

IMPLEMENTASI *E-SERVICE QUALITY* PADA *E-COMMERCE* KOMUNITAS MUSLIMAH *ENTREPRENEUR*

IMPLEMENTATION E-SERVICE QUALITY ON MUSLIMAH ENTREPRENEUR COMMUNITY E-COMMERCE

Nur Chasanah*¹, Tiladela Luhita², Shafa Rizki Fandestika¹

*Email: nurchasanah.ftunsoed@gmail.com

¹Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Jenderal Soedirman

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

Abstrak— Perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis pada masyarakat. Masyarakat bisnis semakin berinovasi untuk dapat memberikan layanan yang terbaik bagi konsumennya, khususnya secara *online* agar dapat memenangkan persaingan bisnisnya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengimplementasikan *e-service quality* pada *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* untuk dapat meningkatkan kualitas layanan berbasis web. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *waterfall* serta menggunakan bahasa pemrograman PHP dan basis data MySQL pada pengembangan sistemnya. Implikasi hasil dari pengimplementasian *e-service quality* pada *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* ini dapat meningkatkan kualitas layanan terbukti dengan peningkatan jumlah penjualan bagi anggota komunitas muslimah *entrepreneur* dan juga kepuasan konsumen yang lebih baik ketika menerapkan *e-service quality* pada *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur*.

Kata kunci — *E-service quality*, *e-commerce*, komunitas, *waterfall*.

Abstract— Technological developments which is increase rapidly at this time is very influential on business development in society. Highly innovating business community is trying to be able to provide the best service for its customers, especially online in order to win the business competition. The purpose of this research is to implement *e-service quality* in the *e-commerce* of muslim entrepreneurs community, so they will be able to improve the quality of web-based services. The method used in this research is waterfall method, PHP programming language and MySQL database are employed on system development. The implication of the result of the implementation of *e-service quality* in the *e-commerce* of muslim community of entrepreneurs can improve the quality of proven services by increasing the number of sales for members of the muslim community of entrepreneurs as well as better consumer satisfaction when applying *e-service quality* to *e-commerce* community muslim entrepreneur.

Keywords — *E-service quality*, *e-commerce*, community, *waterfall*.

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini semakin berkembang pesat serta merambah pada hampir semua bidang kehidupan masyarakat [1]. Dengan berkembangnya teknologi informasi semua kebutuhan masyarakat saat ini dapat terfasilitasi dengan mudah dan cepat. Hal tersebut tentu sangat berpengaruh terhadap salah satu kebutuhan masyarakat yaitu perkembangan bisnis. Peran

teknologi informasi pada perkembangan bisnis saat ini sangat kuat, hal tersebut terlihat dari banyaknya model bisnis yang memanfaatkan internet sebagai salah satu sarana dalam memasarkan produknya.

Pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang perniagaan telah berkembang pesat melalui sejumlah perubahan yang sangat signifikan dalam bentuk digitalisasi, mobilitas modal dan liberalisasi informasi [2]. Bisnis di era teknologi internet atau yang lebih dikenal dengan istilah *e-commerce*

(*electronic commerce*) akhir-akhir ini telah marak dengan munculkan ribuan masyarakat yang memasarkan barang dagangannya melalui *website*. Oleh karena itu, kebutuhan utama dalam merancang *e-commerce* adalah merupakan sarana penting untuk menyebarluaskan informasi mengenai beragam keunikan produk dan memperluas area pangsa pasar dengan sasaran untuk meraih keuntungan dan daya saing yang lebih kompetitif dan bersifat global [3].

Persaingan yang ketat tentu menjadikan masyarakat semakin termotivasi untuk memberikan layanan yang terbaik pada bisnisnya di dunia maya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Lin [4] dibuktikan bahwa minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh *e-service quality* yang diberikan oleh toko *online*. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan yang berpengaruh dalam persaingan bisnis. Adopsi kualitas layanan yang baru khususnya di dunia *e-commerce* adalah kualitas layanan berbasis *web*. Kualitas layanan *online* (*e-service quality*) adalah tingkat *website* yang dapat memfasilitasi secara efektif dan efisien untuk melakukan pembelian, penjualan dan pengiriman baik produk maupun jasa [5]. Berbeda dengan kualitas layanan penjualan di *offline store*, kualitas layanan penjualan di *online store* dinilai dari 5 (lima) aspek, yaitu *web design*, *reliability*, *responsiveness*, *trust* dan *personalization*. Pada salah satu aspek yang akan diimplementasikan yaitu *responsiveness*, desain *website* pada sistem *e-commerce* pada penelitian ini mampu menyesuaikan dengan layer perangkat yang digunakan, terutama *smartphone*. Berbagai aplikasi baik gratis maupun berbayar melalui *smartphone* membuat penggunaan aplikasi piranti lunak/*software* melalui perangkat *personal computer/PC* mulai ditinggalkan [6].

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andini dkk [7] menyatakan bahwa dengan meningkatnya persaingan antar pelaku *e-commerce* salah satu permasalahan yang dihadapi adalah penurunan minat beli konsumen terhadap toko *online* yang salah satunya disebabkan karena menurunnya kualitas layanan yang diberikan oleh toko *online* tersebut. Tujuan dari penelitian sebelumnya adalah untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* yang terdiri dari lima dimensi yaitu *website design*, *reliability*, *responsiveness*, *trust*, dan *personalization* terhadap minat beli pada *online store* Lazada Indonesia. Sedangkan kontribusi pada penelitian ini adalah mengarah kepada pengimplementasian *e-service quality* pada *e-*

commerce yang dapat digunakan sebagai pemenuhan akan kebutuhan dari komunitas muslimah *entrepreneur* untuk dapat meningkatkan kualitas layanan berbasis web serta dapat meningkatkan minat beli sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan.

Komunitas muslimah *entrepreneur* merupakan komunitas yang memfasilitasi anggotanya dalam melaksanakan bisnis *Consumer to Consumer (C2C)* secara *online* baik berupa produk barang maupun jasa. Komunitas ini terdiri dari berbagai macam bisnis, seperti bisnis makanan, fashion, dan lain sebagainya. Permasalahan yang ada pada komunitas muslimah *entrepreneur* adalah kurangnya minat beli serta kurangnya pelayanan secara *online* yang dapat membuat konsumen komunitas muslimah *entrepreneur* merasa nyaman dalam melakukan pembelian.

Agar bisnis tetap bisa bertahan dalam era teknologi saat ini, diperlukan adanya peningkatan pelayanan secara *online* agar konsumen semakin nyaman dalam melakukan pembelian. Tujuan dari pengimplementasian *e-service quality* pada penerapan *e-commerce* ini adalah sebagai bentuk peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen komunitas muslimah *entrepreneur*. Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah dapat meningkatkan minat beli dan kualitas pelayanan secara *online* pada komunitas muslimah *entrepreneur*. Semakin cerdasnya konsumen dalam memilih alternatif pemenuhan kebutuhan memicu harapan yang tinggi mengenai produk yang mereka konsumsi agar dapat diterima dan dinikmati dengan layanan yang baik dan memuaskan [8].

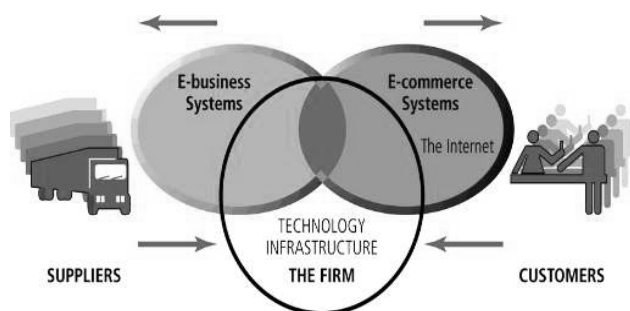
Untuk meningkatkan kualitas dan performa dari komunitas ini diperlukan suatu upaya untuk meningkatkan layanan pada bisnis *online* yang sedang dijalankan sehingga perlu adanya aplikasi *e-commerce* yang menerapkan *e-service quality* guna mendukung proses bisnis yang ada pada komunitas muslimah *entrepreneur* saat ini. Harapannya dengan adanya penelitian ini minat beli terhadap penjualan produk pada komunitas muslimah *entrepreneur* dapat meningkat dan performa pelayanan terhadap konsumen komunitas muslimah *entrepreneur*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. E-Commerce

Electronic commerce (e-commerce) yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. *E-Commerce* ini mencakup distribusi,

penjualan, pembelian, *marketing* dan servis dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain [9]. Sedangkan menurut Siregar [10], *Electronic Commerce (e-commerce)* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, di mana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dan lain-lain.



Gambar-1. Perbedaan *E-Commerce* dan *E-Business* [2].

Laudon dan Traver [2] menyatakan bahwa *E-Commerce* merupakan suatu sistem atau paradigma baru dalam dunia bisnis, yang menggeser paradigma *commerce* menjadi *electronic commerce*, yaitu dengan memanfaatkan teknologi ICT (*Informasi and Communication Technology*), atau dengan kata lain teknologi internet. Sedangkan *E-business* adalah transaksi yang menggunakan media elektronik yang dipergunakan untuk berjualan atau proses pembelian suatu atau beberapa produk menggunakan teknologi ICT. Secara umum tidak hanya melibatkan proses *selling* dan *buying* saja, akan tetapi dapat juga meliputi *online services*, *consumer relational management*, *supply chain management*, kolaborasi *business partners*, *electronic transactions* dan *electronic payment*.

Menurut Kotler dan Keller [11], *e-commerce* berarti bahwa perusahaan atau situs menawarkan untuk melakukan transaksi atau memudahkan penjualan produk dan jasa secara *online*. *E-commerce* pada gilirannya telah memunculkan *e-purchasing* (pembelian elektronik) dan *e-marketing* (pemasaran elektronik).

B. *E-Service Quality*

E-service dapat didefinisikan sebagai peran dari layanan dalam *cyberspace*. Konsep dari *service quality* pada *e-commerce* ("*e-service quality*") dapat

didefinisikan sebagai penilaian dan evaluasi keseluruhan konsumen dari mutu dan kualitas *e-service* yang ditawarkan oleh *virtual marketplace* [12]. Dengan adanya *e-service quality* dapat dilakukan evaluasi suatu pelayanan yang diberikan melalui jaringan internet. Dalam industri *e-commerce*, *e-service quality* dapat dikatakan sebagai kemampuan suatu situs *e-commerce* untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan pengiriman secara efektif dan efisien [5].

Menurut Guang Lee dan Fen Lin [13] dimensi *e-service quality* ada lima yaitu *website design*, *reliability*, *responsiveness*, *trust*, dan *personalization*.

1. *Website design*

Tampilan depan yang ditampilkan kepada konsumen dan menjadi hal yang krusial bagi toko *online*.

2. *Reliability*

Kemampuan dari suatu *website* untuk memenuhi pesanan dengan benar, mengirimkan dengan segera, dan menjaga informasi pribadi tetap aman.

3. *Responsiveness*

Kecepatan toko *online* dalam merespon pertanyaan konsumen dan kecepatan navigasi.

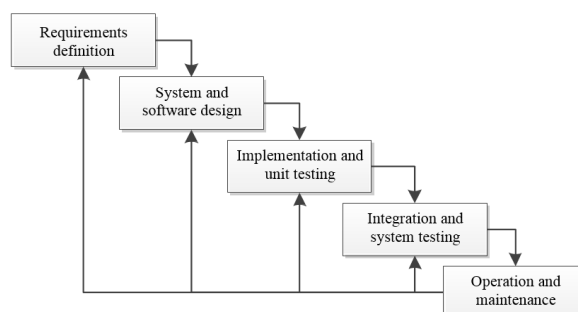
4. *Trust*

Kerelaan pelanggan untuk menerima kerentanan dalam sebuah transaksi *online* berdasarkan ekspektasi-ekspektasi positif pelanggan mengenai perilaku toko *online*.

5. *Personalization*

Perhatian individu yang diberikan toko *online* kepada pelanggan, seperti ucapan terima kasih secara personal, ketersediaan area pesan untuk pertanyaan konsumen, dan lain-lain.

III. METODE



Gambar-2. Metode *Waterfall* [14].

Metode pengembangan sistem yang dilaksanakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan

metode *Waterfall* seperti Gambar-2. Metode *Waterfall* menurut Pressman [14] terdapat 5 tahapan, yaitu tahap *requirements definition* (analisis kebutuhan), *system and software design* (desain sistem), *implementation and unit testing* (penulisan kode program), *integration and system testing* (pengujian sistem), *operation and maintenance* (penerapan dan pemeliharaan).

a. Tahap *Requirements Definition*

Tahap *requirements definition* atau analisis kebutuhan merupakan tahap pertama yang menjadi dasar proses pembuatan sistem. Tahap analisa dilakukan dengan cara studi literatur, wawancara kepada ketua komunitas dan pengumpulan data mengenai komunitas muslimah *entrepreneur*. Setelah dilakukan analisis terhadap spesifikasi kebutuhan dari komunitas ini maka akan terbentuk kebutuhan-kebutuhan pengguna atau *user requirement* yang dapat memenuhi kebutuhan *e-service quality* pada sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur*.

b. Tahap *System and Software Design*

Tahap *system and software design* atau desain sistem merupakan tahap penyusunan proses, data, aliran proses dan hubungan antar data yang paling optimal untuk menjalankan proses dan memenuhi kebutuhan pengguna sesuai dengan hasil analisa kebutuhan. Pada tahap ini akan menghasilkan dua desain, yaitu desain data dan desain antarmuka. Desain data akan menghasilkan *use case diagram*, *class diagram* dan *sequence diagram*, sedangkan desain antarmuka akan menghasilkan desain antarmuka yang akan diimplementasikan ke sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur*.

c. Tahap *Implementation and Unit Testing*

Tahap *implementation and unit testing* atau penulisan kode program merupakan tahap penerjemahan desain sistem yang telah dibuat ke dalam bentuk perintah-perintah yang dimengerti komputer menggunakan bahasa pemrograman dan basis data tertentu. Tahap ini merupakan implementasi dari tahap desain sistem. Sistem *e-commerce* ini menggunakan bahasa pemrograman PHP dan basis data MySQL.

d. Tahap *Integration and System Testing*

Tahap *integration and system testing* atau pengujian sistem merupakan tahap untuk menguji sistem yang dibuat untuk mengetahui kekurangan pada sistem sebelum digunakan. Pengujian ini

dilakukan oleh pembuat sistem dan pengguna sistem. Apabila ditemukan kekurangan maka akan disempurnakan kembali sampai sistem sesuai dengan kebutuhan dari komunitas muslimah *entrepreneur*.

e. Tahap *Operation and Maintenance*

Tahap *operation and maintenance* atau penerapan dan pemeliharaan merupakan tahap menerapkan sistem yang telah dibuat dan diuji ke dalam komunitas. Pemeliharaan dilakukan agar penggunaan dari sistem dapat terus optimal dan meminimalisir kegagalan pada sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Requirements Analysis*

Pada tahapan analisis kebutuhan dilakukan kegiatan observasi terhadap proses bisnis yang terdapat pada komunitas muslimah *entrepreneur*. Data pra penelitian didapatkan dengan melakukan wawancara secara langsung kepada ketua komunitas muslimah *entrepreneur*, Saudari Utii Patonah, dengan maksud memahami pengetahuan serta kebutuhan yang diperlukan bagi komunitas yang berjumlah sekitar 60 anggota, sehingga memunculkan gagasan yang kemudian dihasilkan kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional. Pengelolaan data yang sebelumnya dilakukan pada komunitas ini masih dilakukan secara manual sehingga diperlukan adanya pengelolaan data secara *online* dan terkomputerisasi dikarenakan jumlah anggotanya yang semakin banyak dan kebutuhan persebaran informasi yang semakin meluas.

Selanjutnya untuk mengimplemetasikan *e-service quality* dilakukan studi pustaka dan menganalisa kebutuhan yang mendukung peningkatan kualitas layanan. Hal tersebut yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan sistem *e-commerce* yang akan dibuat untuk komunitas muslimah *entrepreneur* antara lain terkait analisis terhadap desain web, *reliability*, *responsiveness*, *trust*, dan *personalization*. Dari hasil analisis kelima dimensi *e-service quality* tersebut akan diimplemetasikan pada tahap *implementation* dan *unit testing* untuk sistem *e-commerce* yang akan dibuat untuk komunitas muslimah *entrepreneur*.

Setelah melaksanakan ketiga kegiatan tersebut diatas, maka dapat ditentukan kebutuhan fungsional dan non-fungsional sesuai dengan sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur*. Kebutuhan-kebutuhan akan sistem yang akan dibuat

ditetapkan melalui konsultasi dengan pengguna sistem dan kemudian mendefinisikannya secara rinci agar didapat spesifikasi sistem. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, maka kebutuhan-kebutuhan dibagi menjadi berikut ini.

1. Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional adalah kebutuhan-kebutuhan yang memiliki hubungan langsung dengan kebutuhan *website*. Kebutuhan fungsional dari *website* ini antara lain:

- a. kebutuhan admin
 - 1) mengelola katalog
 - 2) mengelola data supplier
 - 3) mengelola data transaksi
 - 4) mengelola testimoni
 - 5) mengelola data pemesanan
 - 6) mengelola data pembayaran
 - 7) mengelola laporan
- b. kebutuhan *user*
 - 1) melihat katalog
 - 2) melihat supplier
 - 3) mengelola pemesanan
 - 4) mengisi konten testimoni
 - 5) mengelola data *use*.

2. Kebutuhan Non-Fungsional

Kebutuhan non-fungsional adalah kebutuhan yang tidak secara langsung memiliki hubungan dengan fitur tertentu dalam *website*. Kebutuhan non-fungsional dari *website* ini antara lain:

- a. Kebutuhan Perangkat Keras

Kebutuhan perangkat keras yang digunakan dalam membangun sistem ini antara lain:

 - 1) Processor : i5 5200U
 - 2) Harddisk : 500GB
 - 3) RAM : 4GB
 - 4) VGA : Nvidia 820m.
- b. Kebutuhan Perangkat Lunak

Kebutuhan perangkat lunak yang digunakan dalam membangun sistem ini antara lain:

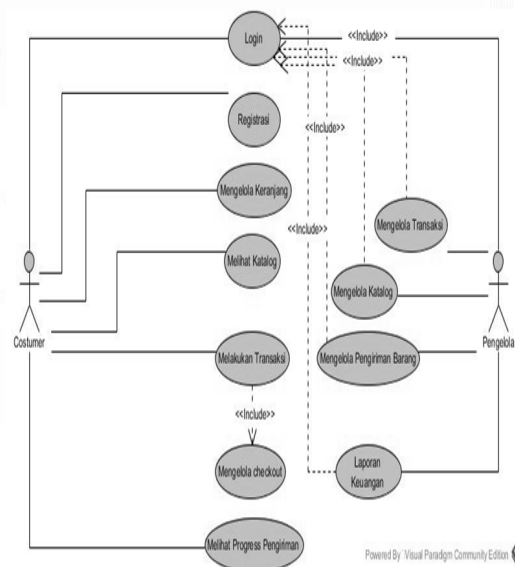
 - 1) Sistem Operasi *Windows 7*
 - 2) *Adobe Dreamweaver CS5*
 - 3) *Web Browser Mozilla Firefox*
 - 4) *MySQL* dan *phpMyAdmin 3.2.4*.

B. System and Software Design

Dari hasil analisis kebutuhan, dihasilkan gambaran desain sistem dan perangkat lunak yang akan dihasilkan dari sistem *e-commerce* komunitas

Muslimah *Entrepreneur*. Strategi dalam tahapan perancangan sistem *e-commerce* ini mengacu pada perancangan berbasis obyek.

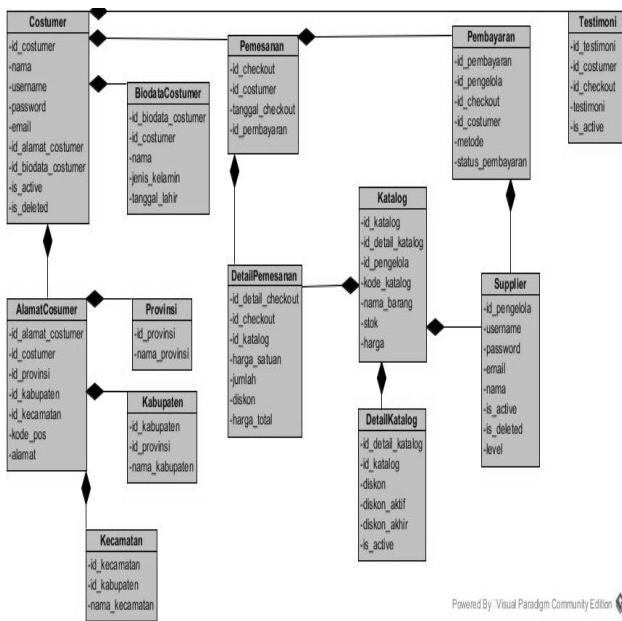
Diagram *Use Case* menjelaskan manfaat system jika dilihat menurut pandangan orang yang berada di luar sistem atau aktor. Fungsi pengelola dalam system tersebut adalah saat berhasil melakukan login ke dalam halaman pengelola, pengelola dapat melakukan aktivitas mengelola katalog, mengelola transaksi serta mengelola pengiriman barang yang masuk ke pemesanan. Fungsi pengunjung dalam hal ini adalah konsumen (*customer*) berupa kegiatan melihat katalog, mengelola pemesanan, mengelola data diri, mengelola keranjang belanja setelah sebelumnya melakukan *login* terlebih dahulu. Diagram *Use Case* dapat dilihat pada Gambar-3.



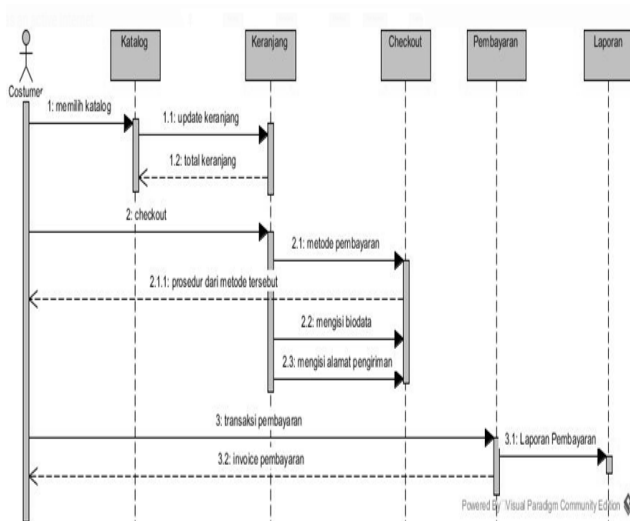
Gambar-3. Use Case Diagram Sistem E-Commerce.

Selanjutnya diagram *class* digunakan untuk menampilkan beberapa kelas beserta paket-paket yang ada dalam sistem/perangkat lunak yang digunakan dan menggambarkan pula relasi-relasi yang ada di dalamnya. Diagram *class* mendeskripsikan jenis-jenis obyek yang ada dalam sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* dan menjelaskan berbagai macam hubungan statis yang terdapat diantara obyek-obyek yang digambarkan pada diagram *class* ini. Selain itu diagram *class* juga menunjukkan *property* dan operasi sebuah *class* dan batasan-batasan yang terdapat dalam antar hubungan obyek tersebut. *Class diagram* dapat dilihat pada Gambar-4.

Setelah penggambaran *use case diagram* dan *class diagram*, *sequence diagram* juga digambarkan untuk mengetahui bagaimana suatu objek berinteraksi melalui pesan dalam pelaksanaan *use case* atau operasi. Dalam hal ini saya hanya akan menampilkan gambaran *sequence diagram* mengenai proses pemesanan dan pelaporan dari sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* ini. *Sequence Diagram* dapat dilihat pada Gambar-5.



Gambar-4. Class Diagram pada Sistem E-Commerce.



Gambar-5. Sequence Diagram pada sistem E-Commerce.

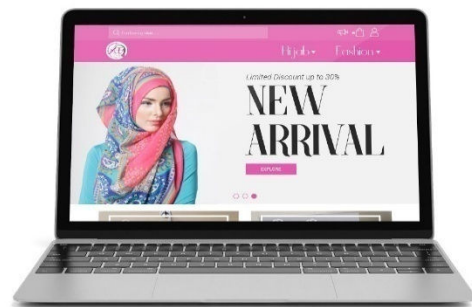
Perancangan yang dihasilkan dari *use case diagram* dan *class diagram* mengacu kepada kebutuhan dari hasil analisis kebutuhan dan juga

disesuaikan dengan elemen-elemen yang terhadap pada *e-service quality* yang akan diimplementasikan pada sistem *e-commerce* yang akan dibuat untuk komunitas muslimah *entrepreneur*.

C. Implementation and Unit Testing

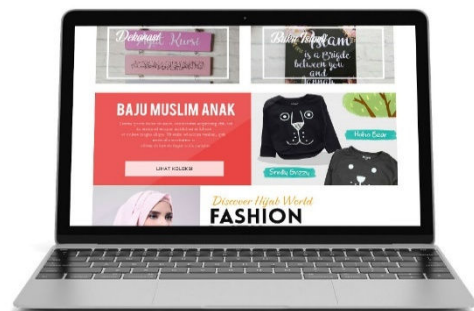
Pada tahapan ini dilakukan implementasi dari hasil perancangan yang telah dilakukan sebelumnya. Pengimplementasian sistem *e-commerce* ini langsung merujuk kepada 5 (lima) elemen yang ada pada *e-service quality* yaitu *website design*, *reliability*, *responsiveness*, *trust*, dan *personalization*. Pengimplementasian elemen-elemen *e-service quality* pada sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* disampaikan sebagai berikut.

1) Website Design



Gambar-6. Tampilan elemen desain website pada sistem E-Commerce.

Pada sistem *E-commerce* Komunitas Muslimah *Entrepreneur* memiliki fokus utama pada bisnis *fashion* hingga dekorasi untuk kaum muslimah. Dengan target pasar yang sudah jelas (kaum wanita muslim), desain maka *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* pada Gambar 6 memiliki warna dasar merah muda yang dapat melambungkan sisi *feminism* dan *charming*.



Gambar-7. Tampilan kilasan atau tawaran pada desain website E-Commerce.

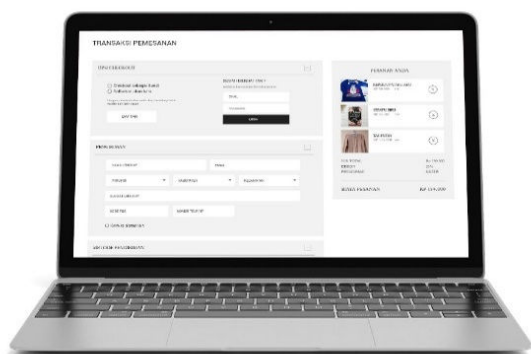
Dari sisi penempatan navigasi juga pada posisi yang mudah dijangkau, terutama pada kolom pencarian yang terletak di paling atas, hal ini dilakukan karena sebagian besar pengunjung pasti akan langsung mencari barang tertentu.

Untuk pengunjung baru juga dapat melihat berbagai macam kilasan atau tawaran yang tersedia pada *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* ini pada Gambar-7.

2) Reliability

Salah satu hal yang paling penting dalam belanja *online* adalah sampainya pesanan pelanggan tepat waktu. Selain tepat waktu, data pribadi pelanggan juga harus dijaga dan tetap bersifat *private*. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut tentunya sebuah *e-commerce* harus menyediakan metode *checkout* atau proses akhir pemesanan yang baik.

Pada sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* ini menyediakan metode yang sangat fleksibel. Misalnya pengguna tidak harus mendaftar untuk melakukan pembelian dengan begitu privasi tetap terjaga, dengan konsekuensi harus mengisi form pesanan ketika melakukan pesanan kembali. Sebaliknya, jika pelanggan sudah terdaftar, pelanggan tidak perlu repot-repot mengisi berbagai macam form ketika melakukan transaksi lagi yaitu Gambar-8.



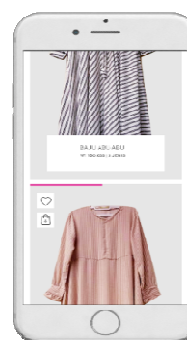
Gambar-8. Tampilan elemen Reliability E-Commerce.

Pengiriman alamat juga dapat dikirim kepada pelanggan itu sendiri atau ke alamat orang lain, yang terpenting dalam transaksi ini adalah pelanggan sudah melakukan pembayaran dari transaksi tersebut. Transaksi juga dapat dilakukan melalui berbagai metode, misalnya melalui *Virtual Account Bank*, transfer biasa, atau pembayaran langsung.

3) Responsiveness

Kemudahan saat mengakses *website* juga menjadi sebuah faktor tersendiri dimana pelanggan atau pengunjung merasa nyaman saat berada *website* tersebut. Tak terkecuali dengan *e-commerce* muslimah ini, desain *website* sudah mampu menyesuaikan dengan layer perangkat yang digunakan, terutama *smartphone* Gambar-9.

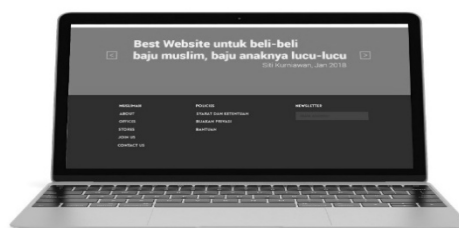
Tampilan untuk *mobile* atau *smartphone* ini dirasa sangat penting mengingat sebagian besar pengguna internet di Indonesia merupakan pengguna *smartphone*. Dengan begitu diharapkan pasar *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* ini dapat menjadi semakin luas.



Gambar-9. Tampilan elemen Responsiveness pada sistem E-Commerce.

4) Trust

Kepercayaan pelanggan merupakan hal yang harus diperhatikan ketika berdagang, terutama untuk pelanggan baru. Untuk itu, desain tampilan *website* berperan penting, desain *website* itu sendiri harus memberikan kepercayaan kepada pelanggan bahwa *website* tersebut merupakan *website e-commerce* yang berjalan (bukan scam atau semacamnya). Selain desain, komponen pada desain *website* juga harus memiliki komponen yang menunjang kepercayaan tersebut, misalnya memberikan atau menunjukkan testimoni dari pelanggan lain.

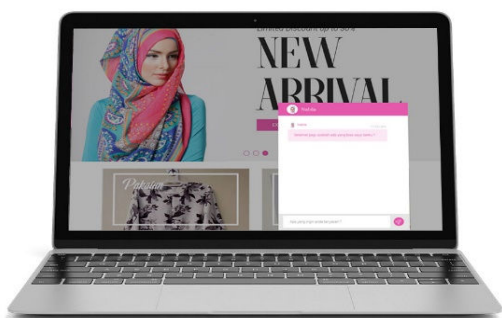


Gambar-10. Tampilan elemen trust pada sistem e-Commerce.

Pada sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* ini juga memberikan bagian yang menunjukkan bentuk kepuasan pelanggan lain pada pelayanan *e-commerce* muslimah Gambar-10, baik dari bentuk pelayanan ataupun *content* yang disajikan. Selain itu dengan banyak media sosial yang dapat ditemui sebagai penunjang kepercayaan (testimoni pelanggan biasanya di posting di media sosial).

5) *Personalization*

Kepercayaan juga dapat muncul dari adanya perhatian pihak toko. Bentuk perhatian yang diberikan dari *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* ini adalah dengan menawarkan bantuan kepada setiap pengunjung melalui personal *chat*. Bantuan ini merupakan bantuan langsung dari *customer service* bukan dari *Bot*.



Gambar-11. Tampilan elemen *Personalization* pada sistem *e-commerce*.

Fitur Gambar-11 ini diberikan dengan tujuan dapat membantu pelanggan baru atau orang awam yang tidak bisa menggunakan *e-commerce*, sehingga perhatian ini diharapkan dapat memberikan kepercayaan kepada pelanggan untuk berbelanja melalui sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* ini.

D. *Integration and System Testing*

Pengujian sistem dilakukan dengan menggunakan *black box testing* yang berdasarkan pada persyaratan fungsional sistem. Pengujian dilakukan kepada ketua komunitas muslimah *entrepreneur* dengan sekali pengujian. Kriteria pengujian dilakukan dengan cara memberikan sejumlah input yang kemudian diproses sesuai dengan tujuan fungsionalnya untuk melihat apakah program menghasilkan *output* yang dilakukan. Hasil pengujian sistem dapat dilihat pada Tabel-1.

Tabel-1. Hasil pengujian sistem *E-Commerce*.

No	Skenario	Test Case	Hasil	Kesimpulan
1.	Update jumlah keranjang	Memilih 3 macam jenis barang	Keranjang berjumlah 3 barang	Terpenuhi
2.	Menghitung total harga dengan diskon	Memilih 3 barang total Rp 200.000 dengan diskon 20%	Total harga menjadi Rp 160.000	Terpenuhi
3.	Fitur tampilan website berjalan pada semua modern browser	Website dibuka melalui firefox, chrome, edge	Fitur tampilan berjalan dengan baik	Terpenuhi
4.	Tampilan website berjalan dan menyesuaikan pada layar smartphone	Website dibuka pada smartphone	Tampilan website menyesuaikan layar	Terpenuhi
5.	<i>Customer service</i> menawarkan bantuan ke pelanggan melalui chat	<i>Customer service</i> menawarkan bantuan melalui fitur chat	Chat sampai pada pengunjung	Terpenuhi
6.	Data terkait biodata dan alamat disimpan pada database	Pelanggan melakukan registrasi dan transaksi	Data tersimpan pada database	Terpenuhi
7.	Sistem dapat menampilkan testimoni yang terpilih untuk ditampilkan pada halaman depan.	Mengaktifkan beberapa testimoni terpilih	Testimoni muncul di halaman depan	Terpenuhi

Pengujian dilakukan terhadap sistem *E-Commerce* yang telah dibuat untuk komunitas muslimah *entrepreneur*. Pengujian berfokus pada proses masukan dan keluaran sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* sehingga sesuai dengan kebutuhan komunitas muslimah *entrepreneur*.

E. *Operation and Maintenance*

Sistem *E-Commerce* yang sudah selesai dilakukan pengujian, kemudian di-*publish* untuk dapat digunakan oleh seluruh anggota komunitas muslimah *entrepreneur*. Sistem yang sudah disampaikan kepada pelanggan pasti akan

mengalami perubahan. Perubahan tersebut bisa terjadi dikarenakan mengalami kesalahan yang harus disesuaikan dengan lingkungan (*peripheral*) atau sistem operasi baru, atau karena komunitas membutuhkan perkembangan fungsional atau unjuk kerja sehingga diperlukan adanya perawatan guna menjaga sistem *e-commerce* komunitas muslimah *entrepreneur* dapat terus digunakan sesuai dengan perkembangan kebutuhan dari komunitas muslimah *entrepreneur* ini.

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kebutuhan komunitas muslimah *entrepreneur* yang sebelumnya mendapat permasalahan terkait kurangnya minat beli serta kurangnya pelayanan secara *online* dapat dipenuhi dengan pengimplementasian konsep *e-service quality* pada sistem *e-commerce* yang diterapkan pada komunitas muslimah *entrepreneur*. Dari hasil pengimplementasian 5 (lima) elemen *e-service quality* tersebut pada sistem *e-commerce* dapat dijadikan upaya dalam peningkatan kualitas layanan berbasis *website* yang sangat berpengaruh terhadap proses bisnis yang saat ini sedang berjalan dan dapat meningkatkan performa dari komunitas muslimah *entrepreneur*.

B. Saran

Untuk mendukung pengimplementasian *e-service quality* pada sistem *e-commerce* ini dapat dilakukan penelitian lebih lanjut terkait dampak minat beli konsumen, kualitas layanan serta pemenuhan fitur-fitur lain yang disesuaikan dengan kebutuhan dari komunitas muslimah *entrepreneur* dari sistem *e-commerce* yang telah dihasilkan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ho CI, Lee YL. The development of an e-travel service quality scale. *Tourism Management*. 2007; 28(6): 1434–1449.
- [2] Laudon KC, Traver CG. *E-Commerce 2014: Business, Technology, Society*. Edisi ke-10. Prentice-Hall, Inc. 2013.
- [3] Afsar A, Nasiri Z, Zadeh MO. E-Loyalty Model in E-Commerce. *Mediterranean Journal of Society Sciences*. 2013; 4(9): 547-553.

- [4] Lee GG, Lin HF. Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 2005; 33(2): 161-176.
- [5] Anggraeni N.M.S, Yasa N.N.K. E-service quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam penggunaan internet banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 2012; 16(2): 293–306.
- [6] Handoko P, Setiawan A, Hermawan H. Pengembangan Aplikasi Analisis Penampang Beton Bertulang Berbasis Android. *Jurnal Dinamika Rekayasa*. 2017; 13(2): 69-80.
- [7] Andini C, Ariyanti M, Sumrahadi. Pengaruh E-Service Quality terhadap Minat Beli Pengunjung Online Store Lazada Indonesia. *Proceeding of Management*. 2016; 3(3): 1289-1294.
- [8] Siswantara IW. Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan serta kinerja customer relationship management (Studi pada Halo Corporate PT Telkomsel Bali). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. 2011; 7(3): 150–161.
- [9] Rahmati. Pemanfaatan *E-commerce* Dalam Bisnis Di Indonesia. 2009. <http://citzome.blogspot.com/2009/05/pemanfaatan-e-commerce-dalam-bisnis-di.html>. Diakses tanggal 06 Agustus 2011.
- [10] Siregar RR. Strategi Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan dengan Penerapan *E-commerce*. 2010. <http://blog.trisakti.ac.id/riki/2010/03/12/strategi-meningkatkan-persaingan-bisnis-perusahaan-dengan-penerapan-e-commerce/>. Diakses tanggal 01 Agustus 2011.
- [11] Kotler P, Keller KL. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : PT Indeks.
- [12] Santos J. E-service Quality: A Model Of Virtual Service Quality Dimensions. *Managing Service Quality: International Journal*. 2003; Vol. 13.
- [13] Lee GG, Lin HF. Customer Perceptions of E-service Quality in Online Shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 2005; 33(2) Emerald Group Publishing.
- [14] Pressman RS. 2010. *Rekayasa Perangkat Lunak Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

