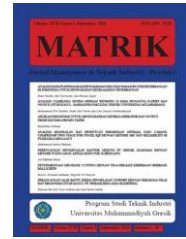




MATRIK

Jurnal Manajemen dan Teknik Industri-Produksi

Journal homepage: <http://www.journal.umg.ac.id/index.php/matriks>



Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan *Online Food Delivery* dengan Menggunakan *Pieces Framework* dan *Importance Performance Analysis*

Lucia Andriani Pranita¹, Aisyah Larasati^{2*}, Abdul Muid³

Departemen Teknik Mesin dan Industri – Universitas Negeri Malang
Jl. Semarang No.5, Malang 65145, Jawa Timur, Indonesia

aisyah.larasati.ft@um.ac.id

* corresponding author

INFO ARTIKEL

doi: 10.350587/Matrik
v24i1.5593

Jejak Artikel :

Upload

09 Mei 2023

Revisi

11 Agustus 2023

Publish

30 September 2023

Kata Kunci :

kualitas layanan, e-commerce, PIECES Framework, Importance Performance Analysis, kepuasan konsumen.

ABSTRAK

Dunia industri saat ini berkembang sangat pesat dalam bidang teknologi maupun inovasi, seperti pada online food delivery. Salah satu online food delivery yang memimpin pasar industri Indonesia saat ini yaitu Shopee Food. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi atribut yang masih kurang optimal menurut pelanggan dan memperbaikinya berdasarkan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode yang digunakan adalah PIECES Framework dan Importance Performance Analysis menggunakan 6 variabel PIECES. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada analisis PIECES nilai gap sebesar 0,39 (negatif), dan tingkat kesesuaian dengan nilai sebesar 91%. Hal ini mengindikasikan adanya perbedaan nilai antara harapan pengguna layanan Shopee Food dan performansi layanan Shopee yang diterima oleh pengguna. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua atribut layanan masih perlu diperbaiki kualitasnya karena gap bernilai negatif dan tingkat kesesuaian belum mencapai 100%. Atribut yang terletak pada kuadran I merupakan atribut prioritas pertama untuk diperbaiki, yaitu atribut C1, atribut C2, atribut C3, atribut S1, atribut S2, dan atribut S3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi Shopee Food untuk melakukan perbaikan berdasarkan urutan prioritas atribut.



1. Pendahuluan

Industri saat ini berkembang sangat pesat di bidang teknologi dan inovasi, salah satunya sistem perdagangan *online* atau *e-commerce*. Dalam lima tahun terakhir ini, bisnis *e-commerce* di Indonesia bersaing cukup ketat antar perusahaan *e-commerce*. Industri *e-commerce* di Indonesia berkembang pesat dengan adanya pertumbuhan nilai perdagangan elektronik mencapai 78 % dan menempati peringkat pertama [1]. Di antara berbagai kategori produk yang ditawarkan dan dipasarkan secara *online* oleh *e-commerce*, kategori *online food delivery* merupakan salah satu usaha *e-commerce* yang banyak dimanfaatkan oleh konsumen, terutama di area kota metropolitan. Hasil survei digital yang dilakukan oleh Snapcart Indonesia [2], menunjukkan bahwa *Shopee Food* adalah salah satu dari 3 perusahaan pengiriman makanan *online* teratas di pasar industri di Indonesia. *Shopee* merupakan salah satu bisnis *e-commerce* yang bergerak dalam bidang jual beli *online* dan mulai mengembangkan bisnisnya dalam *online food delivery* atau disebut *Shopee Food*.

Kualitas layanan merupakan harapan konsumen yang telah terpenuhi secara konsisten atau dapat melampaui dari ekspektasi konsumen [3]. Setiap perusahaan, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa, berusaha melakukan usaha pemasaran yang berperan sebagai bagian untuk meningkatkan daya saing dalam hal kualitas layanan. Kualitas layanan memiliki peranan penting dalam suatu perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan persaingan dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan persepsi konsumen dalam memenuhi ekspektasi konsumen terhadap kinerja produk maupun jasa yang digunakan [4]. Kepuasan pelanggan atau konsumen akan berhasil jika konsumen merasa puas dengan harapan yang terpenuhi. Dalam melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan perusahaan adapun beberapa metode yang dapat digunakan, diantaranya yaitu *PIECES*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, *E-Servqual* dan *End User Computing Satisfaction (EUCS)*.

Penelitian ini menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan *Shopee Food* menggunakan kombinasi dua metode,

yaitu *PIECES Framework* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Pada penelitian ini, *PIECES Framework* digunakan untuk menganalisis kualitas layanan yang telah diberikan oleh *Shopee Food* dengan cara mengevaluasi ekspektasi atau harapan konsumen terhadap layanan *Shopee Food*. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian [5], *PIECES Framework* juga digunakan untuk menganalisis suatu sistem dengan memperoleh pokok permasalahan yang lebih spesifik dengan menggunakan 6 variabel sebagai tolak ukur survei yang akan diajukan, yaitu *Performance*, *Information*, *Economics*, *Control*, *Efficiency*, dan *Service*. *Importance Performance Analysis* memiliki kemampuan untuk menentukan atribut yang memerlukan perbaikan atau untuk menghemat biaya tanpa merugikan secara signifikan terhadap kualitas keseluruhan dalam pengukuran kualitas dari suatu produk atau layanan [6]. Kelebihan dari *Importance performance Analysis (IPA)* dibandingkan metode lain [7], yaitu dapat menunjukkan atribut dari produk atau jasa yang masih perlu perbaikan berdasarkan pada perspektif pengguna untuk dapat menjaga tingkat kepuasan pengguna atau konsumen dengan skala yang relatif mudah dimengerti, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, serta membutuhkan biaya yang rendah. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan *online delivery food* pada *Shopee Food* menggunakan analisis gap antara harapan konsumen dengan layanan yang telah diberikan oleh *Shopee Food*, mengidentifikasi atribut dari variabel berdasarkan *PIECES Framework* yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan terhadap kepuasan konsumen *online delivery food* pada *Shopee Food* menggunakan *Importance Performance Analysis*, serta untuk menyusun rekomendasi yang perlu diterapkan untuk perbaikan kualitas layanan *online delivery food* pada *Shopee Food* sehingga perusahaan dapat memenuhi kepuasan konsumen dengan memperbaiki kualitas layanan berdasarkan rekomendasi yang telah ada.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat harapan (kepentingan) dan kinerja pada kualitas layanan *online food delivery* yaitu

Shopee Food berdasarkan kepuasan konsumen. Tahapan awal pada penelitian dimulai dengan pendahuluan yaitu mendefinisikan permasalahan pada latar belakang dan menentukan tujuan pada penelitian. Dimana tujuan dari penelitian ini merupakan hasil dari identifikasi masalah, dimana rumusan masalah yang dimaksud adalah analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan *online food delivery* pada *Shopee Food* menggunakan analisis gap dan tingkat kesesuaian berdasarkan *PIECES Framework*, analisis atribut variabel *PIECES* yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan terhadap kepuasan konsumen *online food delivery* pada *Shopee Food* berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) serta dapat menyusun rekomendasi untuk perbaikan kualitas layanan *online food delivery* pada *Shopee Food*.

Tahapan selanjutnya adalah menentukan jumlah populasi maupun sampel pada penelitian yang akan digunakan, yaitu pengguna atau konsumen pada layanan *online delivery food Shopee Food*. Sampel dipilih dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, *accidental sampling*, dimana sampel dipilih berdasar yang kebetulan atau tersedia tergantung pada konteks penelitian sehingga peneliti dapat menggunakan sampel untuk mewakili informasi yang diinginkan [8]. Dalam suatu penelitian jika penentuan jumlah sampel minimum yang diperlukan tidak diketahui jumlahnya, maka dapat menggunakan rumus untuk mengetahui jumlah sampel yakni dengan rumus Lemeshow.

$$N = \frac{\left(\frac{Z_{\alpha}}{2}\right)^2 p \cdot q}{d^2} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

- N = Jumlah sampel minimum yang dibutuhkan
- $\frac{Z_{\alpha}}{2}$ = Nilai distribusi normal ($\alpha = 0,05$)
- p = Proporsi yang benar dalam populasi
- q = 1-p (proporsi yang kurang tepat dalam populasi)
- d = Tingkat kesalahan

Pada penelitian ini sampel yang diperoleh yakni sebanyak 40 responden, dimana terdapat 2 responden yang tidak memenuhi kriteria sehingga nilai N atau jumlah sampel minimum yang didapatkan 73 responden, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$N = \frac{\left(\frac{Z_{\alpha}}{2}\right)^2 p \cdot q}{d^2}$$

$$N = \frac{(1,96)^2(0,95)(0,05)}{(0,05)^2}$$

$$N = 72,9904$$

$$= 73 \text{ responden}$$

Setelah mendapatkan nilai sampel minimum, responden secara keseluruhan atau populasi yang diperoleh sebanyak 251 responden yang digunakan pada penelitian ini. Setelah melakukan tahapan penentuan populasi dan sampel penelitian, tahap selanjutnya yaitu penyusunan instrumen tingkat kepentingan (harapan pengguna) dan kinerja pada kualitas layanan *online delivery food* yaitu *Shopee Food* berdasarkan kepuasan konsumen dengan 6 variabel *PIECES* pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Atribut	Indikator Variabel	Keterangan
1.	<i>Performance</i>	P1	1. Dapat diakses dengan mudah saat digunakan.	Penilaian prosedur untuk melihat seberapa cepat atau handal <i>e-commerce</i> berproses dalam tujuan yang diinginkan.
		P2	2. Melakukan respon instruksi cepat.	
		P3	3. Memuat halaman dengan cepat.	
		P4	4. Dapat memberikan layanan pengaduan dengan cepat dan tepat waktu.	
2.	<i>Information</i>	I1	5. Situs memberikan informasi yang mudah dipahami.	Menilai prosedur pada situs bahwa informasi yang disajikan memiliki nilai yang berguna sehingga menjadi lebih baik.
		I2	6. Situs memberikan informasi yang detail dan tepat.	
		I3	7. Situs menyediakan informasi dan data yang dipercaya.	
		I4	8. Situs menyediakan informasi seputar promo yang ditawarkan.	
3.	<i>Economics</i>	E1	9. Penggunaan <i>e-commerce</i> membuat pekerjaan menjadi lebih mudah.	Menilai suatu prosedur <i>e-commerce</i> supaya dapat meningkatkan manfaat dan nilai gunanya.
		E2	10. Penggunaan <i>e-commerce</i> menghemat biaya operasional.	
		E3	11. Penggunaan <i>e-commerce</i> mempercepat penyelesaian pekerjaan.	
		E4	12. Penggunaan <i>e-commerce</i> memberikan banyak promo.	
4.	<i>Control</i>	C1	13. <i>E-commerce</i> tidak pernah terjadi <i>error</i> .	Penilaian prosedur pada <i>e-commerce food delivery</i> dalam pengendalian meningkatkan kualitas untuk mendeteksi kesalahan serta menjaga data privasi pengguna.
		C2	14. Daftar transaksi pengguna aman dan terlindungi.	
		C3	15. Data pribadi pengguna aman dan terlindungi.	
		C4	16. <i>E-commerce</i> mampu memberikan rasa kepercayaan.	
5.	<i>Efficiency</i>	EF1	17. <i>E-commerce</i> dalam proses pencarian yang dibutuhkan diakses dengan mudah.	Penilaian prosedur <i>e-commerce</i> untuk tercapainya peningkatan sistem operasi yang efisien.
		EF2	18. Menu dalam <i>e-commerce</i> dapat diakses dengan mudah.	
		EF3	19. Fitur <i>chat</i> dan <i>call</i> dalam layanan dapat diakses dengan mudah.	
		EF4	20. Pemesanan dalam <i>e-commerce</i> dapat diakses dengan mudah.	
6.	<i>Service</i>	S1	21. <i>E-commerce</i> memiliki layanan pelanggan yang dapat diakses secara <i>online</i> .	Penilaian prosedur kemampuan <i>e-commerce</i> dalam peningkatan kualitas layanan untuk menjadi lebih baik.
		S2	22. <i>Customer service</i> memberikan tanggapan secara cepat pada layanan <i>E-commerce</i>	
		S3	23. Pemesanan produk pada <i>e-commerce</i> dapat dipenuhi sesuai janji yang diberikan.	
		S4	24. Waktu yang relatif singkat dalam proses pemesanan.	

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Setelah melakukan tahapan penyusunan instrumen dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner pada tahap awal, dimana jawaban dari responden akan dijadikan sebagai sampel penelitian. Kuesioner akan disebar kepada pengguna layanan *online delivery food* pada *Shopee Food* melalui sosial media seperti WhatsApp, Twitter, dan Instagram. Penyebaran kuesioner ini menggunakan pamflet dan link yang sudah dibuat melalui *Google Form* berdasarkan indikator variabel penelitian. Kuesioner pada penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert ganjil yang disusun dengan skala 1-5, dengan penjelasan sebagai berikut [9]:

- penilaian persepsi sangat tidak puas dan sangat tidak penting skor 1,
- penilaian persepsi tidak puas dan tidak penting diberikan skor 2,
- penilaian persepsi cukup puas dan cukup penting diberikan skor 3,
- penilaian persepsi puas dan penting diberikan skor 4,
- penilaian persepsi sangat puas dan sangat penting diberikan skor 5.

Kuesioner ini disediakan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh *Shopee Food* dari sudut pandang konsumen. Setelah kuesioner disebar maka akan dilakukan pengumpulan data pada tahap awal.

Tahap selanjutnya adalah uji validitas maupun uji reliabilitas. Peneliti akan menyusun ulang kuesioner pada penyusunan instrumen, jika hasil yang didapatkan tidak valid maupun tidak reliabel. Data yang diperoleh akan dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan data akan dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, [10] [11] maka dapat dilanjutkan ke tahapan berikutnya. Tahap selanjutnya yaitu pengolahan data. Sebelum masuk pada pengolahan data secara keseluruhan, kuesioner akan disebar ulang untuk tahap akhir, dimana jawaban dari responden ini yang akan dianalisis dalam tahapan pengolahan data. Analisis data menggunakan analisis *gap* dan nilai tingkat kesesuaian berdasarkan *PIECES Framework* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Analisis *gap* digunakan untuk mengetahui adanya kesenjangan antara harapan konsumen dengan layanan yang diberikan oleh *Shopee Food* serta untuk mengukur kepuasan

konsumen terhadap kinerja layanan pada *Shopee Food*. Selanjutnya dilakukan analisis pada tingkat kesesuaian yang digunakan untuk menentukan adanya kesesuaian antara harapan pengguna dengan layanan yang diberikan oleh *Shopee Food*, serta untuk mengetahui tingkat pelaksanaan kualitas layanan pada *Shopee Food*. Sehingga akan dihasilkan suatu perhitungan terkait tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari layanan *Shopee Food* yang telah diberikan. Sedangkan pada metode IPA bertujuan untuk pengukuran tingkat kepuasan layanan pada *online food delivery Shopee Food* di Indonesia yang selanjutnya akan masuk pada 4 kuadran pemetaan diagram kartesius. Dimana hasil pemetaan 4 kuadran tersebut akan menunjukkan atribut yang perlu dipertahankan dan memerlukan perbaikan serta peningkatan.

Setelah melakukan analisis dengan kedua metode yaitu *PIECES Framework* dan *Importance Performance Analysis* (IPA), selanjutnya melakukan interpretasi hasil pada penelitian. Tahapan selanjutnya yaitu melakukan kesimpulan secara keseluruhan dalam penelitian ini mengenai kualitas layanan *online delivery food* pada *Shopee Food* berdasarkan kepuasan konsumen melalui *PIECES Framework* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Tahapan terakhir adalah memberikan saran mengenai penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Analisis Kualitas Layanan dengan Gap dan Tingkat Kesesuaian Berdasarkan PIECES Framework

Analisis kualitas layanan pada *e-commerce Shopee Food* di Indonesia berdasarkan kepuasan konsumen dilakukan dengan melihat adanya kesenjangan yang terjadi pada kualitas layanan *Shopee Food* berdasarkan variabel *PIECES* yang telah digunakan.

$$\text{Skor Gap (Qi)} = \text{Skor persepsi (Pi)} - \text{Skor ekspektasi (Li)} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

- Qi = Tingkat kesenjangan
- Pi = Hasil penilaian kinerja
- Li = Hasil penilaian harapan

Nilai *gap* merupakan nilai selisih antara nilai rata-rata kinerja pada layanan *Shopee Food*



dengan nilai rata-rata kepentingan dari harapan konsumen, seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Nilai Gap pada Variabel PIECES

Variabel	Kode	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Gap
<i>Performance</i>	P	4,02	4,42	-0,40
<i>Information</i>	I	4,16	4,43	-0,27
<i>Economics</i>	E	4,29	4,49	-0,20
<i>Control</i>	C	3,99	4,62	-0,63
<i>Efficiency</i>	EF	4,22	4,43	-0,21
<i>Service</i>	S	3,88	4,51	-0,63
Rata-rata		4,09	4,48	-0,39

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Hasil nilai gap pada variabel *PIECES* berdasarkan Tabel 2, nilai gap terbesar yang dihasilkan yaitu pada variabel *control* dan *service* dengan nilai sebesar 0,63 (negatif). Hasil rata-rata nilai gap pada variabel *PIECES* diperoleh nilai sebesar 0,39 (negatif), yang dapat dikatakan bahwa nilai gap pada variabel *PIECES* memiliki nilai tingkat kinerja lebih rendah daripada nilai tingkat kepentingan. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai gap secara keseluruhan pada variabel *PIECES* memiliki kesenjangan antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan atau dapat dikatakan terdapat kesenjangan antara ekspektasi konsumen terhadap layanan *Shopee Food* dengan kinerja layanan pada *Shopee Food*. Sehingga kualitas layanan yang telah diberikan secara keseluruhan pada variabel *PIECES* belum bisa memenuhi harapan atau ekspektasi dari konsumen layanan *Shopee Food* [12] [13].

Selain melihat dengan adanya kesenjangan yang terjadi pada kualitas layanan *Shopee Food*, selanjutnya yaitu melihat adanya tingkat kesesuaian.

$$Tk_i = \frac{x_i}{y_i} \times 100\% \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

- Tk_i = Tingkat kesesuaian responden
- X_i = Skor rata-rata tingkat kinerja
- Y_i = Skor rata-rata tingkat harapan

Tingkat kesesuaian merupakan perbandingan dari hasil antara rata-rata kinerja layanan *Shopee Food* dengan rata-rata tingkat kepentingan dari konsumen [14], seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Nilai Tingkat Kesesuaian pada Variabel PIECES

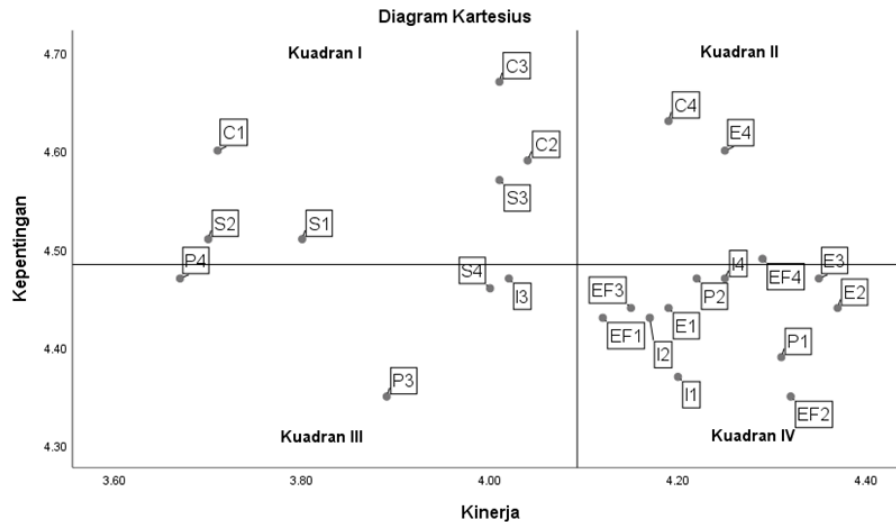
Variabel	Kode	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Tingkat Kesesuaian
<i>Performance</i>	P	4,02	4,42	91%
<i>Information</i>	I	4,16	4,43	94%
<i>Economics</i>	E	4,29	4,49	96%
<i>Control</i>	C	3,99	4,62	86%
<i>Efficiency</i>	EF	4,22	4,43	95%
<i>Service</i>	S	3,88	4,51	86%
Rata-rata		4,09	4,48	91%

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Hasil nilai tingkat kesesuaian pada variabel *PIECES* berdasarkan Tabel 3, persentase nilai tingkat kesesuaian terbesar yang dihasilkan yaitu pada variabel *economics* sebesar 96%. Hasil rata-rata persentase nilai tingkat kesesuaian pada variabel *PIECES* diperoleh nilai 91%, dapat diketahui bahwa tingkat kesesuaian secara keseluruhan pada variabel *PIECES* memiliki nilai kurang dari 100%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan *Shopee Food* masih belum sesuai dengan harapan atau ekspektasi dari pengguna atau konsumen layanan *Shopee Food*.

3.2 Analisis Kualitas Layanan Berdasarkan Importance Performance Analysis

Analisis kualitas layanan *Shopee Food* dengan *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan dengan menggunakan diagram kartesius 4 kuadran pada sumbu Y maupun sumbu X. Rata-rata pada tingkat kepentingan seluruh atribut variabel *PIECES* disajikan dalam sumbu Y sedangkan rata-rata kinerja pada seluruh atribut variabel *PIECES* disajikan dalam sumbu X [15]. Maka dari adanya perpotongan garis tengah antara sumbu X dan Y tersebut terbentuk pemetaan kuadran IPA yang telah terbagi menjadi 4. Pemetaan 4 kuadran dalam diagram kartesius dilakukan untuk dapat mengetahui sudah sejauh mana layanan yang telah diberikan *Shopee Food* serta berdasarkan hasil penilaian dari tingkat kinerja maupun tingkat kepentingan dari konsumen layanan *Shopee Food*, digunakan untuk melakukan perbaikan atau peningkatan pada kualitas atribut variabel *PIECES* [16]. Gambar 1 merupakan hasil pemetaan diagram kartesius yang dilakukan oleh peneliti.



Gambar 1. Pemetaan Diagram Kartesius
Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan Gambar 1, dapat dilihat hasil pemetaan diagram kartesius yang menunjukkan bahwa masing-masing atribut pada variabel PIECES terbagi menjadi 4 kuadran yaitu:

- a. Kuadran I, atau kuadran prioritas utama. Atribut-atribut yang terkait pada kuadran ini menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan [17], [18]. Atribut-atribut pada kuadran ini memiliki nilai tingkat kepentingan tinggi namun nilai tingkat kinerja rendah. Oleh sebab itu, atribut yang terkait dalam kuadran ini dianggap penting oleh konsumen, namun tidak diterapkan dengan benar oleh *Shopee Food*. Sehingga perlu dilakukan perbaikan sebaik mungkin supaya bisa meningkatkan kinerja layanan *Shopee Food* dan tercapainya kepuasan konsumen. Adapun 6 atribut yang berada pada kuadran I yaitu:
 - atribut C1 (*e-commerce* tidak pernah terjadi *error*),
 - atribut C2 (daftar transaksi pengguna aman dan terlindungi),
 - atribut C3 (data pribadi pengguna aman dan terlindungi),
 - atribut S1 (*e-commerce* menyediakan layanan pelanggan yang dapat diakses secara *online*),
 - atribut S2 (CS memberikan tanggapan secara cepat pada layanan *e-commerce*),
 - atribut S3 (pemesanan produk pada *e-commerce* dapat dipenuhi sesuai janji yang diperlukan).

- b. Kuadran II, atribut-atribut yang terkait pada kuadran ini dianggap penting oleh konsumen karena sudah dilaksanakan dengan baik oleh *Shopee Food* sehingga konsumen merasa puas. Kuadran ini memiliki nilai kinerja dan nilai kepentingan yang tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja layanan yang dimiliki sudah baik, sehingga kualitas kinerja *Shopee Food* perlu dipertahankan karena tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen relatif lebih tinggi [17], [18]. Adapun 3 atribut yang berada pada kuadran II yaitu:
 - atribut C4 (*e-commerce* mampu memberikan rasa kepercayaan),
 - atribut E4 (penggunaan *e-commerce* memberikan banyak promo),
 - atribut EF4 (pemesanan dalam *e-commerce* dapat diakses dengan mudah).
- c. Kuadran III, kuadran ini disebut kuadran prioritas rendah. Kuadran ini menunjukkan nilai tingkat kinerja maupun tingkat kepentingan yang masih rendah. Kinerja layanan perusahaan yang telah diberikan dalam atribut di kuadran ini kurang memuaskan serta konsumen menganggap atribut ini kurang penting, sehingga atribut-atribut yang terkait memiliki skala prioritas rendah dalam perbaikan sehingga masih menjadi pertimbangan untuk perbaikan [17], [18]. Adapun 4 atribut yang berada pada kuadran III yaitu:
 - atribut P3 (*e-commerce* memuat halaman dengan cepat),

- atribut P4 (*e-commerce* memberikan layanan pengaduan dengan cepat dan tepat waktu),
 - atribut I3 (*e-commerce* menyediakan informasi dan data yang dapat dipercaya),
 - atribut S4 (waktu yang relatif singkat dalam proses pemesanan).
- d. Kuadran IV, atribut yang terkait dalam kuadran ini dapat dipertahakan atau dapat dikatakan tidak memerlukan adanya perbaikan [17], [18]. Kuadran ini menunjukkan bahwa kinerja layanan yang diberikan sudah cukup baik namun atribut-atribut terkait memiliki nilai tingkat kepentingan yang rendah. Terdapat 11 atribut pada kuadran ini, yaitu sebagai berikut:
- atribut P1 (*e-commerce* dapat diakses dengan mudah saat digunakan),
 - atribut P2 (*e-commerce* melakukan respon instruksi dengan cepat),
 - atribut I1 (*e-commerce* menyediakan informasi yang mudah dimengerti),
 - atribut I2 (*e-commerce* menyediakan informasi yang detail dan tepat),
 - atribut I4 (*e-commerce* menyediakan informasi seputar promo yang ditawarkan),
 - atribut E1 (penggunaan *e-commerce* membuat pekerjaan lebih mudah),
 - atribut E2 (penggunaan *e-commerce* menghemat biaya operasional),
 - atribut E3 (penggunaan *e-commerce* mempercepat penyelesaian pekerjaan),
 - atribut EF1 (kemudahan dalam akses proses pencarian yang dibutuhkan),
 - atribut EF2 (kemudahan dalam akses menu *e-commerce*),
 - atribut EF3 (kemudahan dalam akses fitur *chat* dan *call* dalam layanan).

3.3 Rekomendasi Perbaikan Kualitas Layanan

Rekomendasi perbaikan pada kualitas layanan *Shopee Food* dilakukan dari analisis kombinasi diagram kartesius pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan analisis gap berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh [19]. Rekomendasi perbaikan kualitas layanan dilakukan pada semua atribut karena masih memiliki nilai gap negatif dan nilai

tingkat kesesuaian kurang dari 100%. Fokus utama yang perlu dilakukan perbaikan yaitu kuadran yang memiliki prioritas utama dalam meningkatkan kinerja pada layanan *Shopee Food* atau kuadran I [20]. Berikut merupakan atribut yang berada pada kuadran I:

- a. atribut C1 (*e-commerce* tidak pernah mengalami *error*)

Rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan kinerja dari atribut C1 yaitu dengan melakukan *maintenance server* oleh penyedia layanan *hosting* dalam upaya pemeliharaan *server*, *update fitur* ataupun pengecekan rutin lain. Sehingga hal tersebut bisa mengoptimalkan performa pada sistem *e-commerce Shopee Food* serta perbaikan *error* saat pengguna mengakses layanan *Shopee Food*.

- b. atribut C2 (riwayat transaksi pengguna terlindungi)

Rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan kinerja dari atribut C2 yaitu dengan meningkatkan keamanan sistem layanan *e-commerce Shopee Food*. Sehingga hal tersebut dapat memberikan rasa kepercayaan pelanggan supaya pelanggan atau pengguna memiliki kepuasan terhadap layanan yang telah diberikan oleh *Shopee Food*.

- c. atribut C3 (data privasi pengguna terlindungi)

Usulan perbaikan untuk meningkatkan kinerja atribut C3 adalah memperbaiki dan meningkatkan kualitas keamanan sistem informasi data dengan menerapkan *multi-factor authentication*, seperti mengajukan pertanyaan keamanan sebelum memberikan informasi konsumen dan memberikan verifikasi sebelum menyimpan data konsumen.

- d. atribut S1 (*e-commerce* menyediakan layanan CS yang tersedia secara *online*)

Rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan kinerja dari atribut S1 yaitu dengan menyediakan layanan *Customer Service* secara *online* khusus untuk layanan jasa pesan antar makanan *Shopee Food*. Sehingga komunikasi antara penyedia layanan jasa *Shopee Food* dengan konsumen dapat berjalan dengan baik serta peran *Customer Service* dapat berjalan secara maksimal baik secara *offline* maupun *online* ketika pelanggan melakukan pengaduan saat layanan sedang bermasalah.

- e. atribut S2 (CS merespon dengan cepat pada layanan *e-commerce*)

Rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan kinerja dari atribut S2 yaitu dengan memberikan *user interface* atau tampilan visual pada *e-commerce Shopee Food* seperti fitur *call*, sehingga pengguna dapat langsung berinteraksi dengan mudah, efektif dan efisien, serta respon *Customer Service* yang relatif cepat.

f. atribut S3 (pemesanan produk pada *e-commerce* sesuai dengan yang dijanjikan)

Rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan kinerja dari atribut S3 yaitu dengan memberikan pembaruan informasi atas seluruh produk pada layanan *Shopee Food* serta menyediakan fasilitas untuk membuat pernyataan terkait dengan produk dan jasa atau testimonial. Sehingga pengguna atau konsumen merasa puas atas informasi dan fasilitas yang ada. Pembaruan informasi dan fasilitas tersebut akan berguna untuk membantu konsumen lain membuat keputusan dari pengalaman konsumen sebelumnya.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis nilai gap variabel *PIECES* menghasilkan nilai rata-rata tingkat kinerja sebesar 4,09 dan tingkat kepentingan (harapan) sebesar 4,48. Nilai gap secara keseluruhan sebesar 0,39 (negatif), menunjukkan bahwa variabel *PIECES* memiliki gap antara harapan pengguna dengan kinerja layanan yang diberikan oleh *Shopee Food*, atau dapat dikatakan bahwa konsumen tidak puas terhadap pelayanan *Shopee Food*.
2. Analisis tingkat kesesuaian pada variabel *PIECES*, menghasilkan nilai rata-rata secara keseluruhan sebesar 91%. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai tingkat kesesuaian secara keseluruhan pada variabel *PIECES* memiliki nilai kurang dari 100%, menunjukkan bahwa kualitas layanan yang telah diberikan belum memenuhi harapan atau ekspektasi dari pengguna layanan *Shopee Food*.
3. Analisis IPA menghasilkan pemetaan diagram kartesius dengan 4 kuadran, dimana dalam kuadran tersebut terdapat atribut-atribut dari variabel *PIECES*. Dalam kuadran I maupun kuadran III menunjukkan bahwa atribut yang terkait

perlu mendapatkan perbaikan tetapi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan yaitu atribut yang terkait dalam kuadran I. Sedangkan untuk atribut yang berada di kuadran II maupun IV termasuk dalam atribut yang perlu dipertahankan dengan perlakuan yang berbeda.

Sedangkan saran berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan sebagai berikut:

1. Diharapkan perusahaan layanan *Shopee Food* dapat melakukan perbaikan kualitas layanan terutama terhadap atribut-atribut yang berada dalam prioritas utama.
2. Diharapkan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya untuk mengembangkan variabel maupun atribut dalam penelitian dengan menggunakan metode lain, sehingga hasil analisis yang diperoleh menjadi lebih detail dan dapat mengetahui faktor-faktor lain untuk melakukan perbaikan yang lebih baik pada kualitas layanan *Shopee Food*.
3. Diharapkan dengan melibatkan sampel yang lebih banyak, sehingga objek penelitian akan lebih luas serta hasil penelitian akan lebih kompleks dan detail dan atribut yang digunakan dapat digali lebih dalam.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Malang melalui Skema Penelitian Desentralisasi FT dengan kontrak: No. 5.4.146/UN32.5.2/LT/2023 yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini.

5. Daftar Pustaka

- [1] Skalanews, "Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen," *Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*, Feb. 28, 2019.
- [2] B. Nugraha, "Riset Snapcart Indonesia: GrabFood Paling Banyak Digunakan Konsumen dan Merchant Indonesia," *SUARAMERDEKA.COM*, Nov. 21, 2021.

- [3] Alfonsus B. Say, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pealnggan Gojek Di Jakarta," *Journal of Economics and Business UBS*, vol. 11, no. 2, pp. 1–11, 2022.
- [4] M. R. Mahaputra, "Analisis Kualitas Pelayanan Penyedia Jasa Transportasi Online di Kota Tangerang Selatan (Studi Kasus: PT. Gojek indonesia)," *Jurnal Siber Transportasi dan Logistik*, vol. 1, no. 1, pp. 1–9, 2023, doi: 10.31935/jstl.v1i1.
- [5] Y. Asbar and M. A. Saptari, "Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode PIECES," *Jurnal Visioner & Strategis*, vol. 6, no. 2, pp. 39–47, 2017.
- [6] Fitria and E. D. Bintari, "Analisis Kualitas Pelayanan Mahasiswa Menggunakan Modified Importance Performance Analysis," *Jurnal Ilmiah Informatika*, vol. 8, no. 2, pp. 1–5, 2020.
- [7] K. Anam, N. Hendra Wirawan, A. Kalista, and S. D. Anggraini, "Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus: Wisata Jatiwangi Park Dan Goa Djoyokusumo)," *Industrial Management and Engineering Journal*, vol. 1, no. 1, pp. 1–13, 2022, [Online]. Available: <http://journal.unirow.ac.id/index.php/IMEJ>
- [8] M. Kurniasari and A. Budiarmo, "Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.CO Donuts & Coffee Semarang," *Diponegoro Journal of Social and Politic*, pp. 1–7, 2018.
- [9] S. Hendra, A. M. Wahono, I. Setiawan, W. Atikno, H. H. Purba, and S. B. Dito, "Peningkatan Kepuasan Konsumen pada Industri Restoran dengan Metode Quality Function Deployment," *MATRIK: Jurnal Manajemen dan Teknik Industri-Produksi*, vol. XXII, no. 2, pp. 111–120, 2022, doi: 10.350587/Matrik.
- [10] M. Adeputri Shianto, Sudirman, and Affah, "Analisis Kualitas Layanan Website Room Menggunakan Metode Webqual Dan Importance Performance Analysis," *Jurnal Ilmu Komputer Kharisma Tech*, vol. 18, no. 01, pp. 1–15, 2023, [Online]. Available: <https://room-idn.com/>.
- [11] M. A. B. Starda, S. S. Dahda, and D. W. Ningrum, "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Brand Ambassador, dan Citra Merk Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa J&T Express Gresik Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda," *Jurnal Sistem dan Teknik Industri*, vol. 2, no. 2, 2022.
- [12] S. Ramadhani, "PIECES Framework untuk Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna dan Kepentingan Sistem Informasi," *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, vol. 4, no. 2, 2018, doi: 10.26905/jtmi.v4i2.2101.
- [13] A. Fanani, Moh. D. Kurniawan, and A. W. Rizqi, "Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Gresik dengan Metode Servqual Terintegrasi dengan IGA," *Jurnal Sistem dan Teknik Industri*, vol. 2, no. 2, 2022.
- [14] C. N. Hidayat and F. H. Hanifa, "Analisis Service Quality Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Studi Pada Konsumen PT. Astra International Ud Trucks Bandung Tahun 2019," *Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Telkom*, vol. 5, no. 2, p. 561, 2019.
- [15] A. F. Hadining, "Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI)," *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, vol. 15, no. 1, p. 1, 2020, doi: 10.14710/jati.15.1.1-10.
- [16] M. Jufriyanto, "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas

- Pelayanan Kedai Kopi Shelter,”
MATRIK: Jurnal Manajemen dan Teknik Industri-Produksi, vol. XX, no. 2, pp. 79–90, 2020, doi: 10.350587/Matrik.
- [17] R. D. Kristy and W. A. Kusuma, “Analisis Tingkat Kepuasan Dan Tingkat Kepentingan Penerapan Sistem Informasi Universitas Muhammadiyah Malang,” *Engineering and Sains Journal*, vol. 2, no. 1, pp. 17–24, 2018.
- [18] N. A. Lingga and P. Sembiring, “Implementation of Importance Performance Analysis to Analyze Customer Satisfaction in PT. Bank Tabungan Negara KCP Simalingkar Medan,” *Journal of Mathematics Technology and Education*, vol. 1, no. 1, pp. 63–76, 2021, doi: 10.32734/jomte.v1i1.7334.
- [19] H. P. Nugroho and J. Lestyowati, “Analisis Tingkat Kepuasan Dan Kepentingan Pengguna Aplikasi Sakti Dengan Pieces Framework,” *Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, vol. 5, no. 2, pp. 93–104, 2020.
- [20] A. B. Sulistyono, I. Rafauzi, and H. Wijaya, “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Indomaret dengan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA),” *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri*, vol. 6, no. 2, p. 95, Sep. 2022, doi: 10.35194/jmtsi.v6i2.1938.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

