

Tugas Makalah E-Bisnis (R) Kamis,17.00-19.15

**“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan
Konsumen dalam Berbelanja Online Menggunakan Shopee”**



Nama : Ari Nuraeni

NBI : 1211800206

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

2020

Latar Belakang

Kepuasan konsumen adalah suatu kegiatan penilaian yang dilakukan oleh setiap konsumen yaitu dengan cara membandingkan antara suatu kondisi yang sudah ada dengan suatu kondisi yang diharapkan oleh setiap konsumen. Mengapa demikian, sebab jika suatu perusahaan mampu memberikan produk yang sesuai ekspektasi pelanggan maka pelanggan tersebut akan merasa puas atau suka terhadap produk yang diinginkannya. Dalam makalah ini saya akan membahas tentang kepuasan konsumen dalam berbelanja online menggunakan shopee. Shopee adalah suatu situs e-commerce atau tempat untuk berbelanja online dengan mudah karena setiap konsumen dapat menggunakan situs shopee melalui smartphonenya. Shopee didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009, situs shopee ini pertama kali diluncurkan di Singapura tahun 2015 lalu sejak saat itu memperluas jaringannya ke berbagai negara. Era digital adalah suatu masa dimana semua manusia dapat saling berkomunikasi atdengan jarak dekat maupun jauh. Kita dapat mengetahui sebuah informasi dengan cepat. Era digital ini bisa disebut juga dengan globalisasi. Pengertian dari globalisasi sendiri adalah suatu proses yang mengalami pembauran dari satu negara ke negara yang lain. Pengaruh dari globalisasi ini seperti, kemajuan transportasi dan teknologi. Dalam hidup sehari-hari, pemakaian teknologi komputer tidak dapat dihindari. Demikian pula pada kemampuan komunikasi antara satu bidang dengan yang lainnya di tempat yang berbeda (terpisah pada jarak yang jauh) merupakan salah satu ciri era globalisasi mendatang. Selain teknologi komputer ada juga kemajuan teknologi lainnya ialah “Gadget” atau handphone. Handphone adalah suatu alat komunikasi yang memiliki jaringan telepon dan internet tanpa perlu disambungkan kabel. Kebanyakan setiap orang saat ini, mampu mengoperasikan handphonenya dengan saling bercakap-cakap melalui sosial media, bahkan ada juga yang berjualan online atau E-Marketplace. E-Marketplace adalah suatu tempat pasar online untuk terjadinya jual beli. Ketika E-Marketplace ini beroperasi di pasar online, pasti adanya suatu transaksi jual beli yang dilakukan oleh konsumen. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja online menggunakan shopee, yaitu salah satunya ialah kualitas produk yang terpercaya.

Kajian Pustaka

Kualitas Produk

Menurut Kotler and Armstrong-2008, kualitas produk adalah suatu keahlian dalam menerapkan berbagai strategi untuk mengalahkan pesaing. Suatu definisi kualitas yang paling sederhana, namun menangkap pemikiran mutakhir dalam suatu bisnis, mendefinisikan kualitas sebagai “kesesuaian dengan spesifikasi pelanggan” Ide dasarnya, kualitas bukanlah memenuhi sejumlah kriteria yang diterapkan perusahaan, sebaliknya kualitas adalah memenuhi kriteria yang ditetapkan pelanggan. Kunci untuk menggapai kualitas ini adalah mengetahui siapa pelanggan kita dan apa yang mereka inginkan.

Berikut ini adalah dimensi kualitas produk menurut para Ahli : Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd, terdiri dari :

1. Kinerja yaitu berhubungan dengan fitur pembeda (karakteristik) dari suatu operasi dasar dari sebuah produk.
2. Daya tahan, yang berarti umur suatu produk tersebut berapa lama mampu bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu suatu produk yang tidak ditemukannya cacat/rusak
4. Fitur adalah karakteristik produk yang di design untuk membuat para konsumen tertarik terhadap produk tersebut.
5. Realibitas adalah suatu peluang produk yang akan dipasarkan dengan memuaskan atau tidak dalam suatu periode waktu tertentu.
6. Kesan Kualitas adalah hasil pengukuran dari penggunaan para konsumen yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung karena ada beberapa kemungkinan bahwa konsumen tersebut tidak tahu atau kurangnya informasi atas produk tersebut.

Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono, Kualitas jasa adalah suatu tindakan penafsiran informasi jasa oleh pelanggan atau konsumen. Sebuah kualitas jasa akan dinilai dan dirasakan oleh pelanggan berdasarkan apa yang sesuai dalam pikiran/benak konsumen. Apabila sebuah layanan tersebut, kurang memuaskan seorang konsumen maka konsumen tersebut akan berpindah ke penyedia jasa yang lain. Para konsumen akan mencari penyedia jasa yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan terutama memberikan layanan yang lebih baik.

Ada 5 dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, yaitu :

1. Bukti Fisik yaitu suatu elemen yang menunjukkan pelayanan secara fisik yang meliputi fasilitas fisik, lokasi, perlengkapan, dan peralatan teknologi yang dipergunakan.
2. Keandalan yaitu suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang telah dijanjikan dan tepat. Misalnya : Ketepatan waktu, pelayanan yang sama ke semua pelanggan, sikap simpatik.
3. Ketanggapan adalah kemauan dari diri sendiri untuk membantu dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan informasi yang jelas kepada pelanggan tersebut.
4. Jaminan/asuransi yaitu suatu keahlian untuk menciptakan rasa kepercayaan dan keyakinan pada diri pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati adalah suatu sikap yang menekankan pada konsumen untuk memiliki rasa peduli, memiliki pengertian dan kebutuhan spesifik terhadap pelanggan.

Pembahasan

1. Kepuasan Konsumen

Keputusan konsumen menggambarkan sejauh mana harapan pelanggan mampu terpenuhi, baik dari kualitas produk, pelayanan, dan harga yang diterima oleh konsumen. Tingkat harga yang ditetapkan di sebuah produk juga dapat menambah minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Tingkat harga dalam shopee yang bervariasi membuat konsumen memiliki kebebasan untuk memilih-milih produk yang diinginkannya. Di dalam belanja online Shopee memiliki tingkat harga yang bervariasi dan pastinya dapat dijangkau oleh semua pihak. Potongan harga juga merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli suatu produk dan juga dapat meningkatkan penjualan. Hal tersebut bisa langsung dilihat pada situs Shopee, maka akan terdapat potongan-potongan harga bahkan ada yang 0 rupiah kepada konsumen-konsumen yang berbelanja di Shopee.

Kepuasan Pelanggan menurut Oliver dalam Tandon et al-2018 dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah faktor utama atau penting untuk memahami bagaimana kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi.

Menurut Zeithaml dan Bitner, mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi tidak sesuainya antara harapan dan kinerja aktual jasa. Lalu menurut Duka, terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan pelanggan secara universal, yaitu :

1. Atribut yang terkait dengan produk adalah dimensi kepuasan yang berkaitan dengan produk seperti kemampuan produk menetapkan kepuasan.
2. Atribut yang terkait dengan pelayanan yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan pelayanan. Misalnya dengan sebuah garansi yang dijanjikan.
3. Atribut yang berkaitan dengan pembelian yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan keputusan seorang konsumen untuk membeli atau tidaknya dari produsen

Ada 5 kepuasan konsumen yaitu berdasarkan :

1. Kualitas produk
2. Kualitas pelayanan
3. Emosional
4. Harga
5. Biaya dan kemudahan

1. Kualitas produk merupakan faktor yang sangat penting dalam membuat atau menciptakan produk. Produk yang memiliki kualitas yang sangat bagus atau tinggi akan membuat konsumen tersebut puas saat melakukan transaksi jual beli online pada shopee.
2. Kualitas pelayanan adalah faktor yang mendukung keberhasilan suatu perusahaan. Suatu pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa diperhatikan. Seperti kesopanan dalam membalas pesan customer pada shopee, barang yang dipesan memiliki kualitas yang baik.
3. Emosional seseorang dapat timbul ketika kebutuhan mereka terpenuhi. Perasaan-perasaan itu timbul ketika konsumen melakukan pembelian lalu menerima pesanan tersebut sesuai tanpa adanya kerusakan. Apabila ada kepuasan dalam diri seorang konsumen, pasti konsumen tersebut akan memesan dan membeli produk itu lagi.
4. Harga merupakan suatu faktor yang paling sering dilihat oleh konsumen pada saat membeli produk. Konsumen akan lebih memilih dan membeli produk yang memiliki harga murah namun tidak mengurangi kualitasnya.
5. Biaya dan kemudahan pada saat membeli produk juga diperhatikan oleh konsumen. Misalnya saja, ada potongan harga (discount sale). Dari harga 200.000 mendapat potongan 20% menjadi 160.000 dan contoh kemudahan ialah bisa membayar di tempat (COD) jadi tidak perlu mentransfer uang kita pada toko online tersebut.

2. Harga

Harga adalah suatu unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya hanya merupakan unsur biaya saja. Sebuah harga akan mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan yang dicapai oleh suatu perusahaan. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan besarnya keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari suatu penjualan. Pada shopee belanja produk online menawarkan harga yang sangat mudah dijangkau oleh para konsumen. Mulai dari promo yang besar-besaran, sehingga ada juga yang 0 rupiah, selain itu ada juga yang gratis ongkos pengiriman. Di Shopee juga memiliki fitur pembayaran yang beraneka macam, ada pembayaran via shopee pay, transfer melalui rekening bank, dan yang baru saat ini ialah COD atau bayar ditempat. Tingkatan harga juga memiliki suatu nilai untuk mendapatkan suatu produk kepada konsumen, suatu perusahaan akan memberikan harga

yang sesuai dengan produk yang dijual. Suatu harga yang dibedakan, ialah dari jauh dekatnya pengiriman tersebut. Apabila lokasi pengiriman tersebut jauh, maka biaya yang dikeluarkan pun juga besar.

3. Tingkat Harga

Dalam tingkat harga ini, menurut Swastha – 2000:2001, ada faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga, yaitu :

1. Keadaan pemerintah sangat berpengaruh pada tingkat harga yang berlaku. Kondisi saat resesi maka jumlah konsumen untuk pembelian akan menurun karena menurunnya nilai tukar uang. Masyarakat akan memiliki pertimbangan penuh dalam membeli sebuah produk.
2. Penawaran permintaan, sebagai seorang konsumen apabila ada penawaran suatu produk dengan harga mahal tentunya sedikit jumlah volume penjualan yang terjual, dan apabila suatu produk dengan harga murah tentunya semakin banyak jumlah volume penjualannya. Penawaran terjadi ketika jumlah suatu produk yang ditawarkan perusahaan ke pasar dengan harga bervariasi atau bermacam-macam dalam waktu periode tertentu.
3. Elastisitas permintaan akan mempengaruhi keputusan manajemen untuk menaikkan atau menurunkan harga jual produk.
4. Persaingan yang ketat antar belanja online di era digital ini dapat mempengaruhi tingkat harga suatu produk.
5. Biaya merupakan dasar dalam penentuan tingkat harga. Karena suatu tingkat harga tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian.
6. Tujuan perusahaan memiliki penetapan harga untuk tujuan-tujuan yang akan dicapai.
7. Pengawasan pemerintah merupakan faktor penting dalam penentuan harga, sebab untuk mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

4. Fungsi produk

Seorang konsumen apabila membeli sebuah produk, maka ia memiliki sebuah harapan bagaimana sebuah produk tersebut dapat berfungsi. Menurut Kotler fungsi produk, sebagai berikut :

1. Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan sama juga disebut dengan diskonfirmasi positif. Apabila ini terjadi maka konsumen akan merasa puas.
2. Produk berfungsi seperti apa yang diharapkan, ini bisa juga disebut konfrimasi sederhana. Jika ini terjadi maka konsumen akan merasa puas.
3. Produk yang memiliki fungsi yang lebih buruk dari apa yang diharapkan. Ini disebut dengan diskonfirmasi negatif. Apabila suatu produk yang memiliki fungsi buruk, maka akan terjadi rasa kecewa yang dirasakan oleh konsumen sehingga merasa tidak puas.

5. Keunggulan Shopee

Dari hasil survey tahun 2017, situs belanja online Shopee menjadi tervaforit pertama di Indonesia di kalangan masyarakat khususnya para ibu-ibu. Pada tahun 2018-2019 situs Shopee paling unggul dari tokopedia, bukalapak, lazada. Hal ini disebabkan, karena Shopee memiliki keunggulan dibandingkan toko online yang lainnya sehingga dapat bersaing dengan pesaingnya.

Berikut ini adalah keunggulan shopee :

1. Keunggulan dari situs belanja online Shopee dilengkapi dengan direct message antara penjual dan konsumen.
2. Shopee memiliki tawaran promo yang menarik disetiap akhir bulannya.
3. Bisa menjadi reseller atau menjual suatu produk itu sendiri
4. Adanya cara pembayaran bermacam-macam, seperti : Membayar di Indomaret, Alfamart, atau bisa mengisi saldo Shopee pay lalu dengan otomatis kepotong saldo tersebut, ada juga COD (bayar ditempat)
5. Shopee memiliki fitur yang memiliki gratis ongkos kirim
6. Shopee memiliki program yang sangat menarik untuk diikuti, dan tentunya banyaknya hadiah didalam program tersebut.

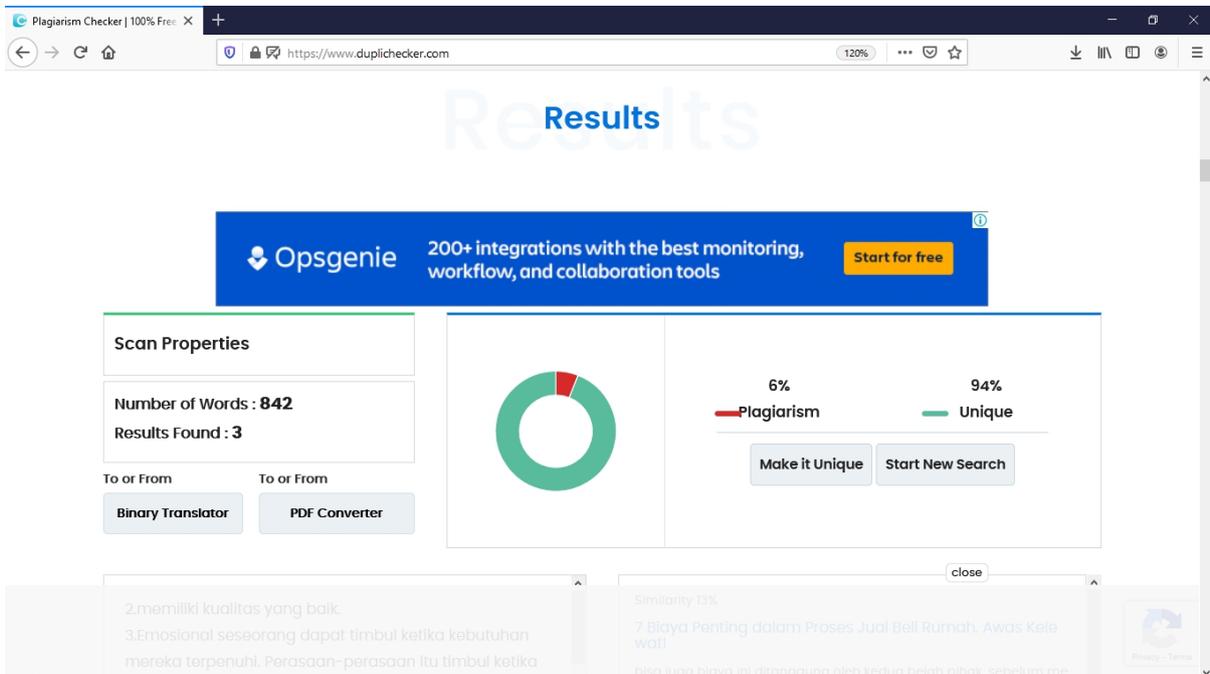
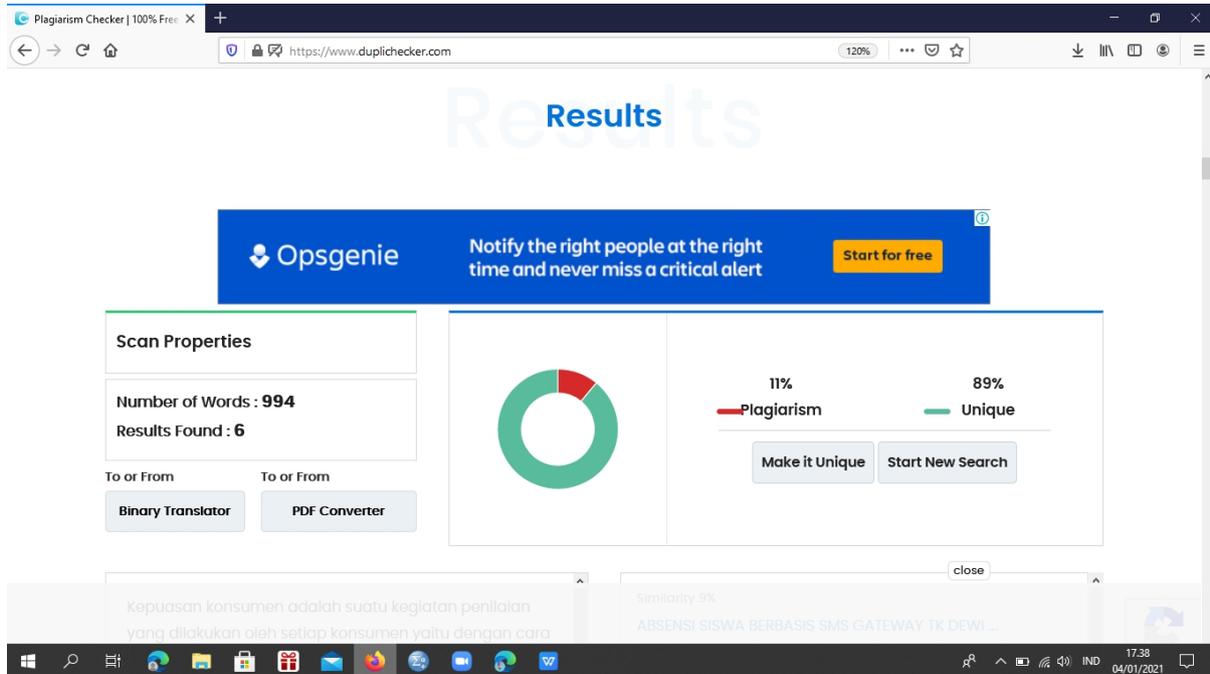
Kesimpulan

Jadi era digital masa kini atau revolusi industri 4.0 ini harus kita akui dengan hadirnya teknologi digital mampu memberikan fasilitas-fasilitas untuk kemajuan masyarakat Indonesia. Hal ini sangat didukung dengan perhatian penuh dari masyarakat Indonesia dengan dihidirkannya teknologi digital, salah satunya smartphone bisa menjadi untuk sebuah alasan utama masyarakat dengan cepat dalam bersosialisasi. Pada suatu market place, dibutuhkannya antara seller atau penjual dengan customer atau konsumen untuk bertransaksi jual beli. Pasar online mampu memberikan informasi berbagai macam produk untuk ditawarkan, dan dijual tentu menggunakan jaringan internet untuk menikmati fitur-fitur yang ada didalamnya itu. Seorang pengusaha harus mengerti akan indikator kepuasan pelanggan, sebab ini sangat penting agar bisnis tersebut berjalan dengan baik. Apabila seorang konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli, maka kemungkinan akan menjadi konsumen yang setia. Adapun pengaruh kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk dan jasa, kualitas layanan, harga. Sebagai pasar online Shopee akan menjaga dan menerapkan strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Lampiran

Hasil Pemeriksaan Plagiarisme

Pemeriksaan melalui <https://www.duplichecker.com/>



Daftar Pustaka

Supangat Supangat, Anis Rahmawati Amna, 2020, Journal of Community Service Consortium 1 (01), Absensi Siswa Berbasis Sms Gateway TK Dewi Sartika Pakal-Benowo

Elly Rasmikayati, Bobby Rachmat Saefudin, Tuti Karyani, Kuswarini Kusno, Riky Rizkiansyah , Januari 2020, Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis

Jurnal keuangan & bisnis Volume 2 No.1, Maret 2010, Dita Amanah

Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia 3 (1), 2012, Basrah Saidani, Samsul Arifin

widya Sastika, 2018, IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial dan Humaniora 2(2)

Basrah Saidani, 2019, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, (JRMSI) – Vol. 10, No. 2