



Evaluasi Kualitas Website STMIK Bina Bangsa Kendari Menggunakan Metode WebQual 4.0

Aris Susanto

STMIK Bina Bangsa Kendari
arissusantoh@gmail.com

Abstrak

Evaluasi website STMIK Bina Bangsa Kendari bertujuan untuk menguji kualitas website agar dapat mengetahui letak kekurangan website tersebut. Metode yang digunakan dalam pengujian yaitu WebQual 4.0 yang terbentuk 4 aspek pengujian yaitu *Usability*, *Information Quality*, *Service Interaction Quality*, dan *Overall Impression*. Pengujian dari 57 responden didapatkan hasil persentase per aspek yaitu dari hasil pengujian berdasarkan aspek *Usability* mendapatkan persentase sebesar 85,81%, aspek *Information Quality* mendapatkan persentase 81,25%, aspek *Service Interaction Quality* mendapatkan persentase 79,21%, dan *Overall Impression* mendapatkan persentase 84,91%. Hasil rerata dari keempat aspek tersebut didapat persentase sebesar 82,69%.

Kata Kunci: Evaluasi, Kualitas, Website, WebQual 4.0.

Abstract

The evaluation of STMIK Bina Bangsa Kendari website aims to test the quality of the website in order to find out where the website lacks. The method used in testing is WebQual 4.0 which formed 4 aspects of testing, namely Usability, Information Quality, Service Interaction Quality, and Overall Impression. Tests from 57 respondents obtained the results of the percentage per aspect, namely from the test results based on the Usability aspect get a percentage of 85.81%, Information Quality aspects get a percentage of 81.25%, Service Interaction Quality aspects get a percentage of 79.21%, and Overall Impression get a percentage 84.91%. The average results of the four aspects obtained a percentage of 82.69%.

Keywords: Evaluation, Quality, Website, WebQual 4.0.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dapat memberikan dampak yang sangat besar, salah satunya di bidang pendidikan khususnya Perguruan Tinggi. Teknologi informasi dimanfaatkan dalam meningkatkan mutu pendidikan dan layanan melalui media berbasis web. Website menjadi gambaran suatu Perguruan Tinggi di dunia maya. Pada dasarnya Perguruan Tinggi membuat website untuk mempromosikan lembaga pendidikannya dengan memberikan informasi mengenai profil, program, sarana dan prasarana, sistem pendidikan dan pengajaran, prestasi, kegiatan dan sebagainya.

Saat ini banyak Perguruan Tinggi menyajikan beragam informasi melalui website. Akan tetapi, banyak di antara website tersebut tidak memberikan kemudahan dalam pengoperasiannya, tidak menyediakan informasi yang akurat dan *up to date*, tidak memperhatikan keamanan dan *interface* sehingga dapat mempengaruhi kualitas informasi dan layanan terhadap *stakeholder*. Dimuat dalam [1], kualitas layanan website merupakan barometer yang digunakan untuk mengukur kualitas Perguruan Tinggi tersebut.

Untuk dapat mengetahui kualitas website dalam berinteraksi dengan pengguna adalah dengan cara melakukan evaluasi website [2]. Evaluasi kualitas website merupakan salah satu cara bagi Perguruan Tinggi untuk meningkatkan mutu dan kualitas pendidikan. Website Perguruan Tinggi yang akan di evaluasi pada penelitian ini adalah Website STMIK Bina Bangsa Kendari. Penilaian terhadap kualitas layanan website STMIK Bina Bangsa Kendari dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner online kepada responden. Kualitas website STMIK Bina

Bangsa Kendari berdasarkan persepsi pengguna (*end user*) dapat diukur menggunakan metode Webqual 4.0 karena metode yang paling tepat untuk mengetahui kualitas dari suatu website yaitu berdasarkan *feedback* dari pengguna atau berdasarkan persepsi pengguna [3].

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kualitas website STMIK Bina Bangsa Kendari berdasarkan metode Webqual 4.0. Hasil dari penelitian ini berupa informasi tentang kualitas website dan kepuasan pengguna serta diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak pengembang tentang kualitas website untuk pengembangan sistem lebih lanjut.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut[4]. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan[5]. Dengan demikian, harapan atau kepentingan pelanggan melatar belakangi mengapa dua organisasi pada jenis bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya.

Menurut Tjiptono kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi atau iklan[6].

Sebuah organisasi dapat mengetahui kepuasan dari konsumennya melalui umpan balik yang diberikan oleh konsumen kepada organisasi tersebut sehingga dapat menjadi bahan masukan untuk keperluan pengembangan dan implementasi serta peningkatan kepuasan pelanggan. Hal ini merupakan peluang untuk dapat mengetahui kinerja dari organisasi tersebut. Berdasarkan keluhan konsumen, sebuah organisasi dapat memperbaiki dan meningkatkan layanannya sehingga dapat memuaskan konsumen yang belum puas.

2.2. Kualitas Layanan

Menurut para akademisi, kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan[7]. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung[8] dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan[9]. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan[10].

2.3. Webqual (Website Quality)

WebQual merupakan salah satu metode atau teknik yang paling banyak dipakai pada pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna atau pengunjung[11]. Metode WebQual merupakan pengembangan dari ServQual yang disusun oleh Parasuraman, yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. Instrumen penelitian pada WebQual dikembangkan dengan metode *Quality Function Development* (QFD). WebQual dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan dimensi dan variabelnya. Dimulai dari WebQual 1.0 yang menekankan terhadap analisis kualitas informasi dan memiliki kekurangan di interaksi layanan, WebQual 2.0 lebih

menekankan pada analisis terhadap interaksi tetapi terasa kurang pada analisis kualitas informasi. Kedua instrument tersebut dicoba untuk diterapkan pada sebuah penelitian terhadap kualitas situs lelang online[12]. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis kualitas situs dikategorikan kedalam tiga fokus area yang berbeda yaitu Kualitas Situs, Kualitas Informasi yang disediakan dan Kualitas interaksi yang ditawarkan oleh layanan. Hasil penelitian inilah yang dikenal sebagai WebQul 3.0. Analisis lanjutan terhadap WebQual 3.0 menghasilkan pendekanan Model WebQual 4.0 yang menggantikan dimensi pertama, yaitu kualitas situs menjadi dimensi *Usability*[13]. Berikut dimensi dan variable yang menjelaskan Model WebQual 4.0:

Tabel 1. Dimensi dan Variabel Instrumen WebQual

| Dimensi | Variable WebQual 4.0 |
|--|--|
| Kegunaan (<i>Usability</i>) | 1. Kemudahan untuk dioperasikan 2. Interaksi dengan website jelas dan dapat dimengerti 3. Kemudahan untuk navigasi 4. Tampilan yang atraktif 5. Tampilan sesuai dengan jenis website 6. Adanya tambahan pengetahuan dari informasi website 7. Tepat dalam penyusunan tata letak informasi 8. Kemudahan untuk menemukan alamat website |
| Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>) | 9. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya 10. Menyediakan informasi yang up to date 11. Menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami 12. Menyediakan informasi yang cukup detail 13. Menyediakan informasi yang relevan 14. Menyediakan informasi yang akurat 15. Menyajikan informasi dalam format yang sesuai |
| Kualitas Interaksi Pelayanan (<i>Service Interaction Quality</i>) | 16. Mempunyai reputasi yang baik 17. Menyediakan keamanan untuk melengkapi transaksi 18. Rasa aman dalam menyampaikan data pribadi 19. Adanya suasana komunitas 20. Kemudahan untuk menarik minat dan perhatian 21. Kemudahan untuk berkomunikasi 22. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan pengiriman barang/jasa |
| Keseluruhan (<i>Overall Impression</i>) | 23. Tampilan situs secara keseluruhan baik |

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode survei berbasis kuisisioner yang di distribusikan kepada responden yaitu mahasiswa(i) sebagai pengguna website. Kuisisioner disusun berdasarkan pertanyaan instrument WebQual 4.0. Standar pertanyaan yang digunakan total 23 pertanyaan yang terdiri dari dimensi kegunaan 8 pertanyaan, dimensi kualitas informasi 7 pertanyaan, dimensi kualitas interaksi pelayanan 7 pertanyaan dan 1 pertanyaan untuk penilaian secara keseluruhan.

Berdasarkan penelitian ini untuk menguji website pendidikan hanya digunakan 19 pertanyaan, pertanyaan item 6, 17, 19, dan 22 tidak digunakan dikarenakan diluar domain pendidikan dan menyangkut pengiriman barang/jasa. Kuisisioner disusun menggunakan skala

likert yang terdiri dari 5 skala untuk menilai kualitas website yaitu 1= Sangat Tidak Setuju, 2= Tidak Setuju, 3=Ragu-Ragu, 4=Setuju, dan 5= Sangat Setuju.

3.1. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data adalah dengan mendistribusikan kuisioner. Instrumen kuisioner ini digunakan untuk memperoleh data berdasarkan uji coba oleh responden sebagai bahan evaluasi kualitas website.

3.2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan adalah menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yang memaparkan hasil evaluasi website. Data yang terkumpul diproses dengan cara dijumlahkan, dibandingkan dengan jumlah yang diharapkan dan di peroleh persentase (Arikunto, 1996), atau dapat ditulis dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Persentase Kelayakan (\%)} = \frac{\text{Skor yang di observasi}}{\text{Skor yang di harapkan}} \times 100\%$$

Data yang terkumpul dianalisis dengan teknik analisis deskriptif kuantitatif yang di ungkapkan dalam distribusi skor dan persentase terhadap kategori skala penilaian yang ditentukan. Setelah penyajian dalam bentuk persentase, langkah selanjutnya mendeskripsikan dan mengambil kesimpulan tentang masing-masing indikator. Kesesuaian aspek dalam pengembangan media informasi dapat menggunakan tabel berikut :

Tabel 2. Tabel Skala Persentase

| Persentase Pencapaian | Interpretasi |
|-----------------------|--------------------|
| 76 – 100% | Sangat Layak |
| 56 – 75% | Layak |
| 40 – 55% | Tidak Layak |
| 0 - 39% | Sangat Tidak Layak |

4. Hasil dan Pembahasan

Pengujian website dilakukan dengan mengisi kuisioner setelah responden mencoba menggunakan website STMIK Bina Bangsa Kendari. Berikut hasil pengujian oleh responden :

Tabel 3. Data Pengujian Website Oleh Responden

| No | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|----|---|---------|----|----|----|-----|
| | | SS | S | RG | TS | STS |
| 1. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari mudah untuk dioperasikan. | 20 | 35 | 1 | | |
| 2. | Interaksi dengan website STMIK Bina Bangsa Kendari jelas dan dapat di mengerti. | 9 | 45 | 1 | | |
| 3. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari memiliki navigasi yang mudah digunakan. | 36 | 19 | 1 | | |
| 4. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari memiliki tampilan yang menarik. | 13 | 41 | 2 | | |

| | | | | | | |
|-----|---|----|----|----|--|--|
| 5. | Tampilan website STMIK Bina Bangsa Kendari sesuai dengan jenis website. | 14 | 39 | 2 | | |
| 6. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari memiliki tata letak yang tepat. | 12 | 42 | 2 | | |
| 7. | Alamat Website STMIK Bina Bangsa Kendari mudah ditemukan. | 22 | 32 | 4 | | |
| 8. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari menyediakan informasi yang dapat dipercaya. | 10 | 43 | 4 | | |
| 9. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari menyediakan informasi up to date. | 5 | 48 | 3 | | |
| 10. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami. | 8 | 44 | 4 | | |
| 11. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari menyediakan informasi yang detail. | 3 | 46 | 8 | | |
| 12. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari menyediakan informasi yang relevan. | 3 | 49 | 3 | | |
| 13. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari menyediakan informasi yang akurat. | 7 | 45 | 4 | | |
| 14. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari menyajikan informasi dalam format yang sesuai. | 14 | 39 | 3 | | |
| 15. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari mempunyai reputasi yang baik. | 3 | 35 | 19 | | |
| 16. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari memberikan rasa aman terhadap informasi pribadi pengguna. | 4 | 46 | 6 | | |
| 17. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari memberikan kemudahan untuk berkomunikasi. | 3 | 51 | 2 | | |
| 18. | Website STMIK Bina Bangsa Kendari memberikan kemudahan untuk menarik minat dan perhatian. | 9 | 46 | 1 | | |
| 19. | Secara keseluruhan website STMIK Bina Bangsa Kendari memiliki tampilan yang baik. | 15 | 40 | 1 | | |

Tabel 4. Penghitungan Hasil Pengujian Website Oleh Responden

| No | Aspek Penilaian | No. Butir | Skor Responden | Jumlah Skor Tiap Aspek | Jumlah Skor yang diharapkan |
|----|---|-----------|----------------|------------------------|-----------------------------|
| 1 | Kegunaan (Usability) | 1 | 247 | 1712 | 1995 |
| | | 2 | 237 | | |
| | | 3 | 263 | | |
| | | 4 | 240 | | |
| | | 5 | 241 | | |
| | | 6 | 238 | | |
| | | 7 | 246 | | |
| 2 | Kualitas Informasi (Information Quality) | 8 | 235 | 1621 | 1995 |
| | | 9 | 230 | | |
| | | 10 | 233 | | |
| | | 11 | 223 | | |

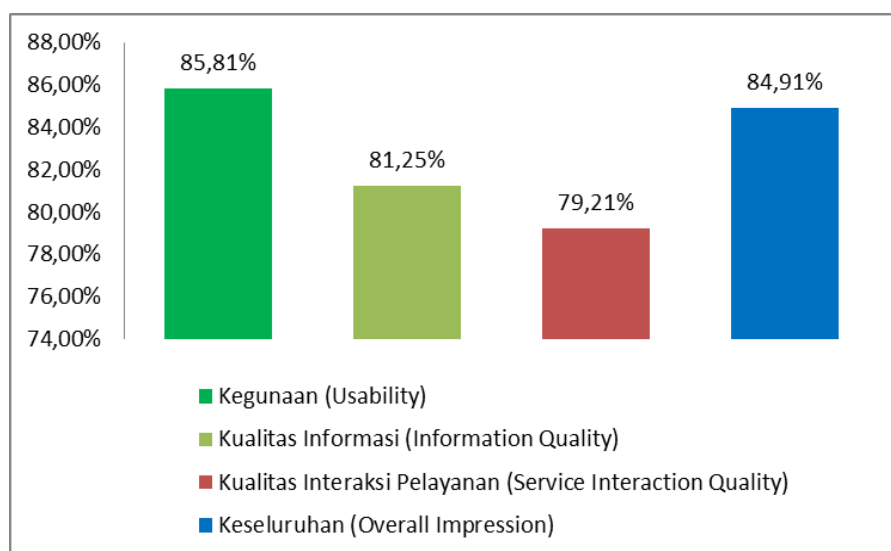
| | | | | | |
|--------------------|---|----|-----|-------------|-------------|
| | | 12 | 229 | | |
| | | 13 | 232 | | |
| | | 14 | 239 | | |
| 3 | Kualitas Interaksi Pelayanan (Service Interaction Quality) | 15 | 212 | 903 | 1140 |
| | | 16 | 226 | | |
| | | 17 | 229 | | |
| | | 18 | 236 | | |
| 4 | Keseluruhan (Overall Impression) | 19 | 242 | 242 | 285 |
| Jumlah Skor | | | | 4478 | 5415 |

Adapun hasil pengujian oleh responden, dapat ditunjukkan secara garis besar pada tabel 5 berikut :

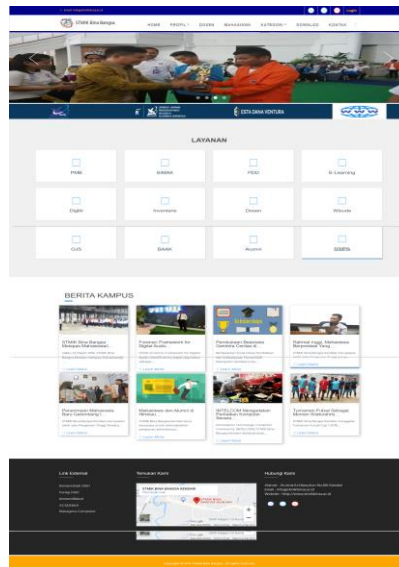
Tabel 5. Analisa Hasil Pengujian Responden

| No | Aspek Penilaian | Jumlah Butir | Skor Responden | Skor yang diharapkan | Presentase Kelayakan |
|--------------------|--|--------------|----------------|----------------------|----------------------|
| 1 | Kegunaan (Usability) | 7 | 1712 | 1995 | 85,81% |
| 2 | Kualitas Informasi (Information Quality) | 7 | 1621 | 1995 | 81,25% |
| 3 | Kualitas Interaksi Pelayanan (Service Interaction Quality) | 4 | 903 | 1140 | 79,21% |
| 4 | Keseluruhan (Overall Impression) | 1 | 242 | 285 | 84,91% |
| Jumlah | | | 4478 | 5415 | |
| Skor Rerata | | | | | 82,69% |

Berdasarkan analisa hasil pengujian oleh responden jika ditampilkan dalam grafik dapat dilihat seperti berikut.



Gambar 1. Hasil Evaluasi Website STMIK Bina Bangsa Kendari



Gambar 2. Beranda Website STMik Bina Bangsa Kendari

Berdasarkan hasil pengujian oleh responden terhadap website STMik Bina Bangsa Kendari berdasarkan aspek Usability, Information Quality, Service Interaction Quality, dan Overall Impression dengan menggunakan 19 pertanyaan diperoleh skor 4478 dari 5415 skor yang diharapkan. Dari hasil pengujian berdasarkan aspek usability mendapatkan persentase sebesar 85,81%, aspek Information Quality mendapatkan persentase 81,25%, aspek Service Interaction Quality mendapatkan persentase 79,21%, dan Overall Impression mendapatkan persentase 84,91%. Hasil rerata dari keempat aspek tersebut didapat persentase sebesar 82,69%. Dari hasil pengujian menunjukkan aspek yang paling rendah yaitu kualitas interaksi layanan dibandingkan dari ketiga aspek akan tetapi berdasarkan kategori kelayakan pada tabel 3, maka website STMik Bina Bangsa Kendari sangat layak digunakan sebagai media informasi pendidikan.

5. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Evaluasi terhadap kualitas website STMik Bina Bangsa Kendari menggunakan metode WebQual 4.0 dengan jumlah pertanyaan sebanyak 19 butir dan dikelompokkan menjadi 4 aspek yaitu *Usability*, *Information Quality*, *Service Interaction Quality*, dan *Overall Impression* dengan jumlah responden 57 orang didapatkan hasil persentase per aspek yaitu dari hasil pengujian berdasarkan aspek *Usability* mendapatkan persentase sebesar 85,81%, aspek *Information Quality* mendapatkan persentase 81,25%, aspek *Service Interaction Quality* mendapatkan persentase 79,21%, dan *Overall Impression* mendapatkan persentase 84,91%. Hasil rerata dari keempat aspek tersebut didapat persentase sebesar 82,69%.

4.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah di uraikan maka dapat di berikan saran – saran berikut ini :

1. Saran yang bisa diberikan berdasarkan hasil analisis ini adalah untuk penelitian lebih lanjut jumlah responden sebaiknya lebih banyak untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

2. Untuk kedepan dapat dilakukan pengujian dengan menggunakan beberapa metode untuk mengukur kualitas website.

Daftar Pustaka

- [1] Darmawan. (2016). Evaluasi Kualitas Website Universitas XYZ dengan Pendekatan Webqual. *Buletin Pos dan Telekomunikasi* Vol. 14, No. 1, pp. 51-64.
- [2] Pressman, S.R. 2005. *Software Engineering : A Practitioner's Approach*. International. Edition 2005. McGraw-Hill. New York-USA.
- [3] D. N. Ahmadi and H. R. Hosseyni, "Evaluation of Web Pages of Central Libraries of Iranian Public Universities via Integration of Webqual Model, Information Potential Gap Theory and Gap Theory : a Conceptual Model," vol. IV, no. 5, 2014.
- [4] Band, A. (1991). *Creating value for customer: Designing and Implementation a Total Corporate Strategy*, John Walley and Sons Inc, Canada.
- [5] Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Edisi kedelapan, terjemahan Arcella Ariwati Hermawan), Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Tjiptono, F. (1997). *Strategy Pemasaran*. Penerbit: Andi Offset, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Yogyakarta.
- [7] Olober, R.L. (1980). A Cognitive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17.
- [8] Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*.
- [9] Caruana, A. (2002). Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36.
- [10] Gilbert, G.R. (2004). Measuring Customer Satisfaction in The Fast Food Industry: A cross-national Approach. *The Journal of Services Marketing*, 18.
- [11] Candra, I. (2012). Evaluasi Kualitas Website Pemerintah Daerah dengan Menggunakan WebQual (studi Kasus Pada Kabupaten Ogan Ilir), *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 4(2).
- [12] Barnes, S.J., & Vidgin, R.T. (2002). Assessing The Quality of Auction Web Sites. *Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences*, Maui, HI.
- [13] Barnes, S.J., & Vidgin, R.T. (2003). Measuring Website Quality Improvement: A Case Study of the Forum on Strategic management knowledge exchange, New York: *Industrial management & Data System*, 103/5.