

ABSTRAK

Salah satu dampak dari kemajuan teknologi informasi adalah terciptanya persaingan bagi para pelaku bisnis. Hal ini menjadi peluang bagi sebagian besar perusahaan *e-commerce* untuk menyajikan pasar dalam bentuk jual beli *online*. *E-commerce* yang memiliki tingkat kunjungan terbanyak di Indonesia yaitu Shopee dan Tokopedia. Shopee merupakan salah satu *platform e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara dan Taiwan yang diluncurkan pada tahun 2015. Rata-rata kunjungan bulanan ke *e-commerce* Shopee pada kuartal I/2021 tercatat sebesar 127,4 juta berada di urutan kedua. *E-commerce* Tokopedia berada di urutan pertama dengan rata-rata kunjungan situs per bulannya sebesar 135 juta. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *Snapchart* tahun 2021, Shopee dinyatakan sebagai peringkat pertama dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya. Meskipun Tokopedia telah berkembang dengan pesat di industri *e-commerce* Indonesia tetap terus meningkatkan kualitas layanan demi mendapatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggannya dan perusahaan dapat terus meningkatkan bisnisnya hingga dapat merebut pasar industri *e-commerce* di Indonesia. Berdasarkan *review* yang dituliskan oleh para pengguna aplikasi Tokopedia pada *Play Store* dan *App Store* menunjukkan kualitas pelayanan Tokopedia belum maksimal karena masih banyak keluhan pelayanan yang dirasakan oleh pengguna *e-commerce* tidak sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu, untuk dapat bersaing dan meningkatkan mutu pelayanan, *e-commerce* Tokopedia perlu melakukan peningkatan kualitas layanan. Metode yang sesuai untuk menilai adanya faktor persaingan dengan kompetitor penyedia jasa lainnya yaitu *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Competitive Zone of Tolerance based Importance Performance Analysis* (CZIPA). Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner. Setelah dilakukan pengolahan data, dihasilkan bahwa tingkat kepuasan pengguna *e-commerce* Tokopedia dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) terhadap atribut-atribut *e-servqual* pada *e-commerce* Tokopedia sebesar 78,722% dimana kriteria ini tergolong dalam *borderline* yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan pengguna *e-commerce* terhadap layanan *e-commerce* Tokopedia saat ini masih belum memuaskan. Terdapat 8 atribut prioritas perbaikan dengan 3 atribut utama yaitu yang diprioritaskan yaitu, PO1 (*Website* ini menawarkan diskon atau pengiriman gratis), PS2 (*Website* ini memiliki pilihan/keragaman penawaran produk yang bagus), PP1 (*E-commerce* memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran secara *online*). Adapun 3 usulan perbaikan utama yang diprioritaskan yaitu memberikan imbalan kecil seperti diskon kuantitas dan *cash discount* dengan memanfaatkan strategi media sosial, keragaman penawaran produk yang bagus dan mengganti sistem OVO Points menjadi Points biasa tanpa harus mengunduh aplikasi OVO.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan; E-commerce; Tokopedia; Shopee; CSI; CZIPA*