

## Pengukuran kualitas *website* dan digital *payment e-commerce* shopee menggunakan metode *webqual 4.0* dan metode *importance and performance analysis (IPA)*

Kuncorosidi, Rio Dwi Agustian, Mutqi Sopiawadi\*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja, Bogor

\*Corresponding author: [kuncorosidi@stiesa.ac.id](mailto:kuncorosidi@stiesa.ac.id)

### Abstract

This study evaluates priority areas for quality improvement on the Shopee e-commerce platform involving users as the sample group. Quantitative methods utilizing the Webqual Index (WQI) and Importance Performance Analysis (IPA) were employed for analysis. Findings highlight attributes that require enhancement, such as interaction quality, file security, personal data confidentiality, product information alignment with original images, user-administrator communication facilities, and the need for expanded discussion space. In Shopee E-payment, improving service interaction quality and data privacy emerges as the primary focus. Enhancing platform usability involves offering diverse promotions for every e-payment transaction. Likewise, clarifying information quality, including easily understandable text and accurate transaction details, is crucial. This research provides crucial insights for enhancing Shopee's quality without disregarding user interests and the critical aspects of an e-commerce platform.

Keywords: Service Quality, Webqual Index, Importance Performance Analysis

### PENDAHULUAN

Menurut data yang didapatkan dari databoks pasar perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia diperkirakan dapat menjadi kontributor pertumbuhan utama di Asia Pasifik. Katadata Insight Center (KIC) berjudul "MSME Study Report 2021: Peran Marketplace bagi UMKM" mengungkap Shopee menjadi penyumbang omzet terbesar bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk bertahan selama pandemi. Selain itu, Shopee juga menjadi platform e-commerce favorit UMKM karena program promo.

Shopee adalah *e-commerce* yang sangat berkembang dan menjadi *e-commerce* no 1 (satu) di Indonesia. Selain itu, Shopee merupakan aplikasi *mobile social commerce* berbasis *marketplace* dengan model bisnis C2C (*Consumer to consumer*) yaitu pengguna dapat menjadi *seller* atau *buyer*. Shoppe memberikan layanan dompet dan uang elektronik untuk mempermudah pengguna dalam bertransaksi (fitur Shopeepay) dan juga menawarkan berbagai macam produk-produk dengan harga yang terjangkau dan memberikan promo, hadiah, diskon, *flash sale* serta garansi. Selama tahun 2017 platform *e-commerce* Shoppe telah melayani 244 juta pesanan (40% diantaranya transaksi di Indonesia) dengan total transaksi US\$4,1 miliar atau sekitar Rp 59 triliun.

**Tabel 1.** Permasalahan pada E-Commerce Shopee

Tahun	Masalah	Kerugian	Negara
2021	Akun Shopee Dibobol Penipu, Bisa Transaksi SPayLater Tanpa OTP	Rp. 3.449.150	Indonesia
2021	Shopee SPayLater Dibobol, Padahal Tidak Pernah Kasih Kode OTP dan Angkat Telepon Pembobol	Rp. 3.000.000	Indonesia
2021	Akun Shopee SPayLater Dibobol	Rp. 4.500.000	Indonesia
2021	Shopee SPayLater Dibobol Hacker Tanpa Permintaan OTP	Rp. 2.100.000	Indonesia
2022	Akun Shopee Dibobol Penipu, Ada Transaksi SPayLater yang Tidak Saya Ketahui	Rp. 8.000.000	Indonesia
2022	Akun Shopee Saya yang Tiba-tiba Di-hack	Tidak diketahui	Indonesia

Sumber : mediakonsumen.com (2023)

Perdagangan di internet membutuhkan kecepatan dalam *transfer of money*. *E-payment* adalah suatu sistem yang menyediakan alat-alat untuk pembayaran jasa atau barang-barang yang dilakukan di internet. Sistem digital *payment* ini berbeda dengan pembayaran tunai yang ada sebelumnya. Salah satu layanan digital yang cukup diminati oleh masyarakat dan mengalami peningkatan jumlah pengguna maupun aktivitas layanan berdasarkan laporan *momentum works* pada maret 2021 adalah *Shopeepay*, tingkat penetrasi pengguna *Shopeepay* di Indonesia mencapai 76%. Data tersebut menunjukkan bahwa *Shopeepay* menguasai pasar digital *payment* di Indonesia dikarenakan sudah terintegrasi dengan *marketplace* Shopee sehingga lebih memudahkan konsumen dalam berbelanja.

*Shopeepay* merupakan fitur layanan uang elektronik yang disediakan oleh aplikasi belanja Shopee yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran *online* di aplikasi Shopee maupun di *Merchant ShopeePay*, dan menyimpan pengembalian dana yang dapat digunakan kembali untuk membayar pesanan lainnya. Layanan *Shopeepay* memberikan banyak sekali keuntungan bagi penggunanya mulai dari *voucher Shopeepay* berupa adanya *cashback* sebesar 30% yang digunakan pada saat melakukan transaksi pembayaran di merchant yang memang bekerjasama. Adanya *voucher cashback* setiap hari di aplikasi belanja Shopee bagi pengguna pada saat belanja.

(Landaoe & Sari, 2018) melakukan penelitian dengan judul Analisis Kualitas *website E-Commerce* Pada *website* Shopee.co.id di Indonesia dengan menggunakan Metode *Webqual 4.0* dengan i hasil tanggapan responden terhadap ke-3 sub-variabel *WebQual* (*usability*, *information quality* dan *service interaction*) Indikator dalam variabel kegunaan (*usability*) secara keseluruhan masuk kedalam kategori baik dengan indikator "Saya merasakan *website* mudah untuk digunakan" mendapatkan tanggapan paling tinggi dan indikator "*Website* meyakinkan dan kompeten" mendapatkan tanggapan paling rendah. Hal ini menandakan bahwa para pengunjung situs belum sepenuhnya yakin terhadap kompetensi *website e-commerce*, indikator dalam variabel kualitas (*information quality*) secara keseluruhan masuk kedalam kategori baik, dengan indikator "Memberikan informasi yang mudah dipahami" mendapatkan tanggapan paling tinggi dan indikator "Memberikan informasi terpercaya" walaupun masuk kedalam kategori baik tetapi memiliki tanggapan paling rendah dibandingkan dengan indikator yang lain. Tingkat interaksi layanan (*service interaction*) *website e-commerce* Shopee.co.id merupakan faktor yang paling kuat di dalam mempengaruhi keputusan pembelian, dengan indikator "Memiliki reputasi yang baik" mendapat tanggapan tertinggi, tetapi walau semua indikator masuk kedalam kategori baik, ada satu indikator yang memiliki tanggapan paling rendah yaitu "dapat menjamin terjaganya informasi pribadi. Secara keseluruhan kualitas *website* Shopee.co.id mendapatkan tanggapan yang masuk kedalam kategori "Baik" dengan dimensi *usability* yang mendapatkan tanggapan paling tinggi dari para pengguna *website e-commerce* Shopee.co.id di Indonesia.

## TINJAUAN LITERATUR

Manajemen Operasional merupakan Kegiatan yang berhubungan dengan penciptaan barang dan jasa (Heizer et al., 2020) melalui transformasi input ke output. Dengan desain yang sistematis, arah dan kontrol proses yang mengubah input menjadi layanan dan produk untuk pelanggan internal, maupun eksternal (Krajewski & Malhotra, 2022)

Web, kependekan dari World Wide Web, adalah salah satu layanan yang lebih populer di Internet. Pikirkan Web sebagai perpustakaan global informasi yang tersedia bagi siapa saja yang terhubung ke Internet. Web berisi miliaran dokumen yang disebut halaman Web. Halaman Web dapat berisi teks, grafik, animasi, audio, dan video. Situs Web adalah kumpulan halaman Web terkait. Beberapa situs Web memungkinkan pengguna untuk mengakses musik dan video yang dapat diunduh, atau ditransfer ke media penyimpanan di komputer atau pemutar media portabel. Setelah diunduh, Anda dapat mendengarkan musik melalui speaker, headphone, atau earbud, atau melihat video di perangkat layar (Shelly & Vermaat, 2012) Kualitas situs web adalah tingkat yang diharapkan pengguna saat menggunakan seluruh situs web. Sebuah situs web dapat berkualitas tinggi jika penggunanya merasa bahwa kualitas yang mereka dapatkan cocok atau melebihi apa yang mereka harapkan (Vermaat et al., 2018)

Kualitas *website* merupakan faktor yang sangat penting dalam penjualan secara *online* dan memiliki nilai tersendiri bagi konsumen. Menurut (Bavarsad et al., 2013), menjelaskan bahwa *website* yang baik

memiliki kualitas operasional yang memungkinkan pembeli untuk melakukan aktivitas *e-shopping* dengan mudah dan efisien.

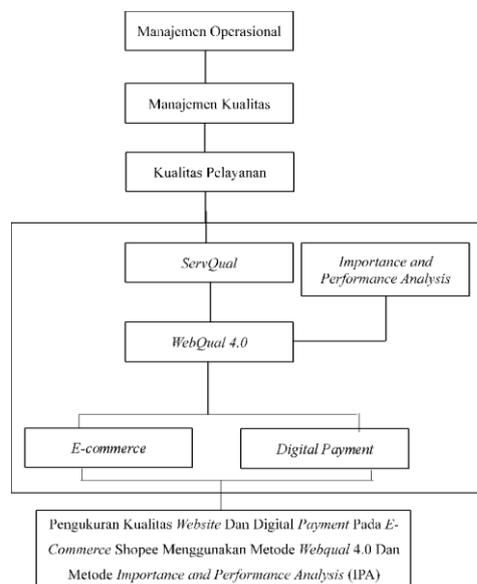
Secara umum, kualitas pengukuran *website* dibagi menjadi dua yaitu *servqual* dan *webqual*. *Servqual* merupakan metode untuk mengukur tingkat kepuasan dari pelanggan pada layanan yang diberikan. Metode ini memperhatikan mengenai harapan dari pelanggan tentang layanan yang akan dan sudah diterima. *Servqual* sendiri memiliki 5 dimensi yaitu (1) *Reliability* yang merupakan kemampuan memberikan jasa dengan memuaskan dan segera, (2) *Responsiveness* adalah kemampuan memberikan jasa dengan tanggap. (3) *Assurance* merupakan kemampuan, sifat dapat dipercaya dan kesopanan dari staff dan bebas dari keragu-raguan, risiko, dan bahaya. (4) *Empathy* yaitu kemudahan untuk melakukan komunikasi yang baik serta memahami kebutuhan pelanggan (5) *Tangibles* adalah fasilitas fisik, perlengkapan serta sarana komunikasi (Andre *et al.*, 2019)

*Webqual* ini sendiri merupakan metode pengukuran *website* dari (Barnes & Vidgen, 2002) berdasarkan pada persepsi pengguna akhir. *Webqual* ini memiliki tiga dimensi yaitu (Rahmaini, 2018) : (1) *Usability quality*, (2) *Information quality* dan, (3) *Server interaction quality*

Metode Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap kinerja atribut-atribut yang dianggap penting. IPA berfungsi sebagai alat diagnostik untuk mengidentifikasi apakah atribut produk atau jasa berkinerja buruk atau baik berdasarkan tingkat kepentingannya (Martilla & James, 1977). Hasil interpretasi kinerja ditampilkan dalam grafik Cartesian yang terbagi menjadi empat kuadran: A, B, C, dan D. Kuadran ini membantu dalam pemahaman sejauh mana tingkat kepentingan dan kinerja atribut tersebut.

## Kerangka Konseptual

Berdasarkan literatur berikut, kerangka konseptual penelitian ini diilustrasikan pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Bagan Kerangka Berpikir  
Sumber : Dikembangkan Peneliti (2023)

## METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif umumnya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif. Proses penelitian bersifat deduktif dimana untuk menjawab rumusan digunakan konsep atau teori. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *website e-commerce* Shopee. Kuesioner dirancang dalam skala Likert dan didistribusikan kepada 100 responden. Data responden dianalisis, diolah, dan diuji kualitas datanya melalui uji validitas dan reliabilitas.

Untuk mencari WQI diperlukan data-data pelengkap, seperti *weighted score* dan juga *maximum score*. WQI sendiri memiliki skala mulai dari 0 sampai 1, dimana nilai yang mendekati 1 maka semakin baik kualitasnya.

**Table 2.** Interval Webqual Indeks (WQI)

No	Interval Koefisien	Tingkat Kualitas
1.	0,80 – 1,00	Sangat Baik
2.	0,60 – 0,79	Baik
3.	0,40 – 0,59	Cukup Baik
4.	0,20 – 0,39	Kurang Baik
5.	0,00 – 0,19	Sangat Kurang Baik

Sumber: Barnes & Vidgen, 2002

### **Importance Performance Analysis (IPA) Dengan SPSS**

*Importance Performance Analysis* (IPA) dengan SPSS *Importance Performance Analysis* merupakan teknik sederhana yang berguna untuk mengidentifikasi atribut-atribut dari sebuah produk atau jasa yang memerlukan peningkatan. Hasil *Importance Performance Analysis* akan menghasilkan grafik empat kuadran..

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Setelah data diuji Validitas dan reliabilitasnya output SPSS menunjukkan hasil nilai *Cronbach's Alpha* sebesar  $0,77 >$  (lebih besar dari)  $0,60$ . Hal ini menunjukkan bahwa instrumen *Usability Quality* (Kualitas Kegunaan) bersifat reliabel. Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan hasil nilai *Cronbach's Alpha* sebesar  $0,801 >$  (lebih besar dari)  $0,60$ . Hal ini menunjukkan bahwa instrumen *Information Quality* (Kualitas Informasi) bersifat reliabel. Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan hasil nilai *Cronbach's Alpha* sebesar  $0,818 >$  (lebih besar dari)  $0,60$ . Hal ini menunjukkan bahwa instrumen *Service Interaction Quality* (Kualitas Layanan Interaksi) reliabel.

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *corrected item-total correlation* dengan teknis membandingkan skor total item (nilai r-hitung) dengan nilai r-tabel. Dimana dalam penelitian ini jumlah sampel adalah 100, r-tabelnya adalah  $0,195$ . Hasil pengujian menunjukkan bahwa data yang di uji valid.

**Tabel 3.** Webqual Index *Website* Shopee

No	Deskripsi	WQI
1	<i>Website</i> <a href="#">Shopee</a> mudah dioperasikan	0.80
2	Bagi saya berinteraksi dengan <i>website</i> <a href="#">Shopee</a> Cukup jelas dan mudah dimengerti	0.62
3	Alamat <i>website</i> <a href="#">Shopee</a> mudah diakses	0.78
4	Tidak ada kendala ( <i>error</i> ) saat menggunakan <i>website</i> <a href="#">Shopee</a>	0.65
5	<i>Website</i> <a href="#">Shopee</a> memiliki tampilan yang menarik	0.75
6	Tampilan <i>website</i> <a href="#">Shopee</a> sesuai dengan <i>website</i> sejenisnya	0.77
7	<i>Website</i> <a href="#">Shopee</a> memiliki informasi yang berkompeten	0.77
8	<i>Website</i> <a href="#">Shopee</a> memberikan pengalaman positif bagi saya	0.78
	<b>Rata-rata nilai <i>Usability quality</i> (kualitas kegunaan)</b>	0.74
1	<i>Website</i> <a href="#">Shopee</a> menyediakan informasi yang akurat	0.80
2	Informasi yang disajikan <i>website</i> <a href="#">Shopee</a> dapat dipercaya	0.73
3	Informasi yang disajikan <i>website</i> <a href="#">Shopee</a> selalu <i>uptodate</i>	0.75
4	<i>Website</i> <a href="#">Shopee</a> memberikan informasi yang relevan	0.74
5	Penulisan teks dalam <i>website</i> <a href="#">Shopee</a> mudah dibaca dan dipahami	0.80
6	<i>Website</i> <a href="#">Shopee</a> menyajikan informasi secara detail	0.81
7	<i>Website</i> <a href="#">Shopee</a> memberikan informasi sesuai dengan apa saya butuhkan	0.80
	<b>Rata-rata nilai <i>Information quality</i> (kualitas informasi)</b>	0.78

No	Deskripsi	WQI
16	<i>Website</i> Shopee memiliki reputasi baik dikalangan kampus maupun masyarakat umum	0.62
17	File yang diunduh dalam <i>website</i> Shopee aman dari virus	0.67
18	<i>Website</i> Shopee menjamin kerahasiaan data pribadi saya	0.68
19	Layanan informasi yang diberikan <i>website</i> Shopee menarik minat dan perhatian saya untuk mengakses kembali.	0.68
20	<i>Website</i> Shopee memberikan informasi produk yang sesuai riil picture, antara barang yang dikirim dengan barang yang dijual	0.63
21	<i>Website</i> Shopee menyediakan fasilitas komunikasi antara pengguna (user) dan admin <i>website</i>	0.66
22	<i>Website</i> Shopee menyediakan fasilitas komunikasi antara pengguna (user) dan admin <i>website</i>	0.65
<b>Rata-rata nilai <i>Service interaction quality</i> (Kualitas layanan interaksi)</b>		0.66

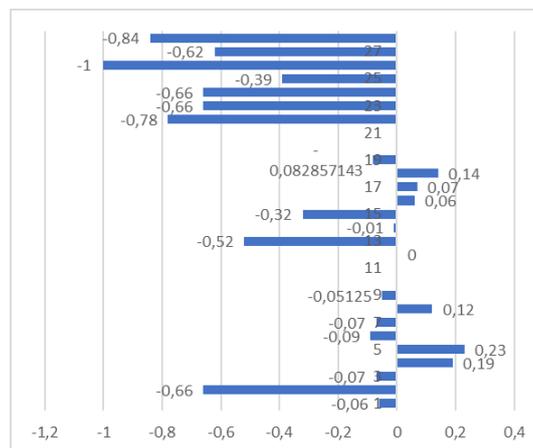
Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

**Tabel 4.** Interpretasi Hasil Webqual Index Berdasarkan Dimensi Webqual 4.0

NO	Dimensi	Nilai WQI	Interval	Kategori Kualitas
1	<i>Usability Quality</i>	0,73	0,60-0,79	Baik
2	<i>Information Quality</i>	0,77	0,60-0,79	Baik
3	<i>Service Interaction Quality</i>	0,65	0,60-0,79	Baik

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan nilai rata-rata WQI dari 3 dimensi *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* menyatakan bahwa *website* Shopee termasuk dalam kategori kualitas baik. dengan hasil 0,73 WQI pada dimensi *usability*, 0,77 WQI pada dimensi *information*, dan hasil tertinggi yaitu terdapat pada dimensi *service interaction quality* dengan memperoleh hasil sebesar (0,65).



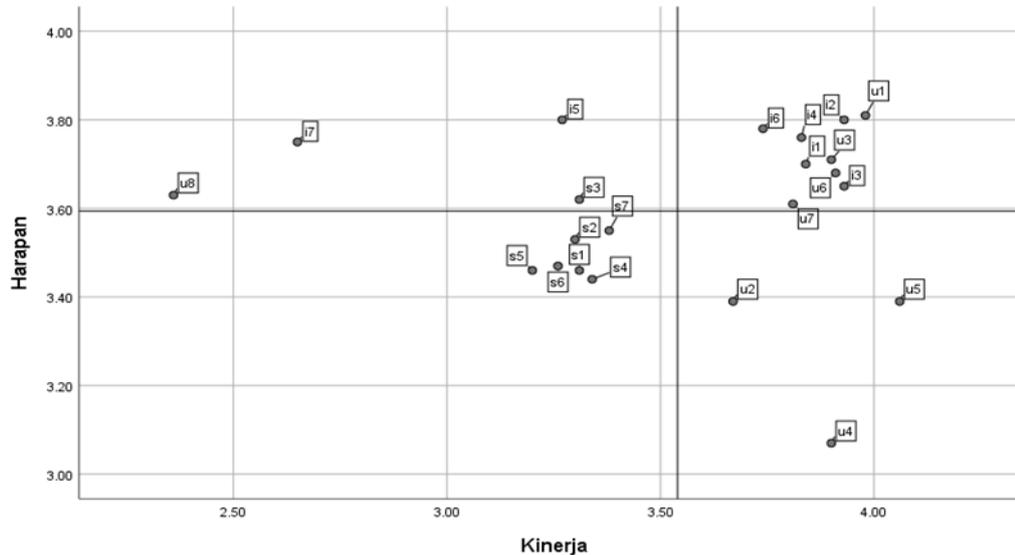
**Gambar 2.** Kesenjangan *Website* Shopee

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan rata-rata kesenjangan dari masing masing indikator dari ketiga variabel/dimensi. Dilihat dari hasil, dapat diidentifikasi bahwa mayoritas dari nilai kesenjangan (gap) indikator bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas *e-payment Shopee* ([Shopee](https://www.shopee.co.id)) belum sesuai dengan harapan para penggunanya.

## Hasil *Importance Performance Analysis*

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk memperoleh hasil atribut-atribut berdasarkan tingkat kepentingannya, yang diperoleh dari dimensi *Webqual 4.0*. Tabel 4.4 terdapat persepsi dan harapan pengguna *e-payment Shopee* yang digunakan membuat kartesius mengenai posisi penempatan *Importance Performance Analysis*. Yaitu sebagai berikut



**Gambar 4.** Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis Website* (IPA) E-Payment Shopee  
Sumber: Data Diolah SPSS, 2023

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa kuadran hasil *Importance Performance Analysis* dimana hasilnya menunjukkan hal sebagai berikut Kuadran I (Prioritas Utama) Bahwa atribut yang menjadi prioritas perbaikan ada pada *service interaction quality* yakni 3,5,6 dan7. Kuadran II (Pertahankan Prestasi) Sedangkan pada kuadran II terdapat indikator terdapat 9 indikator yaitu 1,2,3,4,6,7 antara lain pada dimensi *usability quality* yakni *e-payment* Shopee perlu mempertahankan kemudahan dalam penggunaannya, *e-payment* di Shopee mudah diakses, antarmuka *e-payment* di Shopee sesuai dengan sejenisnya dan pembayaran *e-payment* di Shopee memiliki rincian transaksi yang terdapat notifikasi terhadap akun gmail ataupun ke aplikasi messenger yang terhubung dengan Shopee, selanjutnya. Kemudian pada pada dimensi *information quality* yakni 1,2,3,4,6, *e-payment* Shopee perlu mempertahankan rincian transaksi yang akurat, rincian transaksi yang disajikan *e-payment* di Shopee dapat dipercaya, rincian transaksi yang disajikan *e-payment* di Shopee selalu uptodate, *e-payment* di Shopee memberikan rincian transaksi yang relevan dan *e-payment* di Shopee menyajikan rincian transaksi secara detail. Kuadran III (Prioritas Rendah) Atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa/biasa saja meliputi pada dimensi *service interaction quality* yakni *e-payment* di Shopee memiliki reputasi baik, Bukti Transaksi aman untuk diunduh, Layanan rincian transaksi yang diberikan *e-payment* di Shopee mendorong saya untuk menggunakannya lagi, *e-payment* di Shopee memberikan layanan transaksi yang baik sesuai dengan janji, *e-payment* di Shopee menyediakan fasilitas komunikasi antara pengguna (user) dan admin dan banyak merchant offline dan online yang menerima layanan pembayaran dengan E Payment Shopee. Kuadran IV (Berlebihan) Pada Kuadran ini atribut-atribut atau pernyataan ini memiliki tingkat harapan rendah menurut pelanggan akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan yakni pada dimensi *usability quality* yakni interaksi dengan *e-payment* di Shopee cukup jelas dan mudah dimengerti, tidak ada kendala (error) saat menggunakan *e-payment* di Shopee dan *e-payment* di Shopee memiliki tampilan yang menarik.

### Kualitas Website dan Digital Payment E-Commerce Shopee menggunakan Webqual 4

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terhadap ke-3 sub-variabel *WebQual* (*usability*, *information quality* dan *service interaction*) Pada *website* Shopee bahwa kondisi dari kinerja *usability quality* dari *website*

Shopee berada dalam kondisi baik, dengan penilaian tertinggi terdapat dalam indikator pada kemudahan untuk dioperasikan dan penilaian terendah berada pada indikator kemudahan dalam berinteraksi. Kemudian kondisi dari kinerja *Information Quality* dari *website* Shopee berada dalam kondisi baik, dengan penilaian tertinggi terdapat dalam indikator Informasi yang disajikan *website* Shopee dapat dipercaya dan penilaian terendah berada pada indikator *website* Shopee menyajikan informasi secara detail serta kondisi dari kinerja *Service Interaction Quality* dari *website* Shopee berada dalam kondisi diragukan, dengan penilaian tertinggi terdapat dalam *website* Shopee menjamin kerahasiaan data pribadi saya dan penilaian terendah berada pada indikator *website* Shopee memiliki reputasi baik di seluruh laporan masyarakat umum

### **Kualitas Digital Payment Shopee**

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden terhadap ke-3 sub-variabel *WebQual* (*usability*, *information quality* dan *service interaction*) pada *e-payment* Shopee bahwa kondisi dari kinerja *usability quality* dari *e-payment* Shopee berada dalam kondisi baik, dengan penilaian tertinggi terdapat dalam indikator *e-payment* di Shopee mudah dioperasikan. dan penilaian terendah berada pada indikator *e-payment* di Shopee memberikan pengalaman positif bagi saya, kemudian kondisi dari kinerja *Information quality* dari *e-payment* Shopee berada dalam kondisi baik, dengan penilaian tertinggi terdapat dalam indikator rincian transaksi yang disajikan *e-payment* di Shopee dapat dipercaya dan rincian transaksi yang disajikan *e-payment* di Shopee selalu update sedangkan penilaian terendah berada pada indikator penulisan teks dalam *e-payment* di Shopee mudah dibaca dan dipahami serta kondisi dari kinerja *service interaction quality* dari *e-payment* Shopee berada dalam kondisi diragukan, dengan penilaian tertinggi terdapat dalam banyak merchant offline dan online yang menerima layanan pembayaran dengan E Payment Shopee dan penilaian terendah berada pada indikator *e-payment* di Shopee memberikan layanan transaksi yang baik sesuai dengan janji

### **Kesenjangan Antara Persepsi dengan Harapan Pengguna Terhadap Kualitas Website dan Digital Payment E-Commerce Shopee**

#### **Kesenjangan Website Shopee**

Pada *website* Shopee bahwa kondisi kesenjangan terdapat hampir pada setiap dimensi *WebQual 4.0* dimana pada dimensi *usability quality* yang tidak sesuai dengan harapan pengguna terdapat pada kemudahan dalam dioperasikan, interaksi dengan *website* Shopee, akses *website* Shopee Tampilan *website* Shopee, dan kompetensi informasi yang disajikan *website* Shopee, pada dimensi *information quality* yang belum sesuai dengan harapan pengguna adalah pada Informasi yang disajikan *website* Shopee, *uptodate* informasi, informasi yang relevan, sedangkan nilai kesenjangan untuk dimensi *service interaction quality* yang belum memenuhi harapan pengguna adalah seluruh indikator dari *service interaction quality* yang meliputi reputasi, file yang diunduh, kerahasiaan data pribadi, layanan informasi yang diberikan, informasi produk yang sesuai riil picture, fasilitas komunikasi antara pengguna (user) dan admin *website*, dan ruang diskusi.

Jadi berdasarkan analisis ketimpangan (*gap*) antara tingkat performa dan tingkat kebutuhan pemakai terhadap mutu *website* Shopee terdapat perbedaan yang memperlihatkan adanya ketimpangan (*gap*) antara tingkat performa yang dirasakan oleh pemakai dan tingkat kebutuhan yang diharapkan, hal ini ditunjukkan dari selisih tingkat performa dan tingkat kebutuhan bahwa keseluruhan parameter pada *webqual 4.0* bernilai negatif dengan nilai rata-rata -0,27. Hasil ini menunjukkan bahwa kinerja dari mutu *website* Shopee belum mampu memenuhi kepentingan dari para pemakai. Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa tingkat performa yang dirasakan belum mampu memenuhi tingkat kebutuhan yang diinginkan pemakai *website* Shopee. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Azzam (2022) bahwa terdapat ketimpangan atau *gap* antara harapan dan persepsi dari kualitas *website marketplace*.

#### **Kesenjangan Digital Payment Shopee**

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa digital payment/*e-payment* dari Shopee belum mampu memenuhi harapan dari penggunanya hal ini terlihat terdapat nilai negative antara harapan dan kinerja dari digital payment. Pada *e-payment Shopee* bahwa kondisi kesenjangan terdapat pada dimensi *usability quality* yang tidak sesuai harapan adalah memberikan pengalaman positif, kemukakan nilai kesenjangan untuk dimensi *information quality* yang belum sesuai dengan harapan pengguna adalah penulisan teks dalam *e-*

*payment*, rincian transaksi secara detail, nilai gap sebesar -0,04, dan rincian transaksi yang sesuai, dan nilai kesenjangan untuk dimensi *service interaction quality* yang belum memenuhi harapan pengguna adalah seluruh indikator dari *service interaction quality* yakni pada reputasi, Bukti Transaksi, kerahasiaan data pribadi saya, Layanan rincian transaksi, layanan transaksi yang sesuai dengan janji, dan layanan pembayaran dengan *e-payment* Shopee. Menurut Sari (2018) adanya kesenjangan antara harapan dan kinerja dalam pembayara digital dapat menurunkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

### **Indikator yang Harus menjadi Perhatian untuk Diperbaiki dan Indikator yang Perlu Dipertahankan Kualitasnya dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA)**

#### **Indikator yang Harus Diperbaiki dan Dipertahankan *Website* Shopee**

Berdasarkan kuadran *importance performance analysis* dapat diketahui hanya terdapat beberapa parameter sudah memenuhi harapan dari pemakai *website* Shopee, masih banyak indikator yang menjadi prioritas perbaikan. Sebagaimana diungkapkan sebelumnya bahwa marketplace rawan akan pembobolan, dan kebocoran data sehingga dapat merusak reputasi dari marketplace tersebut seperti diungkapkan dalam penelitian Roeke fungsi utama metode IPA adalah untuk menampilkan informasi tentang faktor layanan yang, menurut pendapat pelanggan, berdampak signifikan pada tingkat kepuasan dan loyalitas mereka terhadap *platform ecommerce marketplace*. Pada *website* Shopee bahwa atribut yang menjadi prioritas perbaikan ada pada *service interaction quality* yakni 1,2,3,6,7,8 jadi Shopee sebaiknya meningkatkan reputasi nya di seluruh lapisan masyarakat umum, keamanan file dari Shopee, menjamin kerahasiaan data pribadi saya, informasi produk yang sesuai riil picture, antara barang yang dikirim dengan barang yang dijual, fasilitas komunikasi antara pengguna (*User*) dan admin *website*, Shopee memberikan ruang diskusi yang tidak terbatas tidak hanya mengenai produk yang diperjual belikan.

#### **Indikator yang Harus Diperbaiki dan Dipertahankan Digital Payment Shopee**

Pada *E Payment Shopee* bahwa atribut yang menjadi prioritas perbaikan ada pada *service interaction quality* yakni 3 jadi Shopee sebaiknya meningkatkan keamanan kerahasiaan data pribadi saya, kemudian pada dimensi *usability quality* yakni 8, jadi sebaiknya *e-payment* di Shopee memberikan banyak promo setiap transaksi dengan *e-payment* Shopee. Kemudian pada pada dimensi *information quality* yakni 5 dan 7, sebaiknya Shopee memperjelas tentang keterangan dan Penulisan teks dalam *e-payment* di Shopee mudah dibaca dan dipahami dan *e-payment* di Shopee memberikan rincian transaksi yang sesuai.

### **SIMPULAN**

Pada *website* Shopee kinerja *usability quality* dari *website* Shopee dinilai baik, penilaian tertinggi pada indikator kemudahan untuk dioperasikan dan penilaian terendah berada pada indikator kemudahan dalam berinteraksi. Kinerja *information quality* dari *website* Shopee dinilai baik, karena Informasi yang disajikan *website* Shopee dapat dipercaya selanjutnya indikator *website* Shopee menyajikan informasi secara detail mendapatkan nilai terendah dan kinerja *service interaction quality* dinilai diragukan, *website* Shopee menjamin kerahasiaan data pribadi akan tetapi reputasi belum terlalu baik karena mendapatkan nilai terendah.

Kinerja *usability quality* dari *e-payment* Shopee dinilai baik, dengan penilaian tertinggi terdapat dalam indikator *e-payment* di Shopee mudah dioperasikan dan penilaian terendah berada pada indikator *e-payment* di Shopee memberikan pengalaman positif bagi saya, kemudian kondisi dari kinerja *information quality* dari *e-payment* Shopee dinilai baik, dengan penilaian tertinggi terdapat dalam indikator rincian transaksi yang disajikan *e-payment* di Shopee dapat dipercaya dan rincian transaksi yang disajikan *e-payment* di Shopee selalu update sedangkan penilaian terendah berada pada indikator penulisan teks dalam *e-payment* di Shopee mudah dibaca dan dipahami serta kondisi dari kinerja *service interaction quality* dari *e-payment* Shopee berada dalam kondisi diragukan, dengan penilaian tertinggi terdapat dalam banyak *merchant offline* dan *online* yang menerima layanan pembayaran dengan *e-payment* Shopee dan penilaian terendah berada pada indikator *e-payment* di Shopee memberikan layanan transaksi yang baik sesuai dengan janji.

Pada *website* Shopee bahwa kondisi kesenjangan terdapat hampir pada setiap dimensi *webqual 4.0* dimana pada dimensi *usability quality* yang tidak sesuai dengan harapan pengguna terdapat pada

kemudahan dalam dioperasikan, interaksi dengan *website* Shopee, akses *website* Shopee Tampilan *website* Shopee, dan kompetensi informasi yang disajikan *website* Shopee, pada dimensi *information quality* yang belum sesuai dengan harapan pengguna adalah pada Informasi yang disajikan *website* Shopee, uptodate informasi, informasi yang relevan, sedangkan nilai kesenjangan untuk dimensi *service interaction quality* yang belum memenuhi harapan pengguna adalah seluruh indikator dari *service interaction quality* yang meliputi reputasi, file yang diunduh, kerahasiaan data pribadi, layanan informasi yang diberikan, informasi produk yang sesuai riil picture, fasilitas komunikasi antara pengguna (user) dan admin *website*, dan ruang diskusi.

Pada *e-payment Shopee* bahwa kondisi kesenjangan terdapat pada dimensi *usability quality* yang tidak sesuai harapan adalah memberikan pengalaman positif, kemukakan nilai kesenjangan untuk dimensi *information quality* yang belum sesuai dengan harapan pengguna adalah penulisan teks dalam *e-payment*, rincian transaksi secara detail, nilai gap sebesar -0,04, dan rincian transaksi yang sesuai, dan nilai kesenjangan untuk dimensi *service interaction quality* yang belum memenuhi harapan pengguna adalah seluruh indikator dari *service interaction quality* yakni pada reputasi, bukti transaksi, kerahasiaan data pribadi saya, layanan rincian transaksi, layanan transaksi yang sesuai dengan janji, dan layanan pembayaran dengan *e-payment* Shopee.

Pada *website* Shopee bahwa atribut yang menjadi prioritas perbaikan ada pada *service interaction quality* yakni 1,2,3,6,7,8 jadi Shopee sebaiknya meningkatkan reputasi nya di seluruh lapisan masyarakat umum, keamanan file dari Shopee, menjamin kerahasiaan data pribadi saya, informasi produk yang sesuai riil picture, antara barang yang dikirim dengan barang yang dijual, fasilitas komunikasi antara pengguna (user) dan admin *website*, Shopee memberikan ruang diskusi yang tidak terbatas tidak hanya mengenai produk yang diperjual belikan.

Pada *e-payment* Shopee bahwa atribut yang menjadi prioritas perbaikan ada pada *service interaction quality* yakni 3 jadi Shopee sebaiknya meningkatkan keamanan kerahasiaan data pribadi saya, kemudian pada dimensi Usability Quality yakni 8, jadi sebaiknya *e-payment* di Shopee memberikan banyak promo setiap transaksi dengan *e-payment* Shopee. Kemudian pada pada dimensi *information quality* yakni 5 dan 7, sebaiknya Shopee memperjelas tentang keterangan dan penulisan teks dalam *e-payment* di Shopee mudah dibaca dan dipahami dan *e-payment* di Shopee memberikan rincian transaksi yang sesuai.

## REFERENSI

- Andre, Y., Tileng, K. G., & Ciputra, U. (2019). Analisis Kualitas Website Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance- Performance Analysis (IPA). *AITI: Jurnal Teknologi Informasi*, 16 No. 1 Februari 2019.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2002). *AN INTEGRATIVE APPROACH TO THE ASSESSMENT OF E-COMMERCE QUALITY*. 3(3).
- Bavarsad, B., Rahimi, F., & Mennatyan, M. A. (2013). *A Study of the Effects of Website's Perceived Features on the Intention to Use E-shopping*. Vol (3), Issue (6), June 2013.
- Heizer, J. H., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (Thirteenth edition, global edition). Pearson.
- Krajewski, L. J., & Malhotra, M. K. (2022). *Operations Management Processes and Supply Chains*. © Pearson Education Limited 2022.
- Landaoe, E. M., & Sari, P. K. (2018). *ANALISIS KUALITAS WEBSITE E-COMMERCE PADA WEBSITE SHOPEE.CO.ID DI INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0*. Vol.5, No.3 Desember 2018.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79. <https://doi.org/10.1177/002224297704100112>
- Media Konsumen. <https://mediakonsumen.com/page/2?s=shopee#gsc.tab=0> diakses pada tanggal 28 Mei 2023 pukul 19.50 WIB.

- Rahmaini, S. N. (2018). *Skripsi Analisis Kualitas Website Akademik Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance-Performance Analysis (IPA)*.
- Shelly, G. B., & Vermaat, M. (2012). *Discovering computers: Your interactive guide to the digital world (Complete)*. Course Technology/Cengage Learning.
- Vermat, M. E., Sebok, S. L., Freund, S. M., Campbell, J. T., & Frydenberg, M. (2018). *Discovering Computers 2018*. Cengage Learning