Journal of Management and Creative Business
Vol.2, No.4 Oktober 2024
e-ISSN: 2962-1119; p-ISSN: 2962-0856, Hal 290-297
DOI: https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i4.3307
Available Online at: https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus

Evaluasi Kualitas Layanan dalam E-Commerce: Studi Kasus pada Platform Shopee

Rayhan Arief Widitya[1*], Mohamad Rafi[2], Adinda Faniyah Yusha[3]
[1,2,3]Universitas Pembangunan Jaya, Indonesia
**E-mail: rayhanariefwdt@gmail.com[1], mohamadrafi894@gmail.com[2], adindaayusha@gmail.com[3]*

**Korespondensi penulis: rayhanariefwdt@gmail.com*

Abstract*. This study aims to assess the quality of services in e-commerce, focusing on online shopping platforms, particularly Shopee. High-quality service is expected to enhance customer satisfaction and loyalty, which in turn plays a vital role in the success of businesses in the e-commerce sector. With rising competition among online shopping platforms, superior service quality becomes a key factor in attracting and retaining customers. This research utilizes the E-SERVQUAL method to evaluate various dimensions of service quality, such as efficiency, fulfillment, and responsiveness, to pinpoint areas in need of improvement. The study's findings reveal a considerable gap between customer expectations and the actual services perceived on Shopee's platform. The dimensions of service efficiency and responsiveness were identified as the weakest, where customers noted that the transaction process was often slow, and complaints were not promptly addressed. These results highlight the need for service quality enhancements to meet customer expectations and foster greater user satisfaction and loyalty. This research is anticipated to offer valuable insights for Shopee's management in devising more targeted strategies to improve service quality. Overall, the study contributes significantly to the development of service policies in the e-commerce industry, particularly for platforms looking to strengthen their competitive edge in an increasingly competitive market.*

Keywords*: Service Quality, E-SERVQUAL, Customer Satisfaction.*

Abstrak. Penulis ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan dalam e-commerce dengan fokus pada platform belanja online, khususnya Shopee. Kualitas layanan yang optimal sangat diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi signifikan terhadap kesuksesan bisnis di industri e-commerce. Dengan meningkatnya persaingan antar platform belanja online, kualitas layanan yang prima menjadi pembeda utama dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Penelitian ini mengadopsi metode E-SERVQUAL untuk menganalisis dimensi-dimensi kualitas layanan seperti efisiensi, pemenuhan, dan responsivitas guna mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara harapan dan kenyataan layanan yang dirasakan pelanggan di platform Shopee. Dimensi efisiensi dan responsivitas layanan tercatat sebagai aspek dengan kinerja terendah, di mana pelanggan merasa bahwa proses transaksi sering kali lambat dan keluhan tidak direspons dengan cepat. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan sangat diperlukan untuk memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengguna platform. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pengelola Shopee dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan yang lebih terfokus. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan kebijakan layanan dalam industri e-commerce, terutama bagi platform yang ingin meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin ketat.

Kata kunci: Kualitas Layanan, E-SERVQUAL, Kepuasan Pelanggan.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan e-commerce telah merevolusi cara orang berbelanja, memberikan akses yang lebih mudah ke berbagai produk tanpa batasan geografis. Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, telah memanfaatkan peluang ini untuk menarik banyak pengguna. Shopee, yang diperkenalkan pada tahun 2015, kini menjadi salah satu

Received September 09, 2024; Revised September 24, 2024; Accepted Oktober 19, 2024; Published Oktober 23, 2024

platform e-commerce terdepan di Asia Tenggara, termasuk di Indonesia. Meskipun perkembangannya sangat pesat, masih ada tantangan besar terkait dengan kualitas layanan yang dirasakan oleh pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan Shopee dari sudut pandang pelanggan menggunakan metode E-Servqual dan Importance-Performance Analysis. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan Shopee dengan menggunakan metode E-SERVQUAL, yang mengukur dimensi layanan seperti efisiensi, pemenuhan janji, responsivitas, dan keandalan. Dengan menganalisis perbedaan antara harapan dan realitas, penelitian ini berusaha memberikan wawasan mendalam tentang area yang memerlukan perbaikan. Kualitas layanan yang baik diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Shopee, sehingga memperkuat posisi platform ini dalam persaingan e-commerce yang semakin ketat. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan arahan bagi pengelola platform dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dengan lebih fokus. Mengingat meningkatnya harapan pelanggan terhadap layanan e-commerce, penyesuaian yang tepat terhadap kebutuhan dan keinginan pengguna akan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas layanan merupakan salah satu elemen penting yang berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks e-commerce, termasuk pada platform Shopee. Model E-SERVQUAL, yang pertama kali dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), sering digunakan untuk menilai kualitas layanan dalam lingkungan e-commerce. Model ini mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Ada tujuh dimensi utama dalam model E-SERVQUAL, yakni efisiensi, pemenuhan janji, ketersediaan sistem, privasi, responsivitas, kompensasi, dan akses ke dukungan pelanggan. Ketujuh dimensi ini membantu mengidentifikasi area yang membutuhkan peningkatan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Sejumlah penelitian telah menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen pada Shopee. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Sari (2020) menemukan bahwa kualitas layanan, produk, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Shopee melalui analisis regresi linear berganda. Sementara itu, studi yang dilakukan oleh Aziati (2019) menggunakan model DeLone & McLean untuk menganalisis pengalaman pengguna, termasuk kualitas layanan, dan menemukan bahwa persepsi pengguna tentang kualitas sistem yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi Shopee. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Nugraha dan Sari

(2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik (e-service quality) memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan, terutama dalam hal efisiensi dan responsivitas, adalah langkah strategis bagi Shopee untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggannya.

Beberapa penelitian sebelumnya juga mendukung hal ini. Diana (2015) mengungkapkan bahwa model E-SERVQUAL merupakan kerangka yang komprehensif untuk mengevaluasi layanan elektronik. Amalia (2021) menekankan bahwa model ini efektif dalam menganalisis kualitas sistem informasi. Zainah et al. (2023) menambahkan bahwa memahami harapan pelanggan sangat penting dalam meningkatkan pengalaman mereka. Wisnel, Wirdianto, dan Cantika (2022) juga menekankan bahwa kualitas layanan yang unggul dalam aspek efisiensi, keandalan, dan responsivitas dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di e-commerce. Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa meningkatkan kualitas layanan di platform digital, seperti memberikan tanggapan yang cepat dan solusi yang efektif atas masalah pelanggan, sangat penting untuk membangun loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap platform e-commerce.

Hubungan Antar Variabel

1) Efisiensi dan Kepuasan Pelanggan:

   Efisiensi layanan, yang diukur melalui kecepatan serta kemudahan proses transaksi, merupakan salah satu faktor utama yang secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika transaksi berjalan cepat dan lancar tanpa hambatan, pelanggan akan merasa lebih puas dan nyaman bertransaksi di platform seperti Shopee. Menurut penelitian Sari (2020), efisiensi memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, di mana semakin efisien layanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Efisiensi yang baik juga membantu mengurangi frustrasi pengguna, yang sangat penting untuk mempertahankan pelanggan di tengah persaingan e-commerce yang ketat.

2) Pemenuhan Janji Layanan dan Kepuasan Pelanggan:

   Pemenuhan janji layanan, terutama terkait pengiriman yang tepat waktu dan produk yang sesuai dengan deskripsi, sangat berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Studi dari Aziati (2019) menunjukkan bahwa ketika platform memenuhi janji layanan tersebut, pelanggan akan lebih puas dan loyal. Ketika harapan pelanggan terpenuhi, tingkat kepercayaan mereka terhadap platform akan meningkat, yang berdampak pada

kesetiaan pelanggan. Sebaliknya, jika janji layanan gagal dipenuhi, kepuasan pelanggan akan menurun dan dapat mempengaruhi persepsi negatif terhadap platform.

3) Responsivitas dan Kepuasan Pelanggan:

Responsivitas, atau kemampuan platform untuk cepat menanggapi keluhan dan pertanyaan pelanggan, menjadi faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Nugraha dan Sari (2021) menemukan bahwa tanggapan cepat dan tepat terhadap masalah pelanggan memiliki peran besar dalam meningkatkan kepercayaan serta loyalitas. Ketika pelanggan mendapatkan solusi yang cepat atas masalah mereka, mereka merasa dihargai dan lebih cenderung untuk tetap menggunakan platform tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian Wisnel, Wirdianto, dan Cantika (2022), yang menyatakan bahwa responsivitas layanan yang baik berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur untuk mengevaluasi kualitas layanan Shopee berdasarkan dimensi-dimensi yang diukur oleh E-SERVQUAL. Kajian literatur dilakukan dengan meninjau penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan kualitas layanan e-commerce dan perilaku pelanggan. Sumber literatur diambil dari jurnal-jurnal ilmiah, buku, serta laporan penelitian yang relevan dengan topik ini. Melalui metode ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam konteks layanan e-commerce. Literatur yang dikaji mencakup studi tentang penggunaan E-SERVQUAL dalam berbagai platform e-commerce, terutama pada aspek efisiensi, pemenuhan janji, dan responsivitas. Pengumpulan data literatur dilakukan melalui database daring dan perpustakaan digital untuk mendapatkan referensi yang sesuai. Setelah data literatur dikumpulkan, dilakukan analisis mendalam untuk mengidentifikasi tren, kesenjangan, dan temuan utama yang dapat digunakan sebagai landasan bagi manajemen Shopee dalam merumuskan strategi peningkatan layanan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Dua aspek yang paling lemah adalah efisiensi dan responsivitas, di mana banyak pelanggan merasa bahwa proses transaksi berjalan lambat, dan tanggapan terhadap keluhan kurang cepat.

1) Efisiensi

Shopee dinilai sangat baik dalam hal efisiensi oleh mayoritas responden. Mereka merasa bahwa aplikasi ini memiliki antarmuka yang intuitif dan mudah digunakan, bahkan oleh mereka yang kurang familiar dengan teknologi. Proses transaksi, mulai dari pencarian produk hingga pembayaran, berlangsung dengan cepat, yang memenuhi harapan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee telah berhasil memberikan layanan yang memudahkan pelanggan dalam melakukan belanja daring, yang menjadi salah satu faktor utama yang mendukung pertumbuhan pengguna platform ini. Selain itu, efisiensi juga terlihat dari fitur-fitur penting seperti pelacakan pengiriman dan notifikasi transaksi yang jelas, yang membuat pengguna merasa lebih tenang dan aman dalam berbelanja. Kemampuan Shopee untuk menyediakan pengalaman belanja yang cepat dan mudah menjadi salah satu kekuatan utama dalam meningkatkan citra layanan mereka di mata konsumen.

2) Pemenuhan Janji

Meskipun efisiensi layanan Shopee dinilai sangat baik, ada kekurangan yang signifikan dalam dimensi pemenuhan janji. Banyak pelanggan mengeluhkan bahwa waktu pengiriman sering kali tidak sesuai dengan estimasi yang diberikan. Keterlambatan pengiriman ini menjadi masalah utama yang menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Dalam belanja daring, ketepatan waktu sangat penting karena pelanggan menginginkan barang yang dibeli tiba tepat waktu atau bahkan lebih cepat dari yang diharapkan. Namun, kenyataannya, banyak pelanggan mengalami keterlambatan tanpa adanya pemberitahuan dari Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee perlu memperbaiki koordinasi dengan mitra logistik agar janji pengiriman dapat ditepati, atau setidaknya memberi informasi yang lebih transparan jika terjadi penundaan.

3) Responsivitas

Responsivitas layanan pelanggan Shopee juga menjadi area yang membutuhkan perhatian. Pengguna sering kali merasa bahwa respon layanan pelanggan lambat, terutama dalam menangani keluhan terkait pengembalian barang atau masalah produk. Respon yang lamban ini membuat pelanggan merasa frustrasi, terutama ketika mereka membutuhkan penyelesaian yang cepat untuk masalah yang mereka hadapi. Dalam lingkungan e-commerce yang sangat kompetitif, kecepatan dan kualitas respon layanan pelanggan sangat penting dalam menjaga kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Jika keluhan pelanggan tidak ditangani dengan baik dan cepat, ada kemungkinan mereka

akan beralih ke platform lain yang lebih responsif. Oleh karena itu, Shopee perlu meningkatkan jumlah dan kualitas layanan pelanggan agar mampu merespons permasalahan pengguna secara lebih efisien.

4) Keandalan

Shopee dianggap dapat diandalkan dalam menjaga keamanan transaksi dan data pribadi pengguna. Ini merupakan faktor penting mengingat transaksi daring melibatkan informasi yang sensitif, seperti detail kartu kredit dan alamat rumah. Sebagian besar responden merasa yakin bahwa Shopee memiliki sistem keamanan yang baik, sehingga mereka merasa aman bertransaksi melalui platform ini. Namun, terkait keandalan, masih ada keluhan mengenai ketidakcocokan antara deskripsi produk dan barang yang diterima. Meski hal ini sering kali terkait dengan penjual, Shopee sebagai platform perlu mengambil langkah tegas untuk memastikan bahwa para penjual memberikan deskripsi produk yang akurat. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan menjaga reputasi platform.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee telah unggul dalam beberapa aspek kualitas layanan, terutama dalam efisiensi dan keandalan. Namun, ada tantangan besar terkait dengan pemenuhan janji dan responsivitas yang perlu segera diperbaiki. Pengalaman pelanggan yang baik dalam hal efisiensi memberikan nilai tambah bagi Shopee, tetapi masalah keterlambatan pengiriman dan lambatnya layanan pelanggan dapat menghambat pertumbuhan platform ini di masa depan.

Shopee harus lebih berfokus pada peningkatan koordinasi dengan mitra pengiriman untuk mengurangi keterlambatan, serta memperbaiki responsivitas tim layanan pelanggan untuk menangani keluhan lebih cepat dan efisien. Keandalan Shopee dalam menjaga keamanan transaksi dan data pengguna merupakan salah satu alasan utama mengapa pelanggan tetap setia pada platform ini. Namun, Shopee juga harus lebih ketat dalam memantau deskripsi produk yang diberikan oleh penjual agar sesuai dengan kenyataan, untuk mencegah kekecewaan pelanggan. Dengan perbaikan di area-area ini, Shopee berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas pengguna, dan mempertahankan posisinya di tengah persaingan ketat dalam industri e-commerce.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan Shopee memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Meskipun Shopee unggul dalam hal efisiensi dan keandalan, terdapat kesenjangan antara harapan dan pengalaman pengguna, terutama pada aspek pemenuhan janji dan responsivitas. Banyak pelanggan mengeluhkan keterlambatan pengiriman serta lambatnya tanggapan terhadap keluhan mereka. Keterlambatan pengiriman serta kurangnya responsivitas dalam menangani masalah pelanggan menjadi kendala utama yang mengurangi tingkat kepuasan. Oleh karena itu, Shopee perlu memperbaiki koordinasi pengiriman dan meningkatkan kualitas layanan pelanggan untuk memberikan respons yang lebih cepat. Mengingat ketatnya persaingan di industri e-commerce, perbaikan dalam pemenuhan janji, kecepatan pengiriman, dan responsivitas sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan daya saing di pasar. Dengan langkah-langkah perbaikan ini, Shopee berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan menjaga posisinya sebagai salah satu platform e-commerce terdepan di Indonesia.

6. SARAN

1) Peningkatan Efisiensi Layanan: Shopee perlu melakukan evaluasi dan perbaikan pada proses transaksi dan pengiriman untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan lebih cepat dan efisien. Investasi dalam teknologi dan sistem manajemen yang lebih baik dapat membantu mempercepat proses ini.
2) Responsivitas yang Lebih Baik: Perusahaan harus meningkatkan pelatihan bagi tim layanan pelanggan untuk memastikan bahwa keluhan pelanggan ditangani dengan cepat dan efektif. Membangun sistem yang memungkinkan respons yang lebih cepat dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
3) Monitoring dan Evaluasi Berkala: Shopee sebaiknya melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan untuk memastikan bahwa harapan pelanggan terus dipenuhi.
4) Transparansi dalam Pengelolaan Data: Mengingat kekhawatiran tentang privasi dan keamanan data, Shopee harus meningkatkan langkah-langkah keamanan dan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan mengenai pengelolaan data pribadi mereka.

5) Implementasi Strategi Pemasaran yang Berfokus pada Kualitas Layanan: Mengkomunikasikan perbaikan yang dilakukan kepada pelanggan dapat membantu membangun kembali kepercayaan dan menarik pelanggan baru.

Dengan menerapkan saran-saran ini, Shopee dapat meningkatkan kualitas layanan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta memperkuat posisinya di pasar e-commerce.

DAFTAR REFERENSI

Amalia, R. (2021). Efektivitas model E-SERVQUAL dalam menganalisis kualitas sistem informasi. *Jurnal Sistem Informasi Indonesia, 5*(3), 88-96.

Aziati, S. (2019). Pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna aplikasi Shopee di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, 7*(2), 132-146.

Diana, W. (2015). E-SERVQUAL: Kerangka evaluasi layanan elektronik. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis, 10*(1), 55-67.

Nugraha, D., & Sari, R. (2021). Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, 4*(4), 201-210.

Sari, N. (2020). Pengaruh kualitas layanan, produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 3*(2), 94-102.

Wisnel, Y., Wirdianto, A., & Cantika, S. (2022). Kualitas layanan e-commerce: Studi pada platform Shopee. *Jurnal Teknologi dan Bisnis, 6*(1), 145-160.

Zainah, S., Rahma, N., & Firmansyah, I. (2023). Harapan pelanggan dan kualitas layanan di e-commerce. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia, 9*(2), 77-89.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of Marketing, 52*(2), 35-48.