

EVALUASI KUALITAS MARKETPLACE ABC.COM BERDASARKAN KERANGKA KERJA KEPUASAN PENGGUNA, WEBQUAL 4.0 DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

Aditya Rachmadi¹, Admaja Dwi Herlambang², Nozomi Alifia Ghaisani³

Fakultas Ilmu Komputer, Jurusan Sistem Informasi, Universitas Brawijaya

E-mail : rachmadiaditya@ub.ac.id, herlambang@ub.ac.id, nozomikurniawan@gmail.com

ABSTRACT

Competition between companies especially in e-commerce is increasingly fierce nowadays. ABC.com is a website that provides marketplace service, by providing better website it can improve service for their customer. This study aim to identify and prioritize factors that affect marketplace quality at ABC.com. The research approach used is quantitative approach with descriptive analysis. Sample selected from the population of user who have ABC.com account that amount to total 1.700.000 registered user. Sampling method used is convenience sampling that provide 109 respondent. Data collection is done through a questionnaire and provide factors that affect marketplace namely usability, information quality, service interaction quality, and user satisfaction. These factors is in the high category especially in indicator transaction and information security that placed in the A quadrant. While other indicators like performance, timeliness, purchase satisfaction and experience satisfaction placed in low priority (C quadrant). Recommendation for this study are ABC.com should increase their transaction process, information security and performance to obtain customer satisfaction in purchase activities that drive experience satisfaction.

Keywords : e-commerce, website quality, marketplace, Webqual, Importance Performance Analysis

1. PENDAHULUAN

Persaingan penjualan secara online semakin meningkat terutama pada website e-commerce di Indonesia. Perusahaan yang bergerak di bidang e-commerce, diharuskan untuk berlomba dalam memberikan pelayanan yang terbaik, memberikan tampilan *website* yang menarik dan memberikan layanan serta informasi yang akurat sehingga calon konsumen tidak ragu dalam melakukan transaksi. Kualitas *website* yang baik akan membuat calon konsumen merasa puas dalam menggunakan *website*, pengguna yang merasa puas akan terpicu untuk menggunakan *website* yang sama dalam melakukan transaksi.

ABC.com adalah *online marketplace* hasil *joint venture* antara Telkom Indonesia dengan eBay yang bernaung dibawah payung PT. Metraplaza dan resmi diluncurkan pada tanggal 08 Desember 2014. Visi dan misi dari ABC.com adalah membesarkan UKM, menjadi satu-satunya tempat membeli produk impor dari Amerika, Eropa dan sebagainya, serta membesarkan *individual-individual seller* di Indonesia.

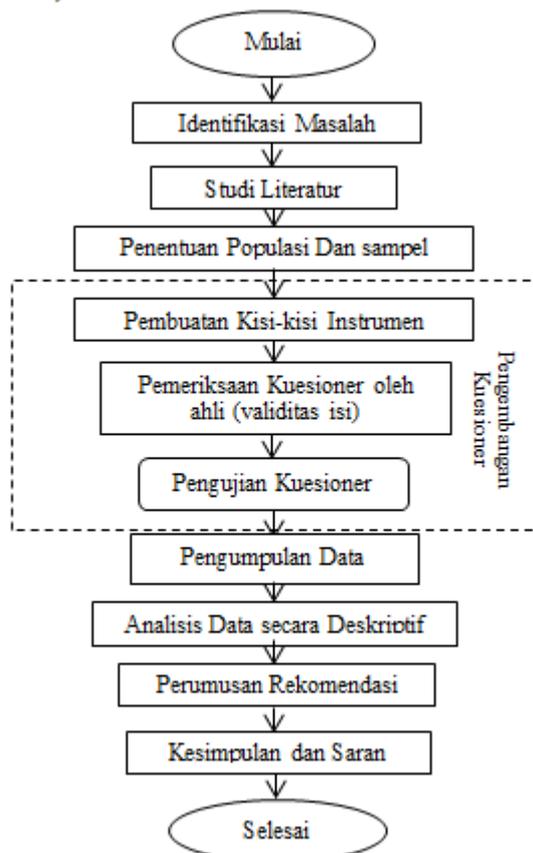
Berdasarkan hasil wawancara dengan stakeholder yang didukung dengan observasi, ABC.com mengalami permasalahan tampilan yaitu peletakan kolom pencarian yang terlalu kecil sehingga pengguna kesulitan menemukan kolom pencarian saat ingin melakukan pencarian produk. Permasalahan juga terjadi pada kualitas informasi yang dapat diakses pengguna. Informasi stok produk seringkali tidak sesuai antara informasi yang disediakan oleh website dengan informasi dari penjual.

WebQual 4.0 merupakan kerangka kerja yang dapat digunakan untuk dapat mendeskripsikan kualitas sebuah website dilihat dari faktor *usability*, *information quality*, *service interaction quality*, dan *user satisfaction*. Permasalahan pada ABC.com ternyata selaras dengan faktor-faktor WebQual terutama *usability* dan *information quality*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan kualitas website berdasarkan kondisi atau faktor-faktor tertentu. Kesesuaian antara permasalahan dan tujuan dari penelitian menjadikan WebQual 4.0 sebagai kerangka kerja yang sesuai untuk pengukuran kualitas website ABC.com. Important Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengkategorikan permasalahan pada tiap faktor menjadi prioritas perbaikan, berdasarkan analisis IPA akan ditentukan rekomendasi perbaikan.

Hyeong dan Niehm membagi dimensi kualitas website menjadi lima, yaitu informasi, meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, akurat, dan relevan; keamanan meliputi kepercayaan; privasi dan jaminan keamanan; kemudahan, meliputi mudah untuk dioperasikan, mudah dimengerti, dan kecepatan; kenyamanan, meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif; dan kualitas pelayanan, meliputi kelengkapan secara online, dan *customer service* (3).

2. METODE

Alur dari metode penelitian dapat dilihat dalam Gambar 2 alur penelitian yang diadaptasi dari Hasibuan (4).



Gambar 1. Analisis Kuadran IPA variabel usability

Identifikasi masalah dilakukan pada ABC.com serta dilakukan studi pendahuluan terhadap pengguna ABC.com sehingga didapatkan masalah yang akan diteliti. Studi literatur dilaksanakan dengan tujuan untuk mencari referensi-referensi yang berkaitan dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan. Pada penelitian ini, sampel yang diambil adalah beberapa pengguna/konsumen yang pernah bertransaksi menggunakan situs ABC.com. Total member yang telah teregistrasi pada website Blanja.com pada Februari 2018 adalah 1.7 juta pengguna. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

Berdasarkan perhitungan rumus slovin tersebut, dapat diketahui sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah minimal 99.99 (dibulatkan menjadi 100). Jumlah responden yang didapatkan sebesar 109 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*.

Kuesioner tertutup digunakan dalam pengembangan kuesioner dengan skala *likert* lima poin dan pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam

kuesioner berdasarkan indikator-indikator pada variabel Webqual 4.0, yaitu *usability*, *information quality*, *service interaction quality*, serta penambahan indikator-indikator pada variabel *user satisfaction*.

Selanjutnya dilakukan validasi kepada dua ahli dengan cara menilai tiap-tiap pernyataan dengan skala 1 (kurang sesuai dengan indikator) sampai 5 (telah sesuai dengan indikator) dan didapatkan hasil penilaian yang kemudian dihitung menggunakan rumus Aiken's V (1).

Hasil validasi selanjutnya akan menjadi acuan dalam mengeliminasi pernyataan yang belum valid. Selanjutnya dilakukan *pilot study* pada 30 responden dan dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Penyebaran dilakukan melalui media sosial. Pengumpulan data melalui wawancara kepada Vice President Ops & CM serta membagikan kuesioner kepada responden yang pernah bertransaksi di ABC.com. Kemudian hasil kuesioner yang didapatkan akan dilakukan analisis data menggunakan statistik deskriptif yang sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji homogenitas, dan uji linearitas. Pada statistik deskriptif dilakukan perhitungan pemusatan data dan penyebaran data. Kemudian data dilakukan analisis IPA, yaitu analisis tingkat kesesuaian, tingkat kesenjangan (gap), dan analisis kuadran. Dari hasil kuadran IPA didapatkan indikator apa yang telah sesuai dengan keinginan pengguna dan apa saja yang perlu diperbaiki serta memberikan rekomendasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Kemudian ditarik simpulan dari penelitian ini dan memberikan saran terhadap penelitian selanjutnya.

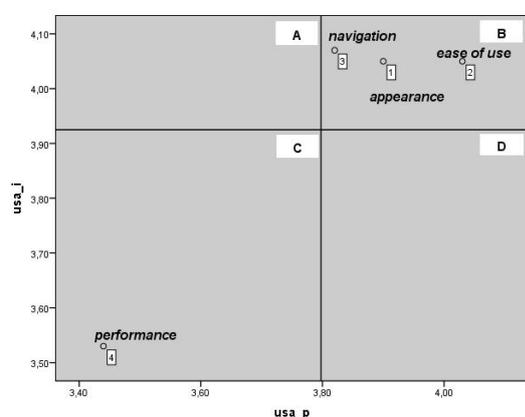
3. PEMBAHASAN

a. Usability

Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif, keseluruhan indikator pada variabel usability berada dalam kategori tinggi yaitu 76% pada tingkat kinerja dan 78.35% pada tingkat kepentingan. Nilai tingkat kesesuaian dari variabel usability masih belum sesuai dengan yang diharapkan dengan pengguna karena nilai kurang dari 100%. Tingkat kesenjangan masih bernilai negatif. Dari hasil analisis tingkat kesesuaian dan kesenjangan dari variabel *usability* dapat dikatakan bahwa kinerja marketplace ABC.com masih belum sesuai dengan harapan dari sisi pengguna.

Berdasarkan analisis IPA, indikator *appearance*, *ease of use*, *navigation* berada pada kuadran B (*keep up the good work/pertahankan*). Indikator-indikator yang berada dalam kuadran ini memiliki nilai yang tinggi pada tingkat kinerja maupun tingkat kepentingan sehingga pada indikator ini tidak diperlukan perbaikan kualitas *appearance*, *ease of use* dan *navigation* dan pihak ABC.com dapat mempertahankan prestasi kinerja yang telah dicapai sebagai atribut penunjang kepuasan pelanggan.

Berdasarkan analisis IPA, indikator *performance* berada pada kuadran C (*low priority*/prioritas rendah) sehingga tidak perlu dilakukan perbaikan kualitas pada indikator ini karena dianggap kurang penting oleh pengguna dan pelayanannya kurang memuaskan. Dengan demikian, rekomendasi yang dapat diberikan untuk meningkatkan indikator ini adalah memanfaatkan *caching browser*; mengkompresi gambar; meminimalkan CSS, HTML, dan JavaScript; mengikuti prinsip *above-the-fold principle*; dan menerapkan *Gzip compression* (8). Analisis Kuadran IPA terhadap variabel *usability* dan indikatornya pada Webqual 4.0, dalam kualitas website ABC.com dapat dilihat dalam Gambar 2.



Gambar 2. Analisis Kuadran IPA variabel *usability*

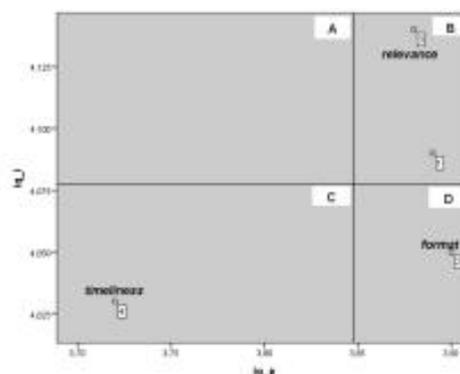
b. Information Quality

Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif, keseluruhan indikator pada variabel *information quality* berada dalam kategori tinggi yaitu 77.05% pada tingkat kinerja dan 81.55% pada tingkat kepentingan. Nilai tingkat kesesuaian dari variabel *information quality* masih belum sesuai dengan yang diharapkan dengan pengguna karena nilai kurang dari 100%. Nilai tingkat kesenjangan masih bernilai negatif. Dari hasil analisis tingkat kesesuaian dan kesenjangan dari variabel *information quality* dapat dikatakan bahwa kinerja marketplace Blanja.com masih belum sesuai dengan harapan dari sisi pengguna. Berdasarkan analisis IPA, indikator *accuracy* berada pada kuadran B (*keep up the good work*/pertahankan prestasi). Indikator yang berada tidak diperlukan perbaikan kualitas, pihak ABC.com dapat mempertahankan prestasi kinerja yang telah dicapai sebagai atribut penunjang kepuasan pelanggan.

Berdasarkan analisis IPA, indikator *format* berada pada kuadran D (*possible overkill*/berlebihan). Indikator yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat kinerja yang tinggi namun tingkat kepentingannya rendah sehingga kualitas pada indikator ini cenderung berlebihan sehingga tidak diperlukan perbaikan. Berdasarkan

analisis IPA, indikator *relevancy* berada pada kuadran B (*keep up the good work*/pertahankan prestasi). Pihak Blanja.com dapat mempertahankan prestasi kinerja yang telah dicapai sebagai atribut penunjang kepuasan pelanggan.

Berdasarkan analisis IPA, indikator *timeliness* berada pada kuadran C (*low priority*/prioritas rendah) sehingga tidak perlu memprioritaskan perbaikan kualitas pada indikator ini karena dianggap kurang penting oleh pengguna dan pelayanannya kurang memuaskan. Rekomendasi yang dapat diberikan pada indikator ini adalah pihak Blanja.com selalu memberikan informasi yang terbaru dan tepat waktu pada website ABC.com agar dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Analisis Kuadran IPA terhadap variabel *information quality* dan indikatornya pada Webqual 4.0, dalam kualitas website ABC.com dapat dilihat dalam Gambar 3.



Gambar 3. Analisis Kuadran IPA variabel *information quality*

c. Service Interaction Quality

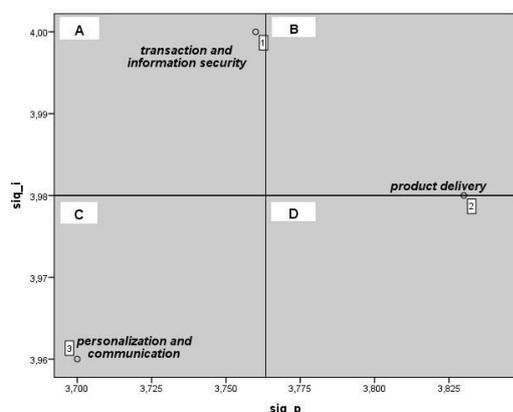
Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif, keseluruhan indikator pada variabel *service interaction quality* berada dalam kategori tinggi yaitu 75% pada tingkat kinerja dan 79.67% pada tingkat kepentingan. Nilai tingkat kesesuaian dari variabel *service interaction quality* masih belum sesuai dengan yang diharapkan dengan pengguna karena nilai kurang dari 100%. Nilai tingkat kesenjangan masih bernilai negatif. Dari hasil analisis tingkat kesesuaian dan kesenjangan dari variabel *service interaction quality* dapat dikatakan bahwa kinerja marketplace Blanja.com masih belum sesuai dengan harapan dari sisi pengguna.

Berdasarkan analisis IPA, indikator *transaction and information security* berada pada kuadran A (*concentrate here*/prioritas tinggi). Rekomendasi yang dapat diberikan untuk indikator ini adalah mengimplementasikan langkah-langkah pengamanan system seperti *public key infrastructure*; *digital signature*; *certificate digital*; *secure socket layer (SSL)*; *transport layer security*; dan *secure electronic transaction*.

Berdasarkan analisis IPA, indikator *product delivery* berada pada kuadran B (*keep up the good work*/pertahankan prestasi). Indikator yang berada

dalam kuadran ini tidak diperlukan perbaikan kualitas dan pihak ABC.com dapat mempertahankan prestasi kinerja yang telah dicapai sebagai atribut penunjang kepuasan pelanggan.

Berdasarkan analisis IPA, indikator *personalization and communication* berada pada kuadran C (*low priority*/prioritas rendah). Rekomendasi yang dapat diberikan pada indikator ini adalah personalisasi layanan membutuhkan 3 hal, yaitu kemauan dan kemampuan dari penyedia layanan untuk dapat menyesuaikan persembahan kepada pelanggan per-individu; menyediakan keinginan yang berbeda dari pelanggan; dan komunikasi (parameter personalisasi) antara pelanggan dan penyedia layanan (6). Gambar 4 merepresentasikan analisis kuadran IPA pada variabel *service interaction quality* berserta indikatornya



Gambar 4. Analisis Kuadran IPA variabel *service interaction quality*

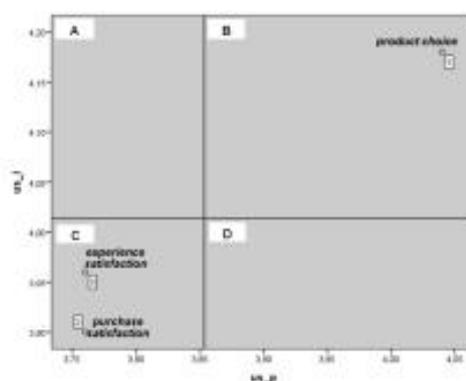
d. *User Satisfaction*

Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif, keseluruhan indikator pada variabel *user satisfaction* berada dalam kategori tinggi yaitu 77.7% pada tingkat kinerja dan 80.26% pada tingkat kepentingan. Nilai tingkat kesesuaian dari variabel *user satisfaction* masih belum sesuai dengan yang diharapkan pengguna karena memiliki nilai kurang dari 100%. Nilai tingkat kesenjangan masih bernilai negatif. Dari hasil analisis tingkat kesesuaian dan kesenjangan dari variabel *user satisfaction* dapat dikatakan bahwa kinerja marketplace ABC.com masih belum sesuai dengan harapan dari sisi pengguna.

Berdasarkan analisis IPA, indikator *product choice* berada pada kuadran B (*keep up the good work*/pertahankan prestasi) sehingga tidak diperlukan perbaikan kualitas dan pihak ABC.com dapat mempertahankan prestasi kinerja yang telah dicapai sebagai atribut penunjang kepuasan pelanggan. Indikator *purchase satisfaction* berada pada kuadran C (*low priority*/prioritas rendah). Rekomendasi yang dapat diberikan pada indikator

ini adalah pihak Blanja.com dapat memperhatikan kualitas dan ketersediaan produk; memiliki harga yang bersaing dan metode pembayaran yang beragam sehingga memudahkan pengguna serta pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Berdasarkan analisis IPA, Indikator *experience satisfaction* berada pada kuadran C (*low priority*/prioritas rendah). Rekomendasi yang dapat diberikan pada indikator ini adalah pihak ABC.com dapat memperhatikan kualitas dan ketersediaan produk; memiliki harga yang bersaing dan metode pembayaran yang beragam sehingga memudahkan pengguna serta pelayanan yang baik kepada pelanggan. Analisis kuadran IPA variabel *user satisfaction* dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Analisis Kuadran IPA variabel *user satisfaction*

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas website Blanja dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: variabel yang memiliki prioritas untuk dilakukan perbaikan adalah variabel *service interaction quality* dengan indikator *transaction and information security*. Selanjutnya prioritas terletak pada kuadran C (*low priority*/prioritas rendah), apabila pengguna menganggap indikator kuadran C ini penting karena faktor-faktor eksternal maka pihak ABC.com dipastikan harus melakukan perbaikan terhadap indikator-indikator tersebut. Indikator pada level C antara lain *usability, information quality, timeliness, serta personalization and communication.*

PUSTAKA

Akdon & Riduwan. 2005. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
Barnes, S.J & Vidgen, R.T. 2002. An Integrative Approach to the Assessment of E-Commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research, III*, p.114-27.
Budi, R.F. 2013. Pengaruh Kualitas Web terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Google Scholar (Studi pada Mahasiswa UNAIR

- sebagai Penunjang Kegiatan Akademis).
Universitas Airlangga.
- Hasibuan, Z.A. 2012. *Metodologi Penelitian pada Bidang Ilmu Komputer dan Teknologi Informas, Konsep, Metode, Teknik dan Aplikasi*. Depok: Fasilkom Universitas Indonesia
- Hyejeong, Kim & Niehm, L.S. 2009. The Impact of Website Quality on Information Quality, Value, and Loyalty Intentions in Apparel Retailing. *Journal of Interactive Marketing*, 23, p. 221-133
- Jain, K. Bhakar, S. & Bhakar, S. 2014. Effect of Communication and Personalization on Loyalty with Trust as Mediating Variable. *Prestige International Journal of Management & IT-Sanchayan*. 3(1), p. 1-14
- Recker, J., 2012. *Scientific Research in Information Systems A Beginner's Guide*. Queensland: Springer
- Garage, Ruby. 2014. *How To Improve Website Speed by Optimizing Front-End*.
- Supranto, J.. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.