketplace* shopee secara personal,

sehingga konsumen merasa dihargai oleh pihak shopee. Kualitas pelayanan Shopee ini selalu memastikan bahwa semua konsumen yang menggunakan marketplace shopee mendapatkan keamanan data pribadi konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian analisis dari penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan. Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan shopee studi kasus pada mahasiswa pendidikan ekonomi tingkat IV IKIP PGRI Bojonegoro maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis kepuasan konsumen shopee pada indikator *Reliability* (Kehandalan) khususnya pada pernyataan ketrampilan karyawan dalam memberi informasi yang dibutuhkan konsumen baik dan benar.
2. Dari hasil analisis kepuasan konsumen shopee pada indikator *Tangibles* (Bukti Fisik) kemudahan dianggap baik oleh konsumen dan harus dipertahankan oleh shopee dengan baik.
3. Dari hasil analisis kepuasan konsumen shopee pada indikator *Responsiveness* (Daya Tanggap) sudah menunjukkan bahwa kinerja

Shopee dianggap sudah memenuhi kepuasan konsumen.

4. Dari hasil analisis kepuasan konsumen shopee pada indikator *Assurance* (Jaminan) pada pernyataan ketepatan waktu pengiriman produk sesuai dengan yang dijanjikan dianggap konsumen performanya sudah baik.
5. Dari hasil analisis kepuasan konsumen shopee pada indikator *Empathy* (Privasi) sudah menunjukkan bahwa keamanan pada shopee sudah memenuhi kepuasan konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

Andhini, A., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh transaksi online shopping, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(7).

Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh Sales Promotion dan Keragaman Produk Pada Shopee Terhadap Minat

Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 191-200.

Dewi Nuraini.2019. Pembelian Produk Baju Secara Online dan Offline.Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi volume 15, Nomor 2, Oktober 2019. Hal.231-23.*

Kassim, N. dan Abdullah, N.A. 2010. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan yang Dirasakan di Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Kesetiaan dalam Pengaturan E-Commerce. *Asia Pasific Journal of Marketing dan Logistik*. 22 (3):351-371.

Kotler, philip dan keller, 2007,manajemen pemasaran, jilid I, Edisi Kedua Belas,PT. Indeks, Jakarta.

Meidita Yusrini (2018). *Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce (Studi Kasus : Shopee)*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan*

Ilmu Komputer. 2, (11) : 5682-5690

Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.

Permana, H., & Djatmiko, T. (2018). Analisis pengaruh kualitas layanan elektronik (e-service quality) terhadap kepuasan pelanggan shopee di bandung. *SOSIOHUMANITAS*, 20(2), 64-78.

Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan E-service Quality untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus: Pelanggan Shopee di Kota Bandung 2017). *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2), 69-74.

Tjiptono, *Manajemen jasa*, 101
(Yogyakarta: Andi, 2004), hal