

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEAMANAN, DAN KEPUASAN APLIKASI *WHATSAPP* BISNIS TERHADAP KUALITAS PELAYANAN KPKNL DENPASAR

Luh Putu Surya Widi Cipta¹, I Komang Agus Ariana²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar

²Fakultas Teknik Sipil, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar
email: *suryawidi887@gmail.com , agusariana@undiknas.ac.id

Abstract: As we know that at the beginning of 2020 there was a so-called Covid-19 pandemic which made almost all offices undergo Work From Home it also happened to the agencies of the State Wealth Service Office and Denpasar Auction and all services were carried out online. This research is a type of qualitative descriptive research. Data were collected by interview and observation methods. The result of this research is in the form of a new service with the creation of *WhatsApp* Business to make it easier to communicate with customers. *WhatsApp* Bisnis is a message sending application specially created in order to make it easier for business people to interact with their customers. As *WhatsApp* has stated on its official page that *WhatsApp* Bisnis is specially made in accordance with the needs of agencies so that they can connect personally with customers and consumers who want to know auction info, the State Wealth Service Office and Denpasar Auctions must take advantage of the features in *WhatsApp* business to make it easier for customer service to provide maximum service to customers who come directly to the denpasar KPKNL office and customers feel that they are given optimally, then they will provide feedback to the denpasar kpknl office, which is to get a good rating from Google and the public who want to take part in the auction do not hesitate to participate in the auction on the official auction lelang.go.id.

Keywords: kpknl Denpasar; covid-19 pandemic; *whatsapp* business

Abstrak: Seperti yang kita ketahui bahwa pada awal tahun 2020 terjadi yang namanya pandemic Covid-19 yang membuat hampir semua kantor menjalani Work From Home itu juga terjadi pada instansi Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Denpasar dan seluruh pelayanan dilakukan secara online. Kegiatan ini merupakan jenis deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan metode wawancara dan observasi. Hasil dari kegiatan ini yaitu berupa pelayanan baru dengan dibuatnya *WhatsApp* Bisnis agar lebih mudah berkomunikasi dengan customer. *WhatsApp* Bisnis adalah suatu aplikasi pengirim pesan yang dibuat secara khusus agar bisa memberikan kemudahan pada para pebisnis dalam berinteraksi dengan pelanggannya. Sebagaimana yang sudah dikemukakan *WhatsApp* di dalam laman resminya bahwa *WhatsApp* Bisnis dibuat khusus sesuai dengan keperluan para instansi agar bisa terhubung secara pribadi dengan customer dan konsumen yang ingin mengetahui info mengenai lelang, Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Denpasar harus memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalam *WhatsApp* bisnis agar lebih memudahkan *customer service* memberikan pelayanan yang maksimal kepada customer yang datang langsung ke kantor kpknl denpasar dan customer merasa dilayani secara maksimal maka mereka akan memberikan feedback kepada kantor kpknl denpasar yaitu mendapatkan rating baik dari google dan masyarakat yang ingin mengikuti lelang tidak ragu untuk mengikuti lelang pada laman resmi lelang.go.id.

Kata kunci: kpknl denpasar; pandemi covid-19; *whatsapp* bisnis.



PENDAHULUAN

Media sosial adalah situs jejaring sosial seperti layanan berbasis *web* untuk memungkinkan individu membuat profil publik atau semi-publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain yang telah terhubung, dan melihat daftar pencarian koneksi yang dibuat oleh layanan sistem lain. Perkembangan media pada saat itu merupakan wujud dari era keterbukaan informasi dan reformasi. Bentuk perkembangan teknologi saat ini adalah *smartphone* yang sangat populer dan tersebar luas. *Smartphone* dilengkapi dengan aplikasi *modern* yang dibuat untuk memfasilitasi berbagi informasi dan komunikasi.

Aplikasi canggih yang terdapat pada *smartphone* yaitu *WhatsApp*. *WhatsApp* adalah aplikasi pesan lintas platform yang memiliki fungsi untuk paket data kota berbayar, hal ini dikarenakan paket atau internet yang sama untuk email, *browsing web*, berlaku juga untuk penggunaan *WhatsApp*. Dikutip dari DetikInet, pada tahun 2021, grafik di atas menunjukkan bahwa sosial media *WhatsApp* menduduki peringkat ke 2 sebagai sosial media yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu sebanyak 87,7% penggunaan di seluruh Indonesia. "Pengguna *WhatsApp* sebagai pesan instan terpopuler di dunia telah mencapai 1 miliar pengguna aktif setiap harinya, rata-rata 1,3 miliar pengguna aktif menggunakan *WhatsApp* tiap bulan, dari 55 miliar pesan 4,5 miliar diantaranya berupa foto, sementara 1 miliar adalah video, mayoritas pesan berupa tulisan, sedangkan di Indonesia pengguna *WhatsApp* mencapai angka 58%" (Ermawati & Delima, 2016).

Beberapa instansi dan masyarakat yang memiliki bisnis memanfaatkan *WhatsApp* terutama *WhatsApp* bisnis se-

bagai bagian dari media yang mampu berinteraksi langsung terhadap customer maupun pembeli. Alasan yang menjadi hambatan-hambatan komunikasi akan berpengaruh dalam berkomunikasi. Menurut Joseph A. Devito dalam bukunya "Komunikasi Antar Manusia" menyebutkan bahwa komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (Rukani & Marlana, 2021).

Fenomena yang terjadi pada Kantor KPKNL Denpasar bahwa *WhatsApp* Bisnis yang mereka lakukan kurang optimal asumsi seperti belum diterapkan yang namanya auto respon saat ada customer yang bertanya sehingga itu membuat sedikit kesulitan yang terkadang memerlukan waktu untuk membalasnya. Pemanfaatan Aplikasi *WhatsApp* bisnis di kantor KPKNL Denpasar belum efektif dikarenakan mereka belum sepenuhnya menerapkan fitur-fitur yang terdapat di dalamnya seperti *Quick Replies* yaitu fitur *Quick Replies* bisa membalas pesan dari konsumen dengan pertanyaan yang sama, *Greeting Message* yaitu fitur yang digunakan untuk menyapa dan menyambut customer baru melalui pesan otomatis. Fitur ini juga memudahkan instansi untuk mempromosikan produk baru kepada seluruh konsumen, *Away Message* yaitu fitur *Away Message* instansi bisa membalas pesan dari customer secara otomatis.

Tujuan dari adanya penelitian ini yaitu agar KPKNL Denpasar lebih memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi *WhatsApp* bisnis tersebut sehingga memudahkan konsumen untuk memakainya. *WhatsApp* merupakan ap-

likasi untuk saling berkiriman pesan secara instan, dan memungkinkan kita untuk saling bertukar gambar, video, foto, pesan suara, dan dapat digunakan untuk berbagi informasi dan diskusi (Larasati et al, 2013)

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Observasi menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

Sedangkan menurut Widoyoko (2014:46) observasi merupakan “pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian”. Sugiyono (2014:145) “observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis”.

Selain metode observasi adapun metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2016:317) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. wawancara yang sudah dibuat. Pertanyaan akan berkembang pada saat melakukan wawancara. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan selama 1 bulan dari awal Agustus-awal Spertember 2022. Dimana selama pengabdian dan penelitian membahas mengenai cara membalas pesan *customer* yang ingin

bertanya mengenai permohonan lelang, batal lelang dan lain sebagainya. Dalam melakukan kegiatan pengabdian, maka dilakukan beberapa tahapan yaitu:

1. Melakukan identifikasi masalah apa yang saat ini sedang berkembang di KPKNL Denpasar
2. Menentukan waktu dan tanggal yang tepat dalam melakukan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam hal objeknya adalah customer KPKNL Denpasar
3. Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam hal pengenalan cara menjadi admin KPKNL Denpasar
4. Membuat laporan pelaksanaan pengabdian yang dilaporkan kepada institusi sebagai laproan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Jumlah responden yang ikut serta yaitu sebanyak 6 responden , beralngsung di KPKNL Denpasar

PEMBAHASAN

“Persepsi adalah suatu proses dengan cara apa seseorang melakukan pemilihan, penerimaan, pengorganisasian, dan penginterpretasian atas informasi yang diterimanya dari lingkungan (Herlan dan Yono 2013)” Persepsi Kemudahan (Perceived Ease Of Use) merupakan keyakinan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami sehingga pengguna tidak merasa berat ketika ada teknologi baru (Ermawati & Delima, 2016).

Ketika teknologi itu mudah untuk digunakan maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan berkeinginan untuk menggunakan sistem itu. Berbeda ketika teknologi itu susah untuk

digunakan maka pengguna akan merasa enggan untuk menggunakan sistem itu. (Lallmahamood, 2007) menjelaskan bahwa keamanan dan privasi merupakan keyakinan nasabah atas terjaminnya transaksi yang aman dan terjaganya informasi pribadi. Keamanan dan privasi merupakan salah satu faktor penting yang mendorong minat nasabah untuk menggunakan. Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

KPKNL Denpasar harus memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalam *WhatsApp* bisnis agar lebih memudahkan *customer service* memberikan pelayanan yang maksimal kepada customer yang datang langsung ke kantor kpknl denpasar dan customer merasa diberikan secara maksimal maka mereka akan memberikan feedback kepada kantor kpknl denpasar yaitu mendapatkan rating baik di google.



Gambar 1. Kegiatan memasukan risalah lelang

Setelah customer selesai melakukan konsultasi kepada pejabat lelang, selanjutnya adalah memasukan berkas-berkas risalah lelang yang telah disiapkan oleh karyawan KPKNL Denpasar



Gambar 2. Foto Bersama kepala KPKNL Denpasar dan peserta PKM

Narasumber dan peserta melakukan foto bersama setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat selesai dilaksanakan dapat dilihat pada Gambar 2

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat selama 1 bulan dan berdasarkan review customer di google dapat disimpulkan bahwa KPKNL Denpasar belum memanfaatkan *WhatsApp* bisnis dengan baik karena adanya review yang kurang baik dari customer di google. Semoga dengan adanya kegiatan pengabdian ini bisa membuat KPKNL Denpasar kedepannya lebih baik lagi dari sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, M. (2021). Pengaruh Pelayanan Informasi Customer Service Dalam Maksimalisasi Aplikasi Chat Terhadap Tingkat Kepuasan Stakeholder Nasi Kulit Dewa (Survey Pada Stakeholder Nasi

- Kulit Dewa Area Jabodetabek) (Doctoral Dissertation, Universitas Satya Negara Indonesia.
- Ermawati, N., & Delima, Z. M. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Pengalaman terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 5(2), 163.
- Fitria Ardiani, R. I. G. I. T. A. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Marketplace, dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Di Aplikasi Shopee (Survei Terhadap Seluruh Mahasiswa Upn "Veteran" Yogyakarta) (Doctoral Dissertation, Upn "veteran" Yogyakarta).
- Hilabi, S. S. (2018). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Media Sosial *WhatsApp* Mobile Online. *Buana Ilmu*, 3(1).
- Rukani, S., & Marlina, N. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap kepuasan menggunakan aplikasi edulearning sebagai media pembelajaran online. *Jurnal PTK Dan Pendidikan*, 7(2)
- Siregar, T. H. (2021). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mahasiswa Melalui Media Aplikasi *WhatsApp*. Naskah Publikasi Program Studi Akuntansi.
- Sumarga, H. E. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas, Dan Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth Aplikasi *WhatsApp* Pada Mahasiswa Feb. Umt. Jmb: *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2).
- Sarwanti, A., Hasiholan, L. B., & Wulan, H. S. (2017). Pengaruh Modal Usaha, Biaya Bahan Baku Dan Tenaga Kerja Terhadap Kinerja Usaha Industri Tahu Di Kabupaten Sukoharjo. *Journal Of Management*, 3(3).
- Putra, M., & Nurainun, N. (2021). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Pengguna Media Sosial *WhatsApp* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Malikussaleh Di-Lhokseumawe. *Visioner And Strategis*, 10(2).