

Perancangan Strategi Operasional untuk Perbaikan Kualitas Layanan dan Produk pada Sebuah Perusahaan E-Commerce Produk Segar = Design of Operational Strategy for Service and Product Quality Improvement in a Fresh Product E-Commerce Company

Zulfaa Irbah Zain, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20526510&lokasi=lokal>

Abstrak

Bisnis jual beli kini telah merambah menuju wadah online dengan bantuan internet. Pergeseran ini secara signifikan membuat pertumbuhan e-commerce semakin cepat. COVID-19 menyebabkan terjadi penurunan penjualan di toko offline, sehingga e-commerce berpeluang untuk terus tumbuh. Namun masih banyak pelanggan di Indonesia yang masih memilih berbelanja secara offline. Alasan untuk ini termasuk waktu pengiriman, harga pengiriman, masalah kualitas, area pengiriman yang tidak terjangkau, dan sistem yang rumit. Penelitian ini menyoroti pentingnya kualitas layanan dan produk e-commerce produk segar yang mencerminkan kepuasan pelanggan menggunakan NPS (Net Promoter Score), dan perancangan strategi untuk memperbaiki kualitas tersebut. Studi kasus diimplementasikan pada perusahaan produk segar e-commerce. Kriteria kualitas terlebih dahulu ditentukan melalui kuesioner oleh tujuh orang pakar. Terdapat 14 kriteria diterima yang digunakan untuk kuesioner NPS kepada pelanggan sebagai penilaian kualitas layanan. Dari 237 responden, nilai NPS rata-rata perusahaan adalah 39%. Hasil NPS tersebut dijadikan bobot untuk memilih alternatif strategi untuk meningkatkan kualitas. Kesesuaian strategi dengan kriteria ditentukan oleh pakar dan prioritas strategi dihitung dengan metode TOPSIS. Hasil prioritas strategi adalah untuk menjalankan strategi sistem integrasi dengan memanfaatkan data dan integrasi sistem rantai pasok seperti perencanaan, peramalan, pengisian stok, dan juga pengambilan data untuk kebutuhan personalisasi pelanggan untuk mengetahui tren yang pelanggan butuhkan.

.....Business of selling and buying has now expanded to online platforms with the help of the internet. This shift significantly makes e-commerce growth even faster. Due to COVID-19, there are some decrease in sales at offline stores, therefore, e-commerce have the opportunity to continue to grow. But many customers in Indonesia still choose to shop offline for groceries item. The reasons for this include delivery times, shipping prices, quality concerns, unreachable delivery areas, and complicated systems. This study highlights the importance of product and service quality of fresh product e-commerce that reflect customer satisfaction using NPS (Net Promoter Score), and to design strategies to improve this quality. A case study is implemented in an e-commerce fresh product company. The quality criteria were first determined through a questionnaire by seven experts. There are 14 acceptable criteria used for the NPS questionnaire to customers as an assessment of service quality. From the 237 respondents, the company's average NPS value is 39%. The results of the NPS are used as weights for choosing alternative strategies to improve quality. The suitability of the strategy with the criteria is determined by the expert and the priority of the strategy is calculated by the TOPSIS method. The result of the priority strategy is to carry out a system integration strategy by utilizing data and supply chain system integration such as planning, forecasting, stock replenishment, and also data retrieval for customer personalization needs to find out trends that customers need.