

Analisis *E-Service Quality* Aplikasi MyIndihome Wilayah Karawang Tahun 2022

Analysis Of E-Service Quality Application MyIndihome Karawang Region In 2022

1st Naufal Zamir Mufid
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

naufalzm@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Astri Wulandari
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

astriwulandari@telkomuniversity.ac.id

Abstrak—Perkembangan ilmu teknologi yang semakin canggih, pada zaman sekarang mengubah gaya hidup masyarakat di Indonesia. PT Telkom Indonesia adalah perusahaan milik negara atau BUMN yang membuat aplikasi Myindihome dengan tujuan memudahkan para pelanggan dalam mengakses wifi dan meyakinkan para konsumen untuk tetap setia menggunakan produk layanan Indihome. Namun adanya ketidaksesuaian antara kualitas pelayanan aplikasi Myindihome dengan harapan konsumen. Jadi penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa tinggi tingkat harapan dan kenyataan pada aplikasi ini dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk wilayah Karawang. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif, dengan pengambilan data menggunakan kuisioner online. Populasi dalam penelitian ini adalah setiap individu yang menggunakan aplikasi Myindihome di wilayah Karawang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan jenis penelitian purposive sampling dengan jumlah responden 100 orang. Hasil penelitian yang diperoleh adalah dengan menghitung semua hasil tingkat harapan dan kenyataan e-service quality pada aplikasi Myindihome di wilayah Karawang.

Kata Kunci—*e-service quality*, aplikasi Myindihome, Importance Performance Analysis (IPA).

Abstract—The development of increasingly sophisticated technology has changed the lifestyle of people in Indonesia. PT Telkom Indonesia is a state-owned company or BUMN that makes the Myindihome application with the aim of making it easier for customers to access wifi and convincing consumers to remain loyal to using Indihome service products. However, there is a discrepancy between the service quality of the Myindihome application and consumer expectations. So this study aims to analyze how high the level of expectations and reality is in this application using the Importance Performance Analysis (IPA) method for the Karawang area. This research method uses quantitative research and descriptive research, with data collection using an online questionnaire. The population in this study is every individual who uses the Myindihome application in the Karawang area. The sampling method used in this study was non-probability sampling with

a purposive sampling type of research with 100 respondents. The results obtained are by calculating all the results of the level of expectation and reality of e-service quality on the Myindihome application in the Karawang area.

Keyword—*e-service quality*, application Myindihome, importance performance analysis

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman sekarang semua serba menggunakan teknologi karena teknologi sudah menjadi suatu kebutuhan bagi para masyarakat seluruh dunia. Teknologi dari tahun ke tahun selalu mengalami perubahan dan up to date, teknologi itu sendiri sangat dipergunakan oleh industri-industri diseluruh dunia yang dimana teknologi dapat memudahkan para karyawan perusahaan dalam mengerjakan suatu pekerjaan mereka, seperti contohnya : karyawan bank yang memudahkan nasabah dalam melakukan pembayaran atau tagihan melalui teller.

Wifi adalah singkatan dari Wireless Fidelity maksudnya merupakan sebuah media pengantar komunikasi data antara manusia dengan dunia internet yang tidak memiliki kabel. Dan wifi juga memiliki kecepatan transfer data yang sangat cepat yang memudahkan manusia dalam mengerjakan pekerjaan melalui dunia digital.

Indihome merupakan kepanjangan dari Indonesia Digital Home yang merupakan salah satu produk dari layanan dari PT Telkom Indonesia yang berupa paket internet, telepon rumah, dan TV. Indihome artinya fiber digital yang merupakan layanan yang menggunakan fiber optik yang menawarkan layanan pertama adalah internet fiber memiliki empat keunggulan yaitu cepat, stabil andal, dan canggih. Kemudian yang kedua TV interaktif yang memiliki fitur-fitur yang unik yaitu playback, pause, dan rewind, TV Storage, TV on Demand, Video on Demand, dan Karaoke dan yang terakhir adalah telepon rumah.

Konsumen yang merasa puas akan memberikan rating yang baik untuk aplikasi Myindihome dan ada sebagian orang yang senang menggunakan aplikasi Myindihome ini menguntungkan bagi mereka dan memberikan ulasan yang positif untuk perusahaan. Adapun rating yang didapat dari Playstore dan Appstore pengaruhnya sangat besar bagi perusahaan. Jadi penulis dapat membuat penelitian dengan tema **Analisis E-Service Quality Pada Aplikasi Myindihome dengan Metode IPA (Wilayah Karawang) 2022.**

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang penulis dapat menyusun pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana e-service quality aplikasi Myindihome dimata konsumen wilayah Karawang?
2. Menghitung seberapa tinggi tingkat harapan dan kenyataan pada aplikasi Myindihome dimata konsumen wilayah Karawang dengan menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan diatas dan pertanyaan penelitian maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui bagaimana e-service quality pada aplikasi Myindihome wilayah Karawang.
2. Untuk mengetahui seberapa tinggi harapan dan kenyataan pada aplikasi Myindihome dimata konsumen wilayah Karawang

II. KAJIAN TEORI

A. Pemasaran

Didalam jurnal (Mindari, 2021, p. 15) pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui suatu pertukaran (transaksi) untuk mendapatkan laba (keuntungan). Ilmu seni pemasaran dalam mengelola pasar dengan targetnya adalah kepuasan konsumen, dan sehingga tercapainya tujuan organisasi.

B. Pemasaran Jasa

Menurut Lovelock dan Wirtz menyatakan bahwa pemasaran jasa adalah bagian dari sistem jasa keseluruhan yang menunjukkan perusahaan tersebut memiliki bentuk kontak dengan konsumennya, mulai dari pengiklanan hingga penagihan. Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner menyatakan bahwa pemasaran jasa adalah pengungkapan janji-janji, janji yang dibuat kepada konsumen yang harus dijaga (Priansa, 2017:67).

C. Bauran Pemasaran Jasa

Menurut Kotler (2000:15) bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Sedangkan, untuk pemasaran jasa sendiri diperlukan adanya tambahan bauran pemasaran yang diperluas yaitu non- tradisional marketing mix terdiri dari: people, process. Physical evidence sehingga menjadilah 7P (Priyono, 2018).

D. Sifat - Sifat Pemasaran Jasa

Didalam buku (Priansa, 2017:78) jasa memiliki sejumlah sifat penting dari pemasaran jasa adalah sebagai berikut:

1. Jasa mampu menyesuaikan dengan selera konsumen, Pembeli berkuasa dan dominan dalam menentukan kebutuhan sehingga perusahaan berusaha mengikuti selera konsumen.
2. Mutu jasa dipengaruhi oleh benda berwujud (perlengkapannya), sifat jasa tidak berwujud. Oleh sebab itu, konsumen akan memerhatikan benda berwujud yang memberi layanan, sebagai patokan terhadap kualitas yang ditawarkan.
3. Keberhasilan pemasaran jasa dipengaruhi oleh jumlah pendapatan penduduk, semakin tinggi perhatian seseorang, semakin banyak persentase yang dibelanjakannya untuk kepentingan rekreasi dalam arti meningkatkan permintaan jasa.
4. Saluran distribusi dalam pemasaran jasa tidak begitu penting, saluran distribusi dalam pemasaran jasa kepentingannya semakin menurun seiring dengan penggunaan aplikasi teknologi informasi dalam memperoleh pelayanan jasa.
5. Dipengaruhi oleh opini publik, jasa sangat dipengaruhi oleh opini publik karena sifat informasi terkait dengan semakin mudahnya memperoleh jasa.

E. Kepuasan Pelanggan

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan pelanggan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelayanan yang tinggi.

F. E-Service Quality

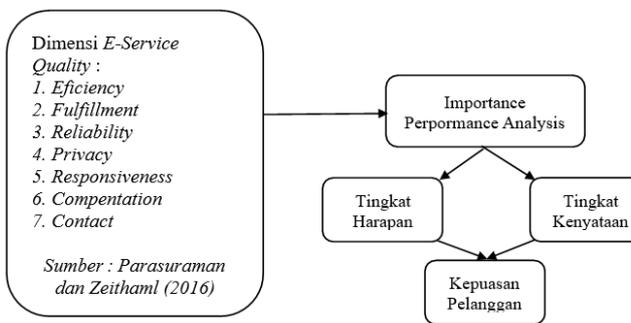
Menurut Parasuraman et al., dalam Budiman et al., (2020) e-service quality didefinisikan sebagai alat atau instrument untuk mendapatkan ukuran tingkat kepuasan pelanggan dari sebuah layanan berbasis internet yang terdiri dari pembelian dan penyampaian produk atau jasa. (Pranitasari & Sidqi, 2021, p. 13).

G. Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*

Didalam jurnal (Widiyanti, 2022, p. 52) Importance Performance Analysis adalah suatu metode pengukuran servqual yang dimana data tersebut yang digunakan adalah data tingkat kepentingan atau disebut juga tingkat harapan dari konsumen dan tingkat kinerja yang merupakan tingkat kenyataan yang dirasakan oleh konsumen.

H. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir adalah suatu konsep bagaimana teori yang diambil berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai sebuah masalah. Berdasarkan permasalahan yang ada, maka PT Telkom Indonesia harus melakukan sebuah tindakan pada aplikasi tersebut. Penelitian ini penulis menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengetahui pelayanan elektronik dari aplikasi Myindihome



Sumber: Data Olahan Penulis,2022

III. METODE

A. Pendekatan Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:147) penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan bertujuan untuk menganalisis data. (Aulia & Yulianti, 2019, p. 71)

B. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:7) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. (Aulia & Yulianti, 2019, p. 71)

C. Variabel Operasional

Didalam jurnal (Purwanto, 2019, p. 343) menurut Sugiyono Variabel Penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditariklah suatu kesimpulan. Menurut Klinger variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari, sehingga merupakan representasi konkrit dari konsep abstrak.

D. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2012) skala pengukuran adalah acuan dalam menentukan panjang pendeknya interval, bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Christoper & Kristianti, 2020, p. 7).

E. Alat Pengukur Data

Dalam melakukan penelitian alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2016) metode kuesioner adalah caramengumpulkan informasi atau data dengan menyajikan pertanyaan-pertanyaan untuk responden (Nepardeni & Irmawita, 2022, p. 77).

F. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah bidang yang digeneralisasikan, yaitu terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik yang ditunjukkan oleh peneliti untuk penelitian dan diartikan sebuah kesimpulan (Syahwildan & Damayanti, 2022, p. 440). Populasi yang diambil dari pengguna aplikasi dari Myindihomernoullie bagi pengguna diseluruh wilayah Kota Karawang.

Menurut Sugiyono sampel (2017:81) menyatakan bahwa bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh

populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sedang memakai aplikasi Myindihome untuk wilayah Kota Karawang. (Budaya et al., n.d., p. 7)

G. Sumber Data Primer dan Sekunder

Menurut Sugiyono (2016:255) data primer merupakan data secara langsung dapat memberikan data yang dibutuhkan kepada pengumpul data. (Erliyana et al., 2022, p. 107) Dalam penelitian ini peneliti akan menyebarkan kuesioner yang dilakukan secara online didalam kuesioner terdapat pertanyaan – pertanyaan mengenai tentang aplikasi Myindihome.

Menurut Sugiyono (2016:255) data sekunder merupakan data yang tidak diberikan secara langsung data yang dibutuhkan kepada pengumpul data, biasanya data ini berbentuk file, dokumen, atau melalui orang lain (Erliyana et al., 2022, p. 107). Informasi lain juga bisa didapatkan melalui situs – situs web yang relevan dan data yang didapat asli dan tidak ada rekayasa.

H. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Hartaroe et al., 2016, p. 65). Uji validitas itu sendiri berguna untuk menguji sebuah kuesioner yang disebar apakah valid atau tidaknya jawaban yang diberikan para responden.

Menurut Ghazali (2018) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner. Kuesioner disebut reliabel atau jika jawaban yang diberikan oleh responden konsisten dan stabil. (Hartaroe et al., 2016, p. 65).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, pengumpulan data secara primer dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner online melalui google form. Wilayah penyebaran kuesioner ini untuk wilayah Karawang dan jumlah responden yang dibutuhkan 100 responden dengan menggunakan rumus Bernoulli.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang akan dijelaskan dan dianalisa dari hasil data yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada masyarakat Karawang yang menggunakan aplikasi Myindihome. Data yang sudah didapat menjelaskan karakteristik responden yang berisi jenis kelamin, usia, profesi, dan pendapatan.

C. Diagram Kartesius

Diagram kartesius adalah suatu bangunan yang dibagi menjadi 4 bagian yang dibatasi oleh dua garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik (x,y) yang dimana merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan dan y adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Purnomo & Rianadadi, 2015, p. 57)

V. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian e-service quality pada aplikasi Myindihome di wilayah Karawang mendapatkan hasil yang sangat baik dan memuaskan. Dari 100 responden yang diteliti menjawab sesuai dengan harapan dan kenyataan mereka, jadi pelanggan Indihome yang menggunakan aplikasi Myindihome sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Hasil dari perhitungan e-service quality pada aplikasi Myindihome untuk wilayah Karawang dengan menggunakan metode Importance, Performance Analysis (IPA). Dengan menghitung skor harapan dan kenyataan, dan didapatkan skor harapan sebesar 84,2% dan skor kenyataan sebesar 82,8%. Dan skor tersebut dinyatakan sangat baik.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat saran yang dapat diajukan bagi perusahaan yaitu:

1. Pada penelitian ini ada dua dimensi yang performanya turun jadi perusahaan harus membenahi permasalahan tersebut dan untuk dimensi lainnya agar tetap performanya dipertahankan dan ditingkatkan supaya pelanggan tetap loyal dan puas terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Pada penelitian ini ada item pertanyaan mengenai "Fitur aplikasi MyindiHome berfungsi sebagaimana mestinya" yang dimana pada item ini mendapatkan skor persentasenya 78,25% item pertanyaan ini nilainya rendah dari pertanyaan yang lain, kemungkinan besar aplikasi tersebut agak susah bagi pelanggan dalam mengoperasikannya dan agak membingungkan bagi pelanggan, jadi bagi perusahaan bisa melakukan pembenahan pada fitur-fitur pada aplikasi Myindihome
3. Pada penelitian ini ada item pertanyaan mengenai "Layanan yang diberikan sudah memenuhi kebutuhan konsumen" yang dimana pada item ini mendapatkan skor 78,5% item pertanyaan ini nilainya rendah dari pertanyaan yang lain kemungkinan besar pada layanan yang diberikan oleh aplikasi masih kurang memuaskan atau kurang maksimal kepada pelanggan, jadi perusahaan harus lebih siap dan sigap dalam menangani pelanggan, diantaranya pemesanan pemasangan, pemilihan paket-paketnya dan lain sebagainya.
4. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel e-service quality yang memiliki pengaruh yang baik dari secara keseluruhan item pertanyaan, maka peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya, untuk meneliti berbagai faktor-faktor lainnya mengenai aplikasi Myindihome.
5. Objek pada penelitian ini khususnya dikawasan Karawang, sebaiknya peneliti akan memperluas objek

penelitian agar ruang lingkupnya semakin luas dan semakin banyak memperoleh hasil yang lebih baik.

REFERENSI

- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding "a Land of Harmony" Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 1,2, 3(3), 71. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Christoper, S. W. H., & Kristianti, I. (2020). Hubungan E-Commerce Dan Literasi Keuangan Terhadap Kelangsungan Usaha Di Boyolali. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.1-12>
- Erliyana, R., Pauzy, D. M., & Lestari, S. P. (2022). The Influence Of Promotions And Consumer Perceptions On The Decision To Repurchase Xpander Cars In Tasikmalaya (Survey on Consumers of Mitsubishi Xpander in Tasikmalaya). *Jurnal Fokus Manajemen*, 2(1), 105–108. <https://doi.org/10.37676/jfm.v2i1.2222>
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). Prodi manajemen. 82–94.
- Mindari, E. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Hotel Pelangi Sekayu. *Jurnal Ekonomika*, 12(1), 13–26. <https://doi.org/10.35334/jek.v12i1.1753>
- Nepradani, M., & Irmawita, I. (2022). The activities of the Taklim Council during the Covid-19 Pandemic at the Al Ittihad Gadut Mosque Kecamatan Pauh Kota Padang. *SPEKTRUM: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*, 10(1), 76. <https://doi.org/10.24036/spektrumpls.v10i1.112023>
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12–31.
- Priyono, S. ibad; R. A. A. (2018). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA(Product, Price, Place, Promotion, Process, people, and Physical Evidence) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study Kasus Pada Jasa Transportasi CV King Tour And Trave). *E – Jurnal Riset ManajemenPRODI MANAJEMEN*, 7(2), 167–179.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Syahwildan, M., & Damayanti, T. (2022). Fintech terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 438–443. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.608>
- Widiyanti, W. (2022). Evaluasi Servqual pada Petshop Indonesia menggunakan Metode IPA dan. 20(1).