

Analisis Kualitas Layanan Bisnis Jasa/E-Commerce

Mahfudnurnajamuddin¹, Suriyanti², Husnul Khatimah³, Rahma Anugra Putri⁴
^{1,2,3,4} Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muslim
Indonesia

mahfud.nurnajamuddin@umi.ac.id, suriyanti.mangkona@umi.ac.id, khusnulhatimah988@gmail.com, rahmaanugraputri01@gmail.com

Published: January , 2026

ABSTRAK

Dari beberapa konsep bisnis pemanfaatan teknologi yang berkembang, *e-business* menjadi sorotan bisnis yang tergolong masih baru dan akan terus berkembang secara luas seiring berjalannya waktu. *E-commerce* memiliki dampak yang sangat besar dalam dunia bisnis, terutama pada proses penyempurnaan marketing perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. *E-commerce* seperti memiliki daya tarik yang kuat sehingga banyak pribadi atau organisasi tertarik untuk menjalankan bisnis ini. Banyak juga situs – situs *e-commerce* yang sudah dipercaya oleh masyarakat namun masih terdapat beberapa user yang melakukan penipuan. Akan tetapi sebagian besar masyarakat sudah percaya dengan transaksi online, hal ini sesungguhnya merupakan peluang bagi industri *e-commerce* untuk berkembang. Namun masih ada masalah klasik yang perlu diperbaiki seperti masalah keamanan, penanggulangan penipuan dan proses pengembalian barang jika terjadi ketidaksesuaian. Akan tetapi sebenarnya potensi untuk bertransaksi online masih terbuka lebar jika dilihat dari hasil presentase pada pertanyaan – pertanyaan kuesioner.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Bisnis jasa, *E-commerce*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Internet yang berkembang secara cepat menyebabkan lahirnya dunia baru yang disebut dunia maya. Di dunia maya, setiap pribadi memiliki hak yang sama untuk memberikan dan mendapatkan informasi tanpa batasan dan penghalang. Globalisasi yang sempurna sebenarnya telah terjadi di dunia maya, karenanya setiap komunitas digital dapat terhubung satu sama lain.

Pada era globalisasi seperti ini, teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat kompleks dan pesat dalam beberapa tahun terakhir yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk pada dunia bisnis. Perkembangan ini memunculkan istilah-istilah baru yang tidak asing lagi bagi kita, seperti *e-business*, *e-commerce*, *e-learning*, *e-university*, *e-book*, *e-banking*, dan istilah sejenis yang beredar.

Dari beberapa konsep bisnis pemanfaatan teknologi yang berkembang, *e-business* menjadi sorotan bisnis yang tergolong masih baru dan akan terus berkembang secara luas seiring berjalannya waktu. *E-commerce* memiliki dampak yang sangat besar dalam dunia bisnis, terutama pada proses penyempurnaan marketing perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. *E-commerce* seperti memiliki daya tarik yang kuat sehingga banyak pribadi atau organisasi tertarik untuk menjalankan bisnis ini.

Angka mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan memenuhi kebutuhan akan jasa dan barang secara cepat sesuai permintaan konsumen. Oleh karena itu, *e-commerce* hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut. *E-commerce* menjadi penghubung antara penyedia jasa atau barang dengan konsumen. Melalui *e-commerce*, setiap pribadi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk berhasil dan bersaing dalam dunia bisnis di dunia maya. Pada kesempatan kali ini penyusun akan menelaah lebih dalam mengenai *e-commerce*.

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang- peluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronika. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan perbuatan hukum seperti misalnya melakukan jual-beli. Perkembangan *internet* memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita.

Internet membantu kita sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan melakukan perdagangan dengan orang dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah. beberapa tahun terakhir ini dengan begitu merebaknya media *internet* menyebabkan banyaknya perusahaan yang mulai mencoba menawarkan berbagai macam produknya dengan menggunakan media ini. Dan salah satu manfaat dari keberadaan *internet* adalah sebagai media promosi suatu produk. Suatu produk yang dionlinekan melalui internet dapat membawa keuntungan besar bagi pengusaha karena produknya di kenal di seluruh dunia.

Penggunaan *internet* tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang sekarang di Indonesia telah mulai diperkenalkan melalui beberapa seminar dan telah mulai penggunaannya oleh beberapa perusahaan yaitu *electronic commerce* atau yang lebih dikenal dengan *e- commerce*, yang merupakan bentuk perdagangan secara elektronik melalui media internet. *E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media *internet*.

Jadi proses pemesanan barang dikomunikasikan melalui *internet*. Keberadaan *e-commerce* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena *e-commerce* memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual (*merchant*) maupun dari pihak pembeli (*buyer*) di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua benua berbeda sekalipun. Dengan *e- commerce* setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negoisasi. Oleh karena itu jaringan *internet* ini dapat menembus batas geografis dan teritorial termasuk yurisdiksi hukumnya.

METODE

Penelitian ini diawali dengan analisis terhadap beberapa platform *e-commerce* (seperti Lazada, Shopee, Blibli, Bukalapak, OLX, Elevenia, dan lain-lain) untuk memahami penerapan perlindungan transaksi, termasuk mekanisme *escrow* serta aspek keamanan dan hak perlindungan penjual. Analisis dilakukan untuk menilai kenyamanan, keamanan, dan kemudahan penggunaan aplikasi jual-beli online melalui pengamatan sistem keamanan pengiriman, keamanan metode pembayaran (kartu kredit, *PayPal*, transfer, dan lainnya), uji coba pembelian untuk memastikan kesesuaian barang, simulasi transaksi pada penjual kurang terpercaya untuk melihat penanganan penipuan, pengukuran tingkat kepercayaan antara penjual dan pembeli, serta evaluasi manfaat dan persepsi masyarakat terhadap *e-commerce*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada dosen mata kuliah Interaksi Manusia dan Komputer guna menggali karakteristik, tujuan, dan manfaat *e-commerce*, disertai uji fitur, menu, serta prosedur pengembalian barang, kemudian dilengkapi dengan kuesioner kepada responden secara lebih luas agar data yang diperoleh lebih objektif dan efisien, dengan hasil yang selanjutnya diolah menggunakan aplikasi pengolahan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh dari Teknik kuesioner dengan topik analisis bisnis *e-commerce* terbagi menjadi dua kategori responden berdasarkan pekerjaan/umur yaitu 10 pegawai atau yang mewakili orang dewasa dan 10 mahasiswa atau yang mewakili remaja dewasa. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS dalam pengolahan datanya karena aplikasi SPSS merupakan aplikasi yang paling data yang memberikan banyak kemudahan dan tersedia.

a. Hasil Kuesioner Dari Mahasiswa

Tabel Data Kuesioner Dari Mahasiswa banyak digunakan untuk proses pengolahan banyak visual grafiknya seperti tabel, diagram, histogram dll.

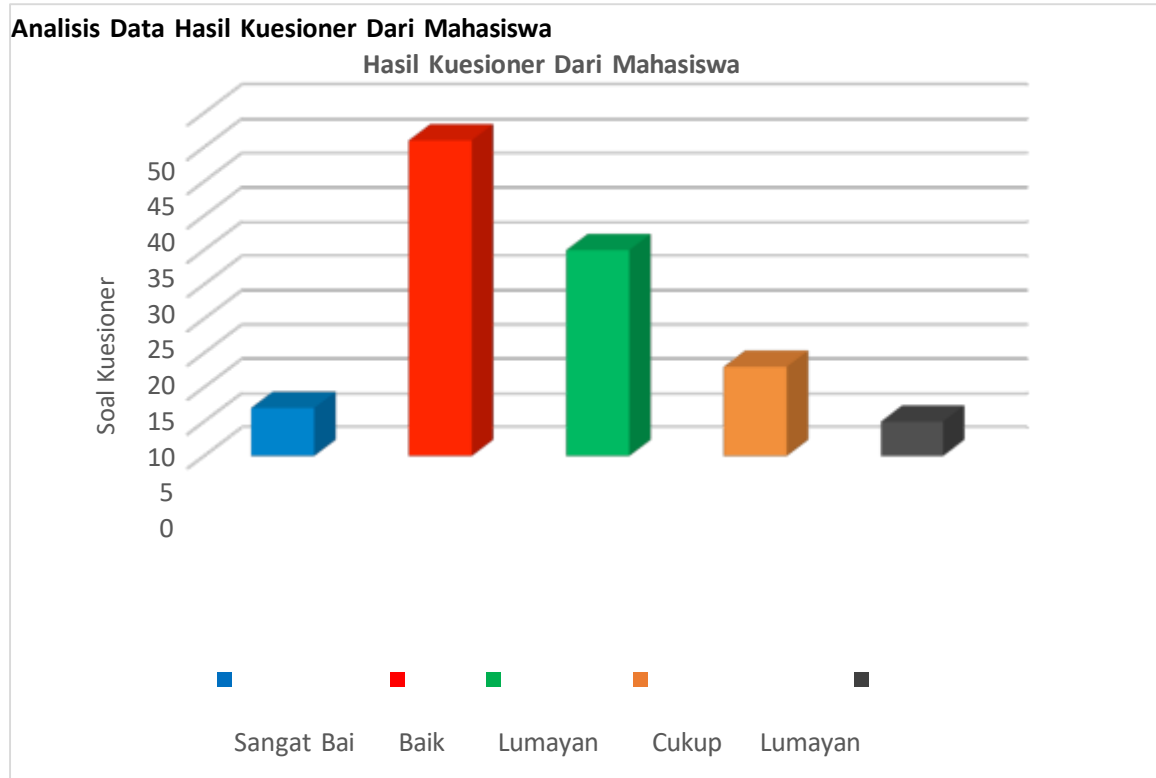
Tabel 1. Hasil Kuesioner Dari Mahasiswa

Indikator Jawaban	Soal – Soal Kuesioner										Jumlah
	Soal 1	Soal 2	Soal 3	Soal 4	Soal 5	Soal 6	Soal 7	Soal 8	Soal 9	Soal 10	
A	0	0	0	0	0	1	0	5	0	1	7
B	3	5	5	3	8	7	2	3	5	5	46
C	5	2	2	6	2	1	3	2	2	5	30
D	2	3	2	1	0	1	2	0	2	0	13
E	0	0	1	0	0	0	3	0	1	0	5

Dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada 10 responden yang berdasarkan pekerjaan yaitu pegawai atau mewakili orang dewasa diperoleh data- data penilaian mahasiswa mengenai bisnis *e-commerce* berdasarkan indikator jawaban yang telah ditetapkan. Adapun jumlah poin yang didapatkan dari hasil kuesioner mahasiswa adalah sebagai berikut :

- 1) Pada Indikator jawaban
(E) yang terdiri dari 10 soal yang dibagikan terdapat sebanyak 7 mahasiswa memilih jawaban Sangat Baik
- 2) Pada Indikator jawaban
(B) yang terdiri dari 10 soal yang dibagikan terdapat sebanyak 46 mahasiswa memilih jawaban Baik
- 3) Pada Indikator jawaban
(C) yang terdiri dari 10 soal yang dibagikan terdapat sebanyak 30 mahasiswa memilih jawaban Lumayan.
- 4) Pada Indikator jawaban
(D) yang terdiri dari 10 soal yang dibagikan terdapat sebanyak 13 mahasiswa memilih jawaban Cukup Lumayan.
- 5) Pada Indikator jawaban
(E) yang terdiri dari 10 soal yang dibagikan terdapat sebanyak 5 mahasiswa memilih jawaban Tidak Baik Semua data yang diperoleh diatas selanjutnya akan diproses dan dibuat dalam bentuk diagram batang untuk mengukur indikator jawaban yang mana paling tinggi maupun paling rendah penilai dari mahasiswa terhadap bisnis *e-commerce* kemudian dilakukan analisis yang mendalam dan teliti sehingga dapat diperoleh suatu hasil atau kesimpulan yang baik dan benar berdasarkan diagram tabel yang ditampilkan.

b. Analisis Data



Dari representasi diagram batang diatas dapat diasumsikan bahwa dari 5 indikator jawaban yang ada jawaban baik (B) merupakan jawaban yang paling tinggi penilaiannya dengan presentase 46% artinya kebanyakan mahasiswa memilih jawaban baik dari 10 soal yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis *e-commerce* dalam pandangan mahasiswa merupakan bisnis yang baik. Dalam bisnis *e-commerce* kebanyakan dari mahasiswa menganggap bahwa proses pembelian barang dan sistem keamanan pada *e-commerce* menjadi presentase yang paling tinggi memilih baik.

Untuk waktu pengiriman paket barang, kenyamanan transaksi dan proses pengembalian barang pada *e-commerce* sebagian mahasiswa (30%) menganggap sudah lumayan. Hal ini dikarenakan mungkin waktu pembelian barang ada yang tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan, kurang nyaman dalam bertransaksi karena masih ragu dalam keamanan dan proses pengembalian yang terbatas.

Dalam bisnis *e-commerce* ternyata sebagian kecil (7%) mereka merasa bahwa kemudahan proses pembelian barang dianggap paling baik/sangat baik. Hal ini disebabkan karena fitur – fitur yang lengkap pada aplikasi *e-commerce*, jenis – jenis barang yang disediakan sudah lengkap, pemilihan proses pembayaran yang lengkap, proses pencarian barang yang mudah sehingga sangat memudahkan dalam proses pembelian barang.

Pada bisnis *e-commerce* sebagian kecil dari mahasiswa (13%) menilai bahwa faktor keamanan pengiriman barang masih sangat kurang/cukup lumayan. Hali ini disebabkan karena mahasiswa masih takut terjadi penyalahgunaan informasi finansial seperti penipuan dll. Selain itu mahasiswa juga takut jika barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang diterima.

Berdasarkan dari hasil analisis bisnis *e-commerce* maka dapat dikatakan bahwa bisnis ini sudah cocok untuk dijadikan sebagai pusat untuk memenuhi kebutuhan hidup secara efisien dan efektif baik dari penjualan maupun pembelian barang karena tidak harus meninggalkan tempat untuk membeli/menjual barang, cukup melalui internet. Bukan hanya itu yang membuat bisnis *e-commerce* menjadi pilihan nomor satu masyarakat dalam menjual dan membeli barang untuk memenuhi kebutuhan hidup tapi masih banyak yang factor lainnya.

Dalam era digital seperti zaman sekarang memang sudah banyak perusahaan – perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis *e-commerce* sehingga menumbuhkan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Hal ini juga mendorong masyarakat untuk bergabung dalam dunia bisnis ini. Baik menjadi penjual maupun pembeli karena *e-commerce* banyak memberikan

kemudahan – kemudahan dalam menggunakannya serta memanjakan penggunanya. Akan tetapi, kasus – kasus pelanggaran juga masih banyak terdapat pada *e-commerce* seperti penipuan, penyalahgunaan informasi, pembobolan dan masih banyak pelanggaran lainnya sehingga sebagian juga masyarakat masih ragu – ragu menggunakan dan menjalankan bisnis *e-commerce*.

Dalam menggunakan bisnis *e-commerce* menurut kebanyakan atau mayoritas besar masyarakat beranggapan sudah baik hal ini dikuatkan dengan adanya hasil penelitian yang telah dilakukan dan didapatkan hasil bahwa sebenarnya masyarakat menilai bisnis *e-commerce* itu baik bukan hanya dari satu sisi melainkan dari berbagai sudut pandang tentang *e-commerce*. Jika diperhatikan secara mendalam kebanyakan masyarakat sudah banyak yang menggunakan bisnis ini untuk menunjang kebutuhan hidup mereka. Faktor yang membuat masyarakat banyak menggunakan *e-commerce* itu adalah dari kenyamanan transaksi, kemudahan dalam melakukan proses pembelian, waktu pengiriman paket barang yang tepat serta keamanan yang baik dan masyarakat mayoritas memang sudah percaya pada bisnis *e-commerce* ini.

Bahkan terdapat beberapa orang yang beranggapan bahwa bisnis *e-commerce* ini sangat baik jika dilihat dari kemudahan proses pembelian. Hal ini disebabkan karena bisnis *e-commerce* sangat membantu masyarakat karena tidak perlu meninggalkan tempat untuk berbelanja ataupun menjual cukup hanya menggunakan gadget saja kita sudah bisa melakukan transaksi jual beli sehingga tidak banyak menyita waktu. Namun, masih ada sebagian masyarakat yang beranggapan bahwa bisnis *e-commerce* ini lumayan atau cukup lumayan. Alasan mereka beranggapan begitu terkait dengan keamanan transaksi menggunakan Kartu Kredit sebagai metode pembayaran.

Sebagian besar mereka ragu melakukan pembayaran dengan Kartu Kredit hal ini dikaitkan dengan banyaknya terjadi korban penipuan yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Selain dari Metode pembayaran dengan menggunakan kartu kredit, proses penanggulangan penipuan juga menjadi kendala yang besar bagi sebagian masyarakat. Hal ini tentu menurunkan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan bisnis *e-commerce*. Dan memang banyak yang terjadi kasus penipuan pada bisnis ini dan pihak dari *e-commerce* terkadang tidak bertanggung jawab dengan penipuan yang terjadi akan tetapi ada juga sebagian pihak yang bertanggung jawab dan bahkan mengembalikan uang jika barang tidak sampai ke tangan penerima. Terdapat juga masalah baru didalam bisnis ini sehingga membuat pembeli jadi kesal yaitu terkadang barang yang dijual atau dipesan tidak sesuai dengan barang yang dikirim/diterima dan jika terjadi proses pengembalian barang terkadang membutuhkan waktu yang agak lama sehingga membuat masyarakat menjadi tidak sabar dan lebih memilih belanja langsung dibanding menunggu barang kembali yang telah ditukar.

Dan terakhir terdapat juga sebagian kecil masyarakat yang masih sama sekali tidak percaya dengan bisnis ini bahkan mereka menilai bisnis ini tidak baik dimata mereka sehingga lebih cenderung untuk berbelanja langsung ditoko, mall dan tempat perbelanjaan lainnya. Hal ini disebabkan walaupun sebagian besar masyarakat sudah menilai baik namun terdapat kekurangan – kekurangan pada bisnis *e-commerce* yang menjadikan juga sebagian orang tidak percaya dan menilai buruk. Kekurangan – kekurangan yang dimaksud dalam hal ini adalah lagi – lagi proses penanggulangan masyarakat dan keamanan transaksi menggunakan Kartu Kredit. Dua alasan kuat inilah yang menyebabkan didalam masyarakat masih terdapat sebagian kecil orang – orang yang tidak lagi mau menggunakan bisnis *e-commerce*. Hal ini terjadi karena mungkin mereka sudah menggunakan bisnis ini namun mereka ditipu dan pihak dari *e-commerce* tidak bertanggung jawab dalam masalah itu sehingga membuat mereka tidak percaya lagi dengan bisnis

Sedangkan presentasi indikator jawaban yang paling rendah adalah tidak baik. Dalam hal ini sangat sedikit (5%) mahasiswa menilai bahwa penanggulangan penipuan pada *e-commerce* tergolong tidak baik karena sudah banyak mahasiswa yang menjadi korban penipuan di jual – beli online. Penipuan pada *e-commerce* sudah banyak yang beredar hal ini gampang dilakukan karena tingginya kepercayaan pembeli pada penjual tanpa bukti dan jaminan yang jelas. Foto barang yang dipesan dan foto bukti pengiriman yang membuat pembeli jadi percaya. Dan dalam *e-commerce* penanggulangan penipuan masih sangat kurang dan bahkan ada pihak *e-commerce* yang tidak mau membantu pembeli jika terjadi penipuan dengan alasan kesalahan pembeli sendiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa transaksi online sebenarnya cukup efisien dari segi waktu dan *effort*, namun belum kuatnya regulasi di dalam negeri sehingga membuat orang eggan, karena tidak adanya perlindungan hukum terhadap terjadinya *fraud* (penyalahgunaan informasi finansial). Selain itu kasus kriminalitas transaksi online yang dipublish cukup dahsyat dan kurangnya publishing mengenai *benefit* (manfaat) transaksi online sehingga membuat sebagian orang menilai bisnis ini lumayan/cukup lumayan dan bahkan ada yang menilai tidak baik.

Bukan hanya itu, banyak juga situs – situs *e-commerce* yang sudah dipercaya oleh masyarakat namun masih terdapat beberapa user yang melakukan penipuan. Akan tetapi sebagian besar masyarakat sudah percaya dengan transaksi online, hal ini sesungguhnya merupakan peluang bagi industri *e-commerce* untuk berkembang. Namun masih ada masalah klasik yang perlu diperbaiki seperti masalah keamanan, penanggulangan penipuan dan proses pengembalian barang jika terjadi ketidaksesuaian. Akan tetapi sebenarnya potensi untuk bertransaksi online masih terbuka lebar jika dilihat dari hasil presentase pada pertanyaan – pertanyaan kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, Taufik, 2025, Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce, Mediakita, Jakarta.
- Laudon, Kenneth C, dkk, 2024, Sistem Informasi Manajemen Edisi 10 Buku 2, Salemba Empat, Jakarta.
- Munawar, Kholil. 2024. E-commerce. <http://staff.uns.ac.id>.
- Suyanto M, 2024, Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia, Andi, Yogyakarta.
- Wong, Jony, 2025, Internet Marketing for Beginners, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Varmaat, Shelly Cashman, 2025, Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental Edisi 3, Salemba Infotek, Jakarta.
- Griffin, Ricky W and Ebert, Ronald J, 2025. Business, 8th edition, Pearson Education Inc, New Jersey
- Madura, Jeff. 2024. Introduction to Business. 4th South-Western College Publishing, USA
- Robbins, S. And Coulter, M. 2024. Management. 7th Prentice Hall, Inc. Upper Sadle River, New Jersey
- Griffin, Ricky W. 2025. Fundamental of Management. 4th Houghton Mifflin Company
- Daft, Richard. 2024. Manajemen. Eisi ke-5 Jilid 1 dan 2. Erlanggan, Jakarta
- Hanafi, Mamduh M. 2024. Manajemen. Edisi Revisi. UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Baum, D. dalam Purbo, O. W. (2024). *Mengenal e-commerce*. Jakarta: PT. Elex Komputindo
- Fuady, M. (2024). *Pengantar hukum bisnis*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti Sukarmi, (2008). *Cyber law: kontrak elektronik dalam bayang-bayang pelaku usaha (cyberlaw indonesia)*. Bandung : TBO