

**ANALISIS KUALITAS WEBSITE JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)
MENGUNAKAN PENDEKATAN WEBQUAL DAN IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) MENURUT PERSEPSI ONLINE SELLER**

**ANALYSIS OF JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) WEBSITE'S QUALITY
USING WEBQUAL AND IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)
APPROACHMENT PERCEIVED BY ONLINE SELLER**

Hendri Juhanda, Puspita Kencana Sari

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
hendri.juhanda@gmail.com

Abstrak

Website merupakan aplikasi Teknologi Informasi yang berperan sebagai sarana penyedia informasi, promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan tingkat kualitas *website* JNE berdasar penilaian pengguna terhadap kualitas aktual yang dirasakan dan kualitas ideal yang diharapkan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan dimensi WEBQUAL yaitu *usability*, *information* dan *service interaction* yang dinilai berdasar perspektif tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*). Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan terdapat nilai kesenjangan (*gap*) yang bernilai negatif antara kualitas aktual (*performance*) dan kualitas ideal (*importance*) sebesar $-(0,99)$ atau *gap* sebesar 16,5%. Nilai kesenjangan paling besar adalah dimensi *information* dengan nilai $-(1,18)$ atau *gap* sebesar 19,66%. Berdasar hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas aktual yang dirasakan belum bisa memenuhi kualitas ideal yang diinginkan pengguna *website* JNE terutama dari atribut kualitas yang berhubungan dengan informasi dalam *website*. Indikator yang menjadi prioritas perbaikan diantaranya atribut kualitas mengenai detail informasi, komunikasi dengan perusahaan dan tampilan *website*. Alternatif perbaikan bisa dilakukan dengan menambahkan detail pemetaan alur proses pengiriman barang dari tiap pos atau cabang JNE lengkap dengan waktu dan armada yang terlibat, penambahan fitur *live chat* untuk interaksi komunikasi secara *real-time* dan mengaplikasikan desain *flat* dan *responsive* yang sedang *trend* saat ini.

Kata kunci: *Kualitas Website, Webqual, Importance Performance Analysis*

Abstract

The website is an information technology application that acts as tool of providing information, promotion and communication with customers. This research aimed to describe JNE website's quality level based on user perceived quality and actual quality of the expected ideal. This research was descriptive quantitative approach using WEBQUAL dimensions namely usability, information and service interaction that were assessed based on the perspective of performance and importance. The result of this research showed that overall there was a gap between the actual quality (performance) and ideal quality (importance) of $-(0,99)$ or a gap of 16.5%. The greatest gap was on information dimension with gap value $-(1,18)$ or 19,66%. Those results concluded that the perceived actual quality did not meet the JNE website user's desired ideal primarily in quality attributes related to the information on the website. Indicators of priority improvements include quality attributes of detailed information, communication with the company and look of the website. Alternative improvements could be made by adding detailed mapping of delivery process from every single branch of JNE with time and personel, live chat feature for real-time interactive communication and applicate flat and responsive desain which is current trend.

Keywords: *Website Quality, Webqual, Importance Performance Analysis*

1. Pendahuluan

Dewasa ini Teknologi Informasi (TI) yang berkembang pesat memiliki peran penting dalam kelangsungan perusahaan menjalankan bisnisnya. TI memberikan dukungan atas strategi perusahaan agar memiliki keunggulan kompetitif. Salah satu bentuk dari TI yang fenomenal adalah *internet* dan *world wide web* (www). Kedua teknologi ini membawa dunia komunikasi ke dalam paradigma baru. Keberadaan *internet* dan *world wide web* (www) telah menghilangkan batas-batas negara dari segi arus informasi. Hal ini mengakibatkan lingkungan bisnis semakin dinamis. Perusahaan yang tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan ini tidak akan mampu bersaing di era ekonomi global. Pertumbuhan pengguna *internet* di Indonesia terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Hal ini mengindikasikan semakin intensnya aktivitas *online* khususnya di lingkungan bisnis.

Salah satu tandanya adalah semakin maraknya transaksi perdagangan melalui media *internet* yang dimanfaatkan oleh para penjual (*seller*) *online*. Berjualan melalui media *internet* diyakini memiliki berbagai keunggulan diantaranya penghematan biaya, efisiensi waktu dan jaringan yang luas. Salah satu aspek penting dalam berjualan *online* adalah adanya kebutuhan untuk mengirimkan barang dari penjual kepada pembeli. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, penjual menggunakan jasa perusahaan kurir.

Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) adalah salah satu perusahaan jasa kurir yang populer dikalangan penjual *online*. Dari data tahun 2010, JNE memiliki *market share* sebanyak 19% dalam industri dan meraih *top brand* jasa kurir peringkat kedua pada tahun 2012 [7]. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, JNE dituntut untuk mampu menjaga kinerja dari segala aspek. Salah satu aspek yang penting dalam ekonomi global adalah pemanfaatan TI dalam menciptakan keunggulan bersaing. *Website* merupakan aplikasi pemanfaatan TI yang wajib dilakukan dewasa ini. Kini bagi perusahaan memiliki *website* adalah suatu keharusan sebagai wujud eksistensinya secara *online*. *Website* merupakan salah satu indikasi untuk membangun kredibilitas dan citra perusahaan. Selain itu banyak manfaat strategis yang dimiliki *website* diantaranya sebagai sarana penyedia informasi, promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Dalam hal ini *website* telah berperan sebagai bagian dari proses *customer relationship*. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menyajikan *website* yang profesional dan berkualitas. Pelayanan dari *website* JNE sebagai penyedia informasi merupakan nilai tambah dari layanan utamanya yaitu jasa kurir. *Website* JNE berperan sebagai media untuk menyediakan informasi yang akurat dan tepat waktu sehingga memudahkan pelanggan dalam pengambilan keputusan. Sebelumnya tidak ada hasil penelitian yang melakukan pengukuran terhadap kualitas *website* JNE. Penelitian terhadap tingkat kualitas bisa dijadikan acuan untuk meningkatkan pengelolaan *website* menjadi lebih baik lagi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas dari *website* JNE dengan pendekatan WEBQUAL dan *Importance Performance Analysis* (IPA) menurut persepsi *online seller*. Penilaian pengguna, yang dalam penelitian ini adalah *online seller*, bisa dibedakan ke dalam dua perspektif yaitu penilaian terhadap kualitas yang diinginkan (*ideal*) dan kualitas yang dirasakan (*aktual*). Tingkat kualitas bisa ditunjukkan dengan melihat kesenjangan (*gap*) antara dua perspektif penilaian ini. Selain itu, dari analisis terhadap masing-masing atribut kualitas *website*, dapat dilihat indikator kualitas mana saja yang telah sesuai dengan keinginan pengguna dan mana saja yang membutuhkan perbaikan.

2. Tinjauan Pustaka dan Metodologi Penelitian

2.1 Tinjauan Pustaka

Teknologi Informasi (TI) adalah istilah umum yang menjelaskan teknologi apapun yang membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan dan atau menyebarkan informasi. TI menyatukan komputasi dan komunikasi berkecepatan tinggi untuk data, suara dan video [8]. Peran TI dalam berbagai aspek telah membawa manusia kedalam era globalisasi informasi yang menjadikan kehidupan semakin modern dan dinamis. Dalam bisnis, informasi adalah salah satu sumber daya yang sangat penting. Memasuki era globalisasi, pengelolaan informasi menjadi hal yang krusial karena dengan semakin cepat dan dinamisnya aliran informasi, organisasi bisnis atau perusahaan dituntut mampu mengikuti berbagai perkembangan yang berdampak terhadap kegiatan bisnisnya. Dalam hal ini, peranan TI bagi perusahaan adalah untuk mencapai keunggulan bersaing (*competitive advantage*) [6].

Internet sebagai salah satu bentuk aplikasi TI mendapatkan perhatian yang besar dari pelaku bisnis. *Internet* merupakan jaringan global yang digunakan sebagai standar universal untuk menghubungkan jutaan jaringan berbeda dengan lebih dari 350 juta komputer *host* di 200 lebih negara di seluruh dunia. *Internet* menjadi media yang populer bagi perusahaan dalam menjalankan *e-business*. *E-business* merupakan istilah yang mengacu kepada penggunaan teknologi digital dan *internet* untuk menjalankan proses bisnis utama pada perusahaan. Salah satu layanan *internet* yang paling populer adalah *world wide web* atau sering disebut *web* saja. *Web* adalah sebuah sistem dengan standar yang telah disepakati bersama untuk menyimpan, mencari, memformat dan menampilkan informasi menggunakan arsitektur klien/*server*. Komputasi klien/*server* adalah sebuah model komputasi terdistribusi di mana beberapa tenaga pemrosesan ditempatkan dalam komputer klien yang berada di bawah kendali pengguna. Klien-klien ini dihubungkan satu dengan yang lainnya melalui sebuah jaringan yang dikendalikan oleh komputer *server* jaringan. Situs *web* (*website*) adalah sebuah lokasi pada komputer tertentu pada *web* yang memiliki alamat unik. *Website* biasanya terdiri dari beberapa halaman *web*. Halaman *web* adalah dokumen pada *web* yang diformat menggunakan hiperteks dengan *link* yang menghubungkan satu dokumen dengan yang lainnya dan juga menghubungkan satu halaman ke objek lainnya, seperti suara, video atau animasi [5].

Pengukuran kualitas merupakan salah satu elemen penting dalam aspek manajemen kualitas terpadu. Kualitas dalam sistem informasi dapat disimpulkan sebagai nilai dari karakteristik dalam sebuah sistem informasi yang dirasakan oleh pengguna [1]. Kualitas sistem informasi sering dikaitkan dengan kualitas jasa/layanan karena sifat sistem informasi yang memiliki kemiripan dengan karakteristik jasa/layanan yaitu proses perolehan manfaat dari jasa/layanan dirasakan saat itu juga ketika jasa/layanan tersebut diberikan kepada penerima. Menurut Parasuraman dalam Baridwan dan Hanum [1], kualitas jasa adalah seberapa jauh perbedaan

antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Fathoni [4] menyimpulkan kualitas sebagai kesesuaian dengan spesifikasi pelanggan. Ide dasarnya, kualitas bukanlah memenuhi sejumlah kriteria yang ditetapkan perusahaan, sebaliknya kualitas adalah memenuhi kriteria yang ditetapkan pelanggan.

Kualitas *website* telah menjadi salah satu isu strategis dalam komunikasi dan transaksi dengan pelanggan. WEBQUAL merupakan salah satu metode pengukuran kualitas *website* yang dikembangkan oleh Stuart Barnes & Richard Vidgen. WEBQUAL berdasar pada konsep *Quality Function Deployment (QFD)* yaitu suatu proses yang berdasar pada “*voice of customer*” dalam pengembangan dan implementasi suatu produk atau jasa. Dari konsep QFD tersebut, WEBQUAL disusun berdasar pada persepsi pengguna akhir (*end user*) terhadap suatu *website* [2]. WEBQUAL telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan kategori dan butir-butir pertanyaannya. Versi terbaru adalah WEBQUAL 4.0 yang menggunakan tiga kategori pengukuran dengan 23 butir pertanyaan. Ketiga kategori tersebut adalah *usability*, *information* dan *service interaction*. Kategori *usability* berdasar dari kajian mengenai hubungan antara manusia dan komputer dan kajian mengenai kegunaan *web*, diantaranya mengenai kemudahan navigasi, kecocokan desain dan gambaran yang disampaikan kepada pengguna. Kategori *information* dikaji berdasar kajian sistem informasi secara umum. Kategori ini berhubungan terhadap kualitas dari konten *website* yaitu kepastian informasi bagi tujuan pengguna, misalnya mengenai akurasi, format dan relevansi dari informasi yang disajikan. Kategori *service interaction* berhubungan terhadap interaksi layanan yang dirasakan pengguna ketika terlibat secara mendalam dengan *website* [3].

Importance Performance Analysis (IPA) adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa mereka. IPA digunakan untuk memahami lebih dalam mengenai persepsi pengguna layanan terhadap kualitas layanan tersebut. Dimensi *importance* (kepentingan) menunjukkan seberapa penting atribut kualitas menurut para pengguna, sedangkan dimensi *performance* (kinerja) menunjukkan seberapa baik dari atribut kualitas tersebut dirasakan pengguna secara nyata. IPA adalah alat yang sangat berguna dalam menggambarkan posisi atribut kualitas sehingga terlihat mana atribut prioritas yang harus diperhatikan dan menjadi acuan dalam pengembangan strategis. Hasil dari IPA dipetakan dalam matrix *importance-performance* yang dibagi menjadi empat kuadran dimana masing-masing kuadran memiliki interpretasi strategis tertentu.

2.2 Metodologi Penelitian

Penelitian ini dikategorikan ke dalam jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kriteria pengukuran kualitas *website* berdasar pendekatan WEBQUAL 4.0 yaitu *usability*, *information* dan *service interaction* yang dilihat dari dua perspektif yaitu kualitas aktual yang dirasakan (*performance*) dan kualitas ideal yang diinginkan (*importance*). Indikator penilaian yang digunakan dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1 Indikator Penelitian

Dimensi	Indikator	Kode
<i>Usability</i>	Mudah dipelajari dan dioperasikan	I1
	Interaksi jelas dan dapat dimengerti	I2
	Mudah melakukan navigasi	I3
	Mudah digunakan	I4
	Tampilan menarik	I5
	Desain sesuai	I6
	Daya saing	I7
	Pengalaman positif	I8
<i>Information</i>	Informasi akurat	I9
	Informasi dapat dipercaya	I10
	Informasi aktual	I11
	Informasi relevan	I12
	Informasi mudah dimengerti	I13
	Informasi dengan tingkat detail yang tepat	I14
	Informasi dalam format yang sesuai	I15
<i>Service Interaction</i>	Reputasi baik	I16
	Keamanan dalam bertransaksi	I17
	Keamanan informasi pribadi	I18
	Ruang personalisasi	I19
	Rasa komunitas	I20
	Kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan	I21
	Pelaksanaan layanan sesuai janji	I22

Populasi dalam penelitian ini adalah penjual (*seller*) *online* yang berlokasi di Indonesia. pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang ditentukan adalah penjual *online* yang menggunakan layanan JNE sebagai jasa pengiriman barang yang dijualnya. Pemilihan sampel ini sebagai sumber data dengan pertimbangan para penjual *online* dianggap sudah terbiasa dengan aktifitas melalui *internet*. Dalam kaitannya dengan layanan JNE mereka diasumsikan menggunakan *website* JNE sebagai media untuk memperoleh informasi dan dianggap sudah familiar dengan *website* JNE. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner *online* dengan skala 1-7 (1= sangat tidak setuju, 7= sangat setuju). Kuesioner disebar di beberapa forum dan media sosial yang dianggap sebagai tempat yang cocok untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan karakteristik dari sampel yang ditetapkan untuk penelitian ini.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik dari responden menunjukkan jumlah pria lebih banyak daripada jumlah wanita, dengan presentase pria sebesar 73% dan wanita sebesar 27%. Berdasarkan usia, 57% responden berusia di bawah 25 tahun, 40% berusia antara 25 sampai 40 tahun dan sisanya sebesar 3% berusia lebih dari 40 tahun. Berdasarkan rata-rata penggunaan *internet*, sebesar 60% dari responden menghabiskan waktu rata-rata selama 5 jam lebih penggunaan *internet* dalam sehari. Lainnya, sebesar 7% rata-rata selama kurang dari satu jam, 21% selama 1-3 jam dan 12% selama 3-5 jam. Berdasarkan lama penggunaan jasa JNE, sebesar 51% responden telah menggunakan jasa JNE selama lebih dari satu tahun. Sisanya, sebesar 17% responden menggunakan jasa JNE selama kurang dari satu bulan, 16% selama 1-6 bulan dan 16% selama 6-12 bulan.

Pembobotan data kuesioner skala likert (1-7) dilakukan dengan tabulasi frekuensi terhadap keseluruhan indikator dari setiap dimensi WEBQUAL yaitu *usability*, *information* dan *service interaction*. Tabel 2 menyajikan nilai rata-rata dari masing-masing indikator yang telah dilakukan pembobotan. Dari data tersebut terlihat bahwa nilai bobot rata-rata keseluruhan indikator *performance* adalah sebesar 5,17 dan indikator *importance* adalah sebesar 6,15. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan nilai antara kualitas yang dirasakan (*performance*) atau kualitas aktual dengan kualitas yang diinginkan (*importance*) atau kualitas ideal. Nilai bobot indikator tertinggi untuk *performance* adalah I1 yaitu “mudah dipelajari dan dioperasikan” dengan nilai bobot sebesar 5,86. Sedangkan nilai bobot indikator terendah adalah I20 yaitu “rasa komunitas” dengan nilai bobot 4,33. Nilai bobot indikator tertinggi untuk *importance* adalah I22 yaitu “pelaksanaan layanan sesuai janji” dengan nilai bobot sebesar 6,66. Sedangkan nilai bobot indikator terendah adalah I20 yaitu “rasa komunitas” dengan nilai bobot 5,32.

Tabel 2 Nilai Rata-Rata Pembobotan Indikator

	Indikator	Perf.	Imp.
I1	Mudah dipelajari dan dioperasikan	5,86	6,06
I2	Interaksi jelas dan dapat dimengerti	5,57	6,07
I3	Mudah melakukan navigasi	5,37	6,17
I4	Mudah digunakan	5,68	6,3
I5	Tampilan menarik	4,64	5,89
I6	Desain sesuai	5,04	5,93
I7	Daya saing	5,1	5,83
I8	Pengalaman positif	5,13	5,89
I9	Informasi akurat	5,11	6,44
I10	Informasi dapat dipercaya	5,35	6,44
I11	Informasi aktual	5,19	6,4
I12	Informasi relevan	5,24	6,38
I13	Informasi mudah dimengerti	5,23	6,44
I14	Informasi dengan tingkat detail yang tepat	4,89	6,32
I15	Informasi dalam format yang sesuai	5,35	6,19
I16	Reputasi baik	5,45	6,14
I17	Keamanan dalam bertransaksi	5,33	6,37
I18	Keamanan informasi pribadi	5,39	6,34
I19	Ruang personalisasi	4,48	5,62
I20	Rasa komunitas	4,33	5,32
I21	Kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan	4,46	6,05
I22	Pelaksanaan layanan sesuai janji	5,49	6,66
	Rata-rata	5,17	6,15

Ket: Perf. = *Performance*, Imp. = *Importance*

Analisis kesenjangan (*gap*) dilakukan untuk melihat tingkat kualitas *website* JNE dilihat dari kesenjangan (*gap*) antara kualitas yang dirasakan (aktual) dan kualitas yang diinginkan (ideal). Kualitas aktual ditunjukkan oleh penilaian responden terhadap kinerja (*performance*) atribut pembentuk kualitas *website* berdasar dimensi WEBQUAL, sedangkan kualitas ideal ditunjukkan dari penilaian responden terhadap tingkat kepentingan (*importance*) dari atribut kualitas tersebut. Untuk menentukan nilai kesenjangan, dapat dilihat dari selisih antara nilai kualitas aktual (*performance*) dan kualitas ideal (*importance*).

$$Q_i = P_i - I_i \quad (1)$$

Q_i = tingkat kualitas

P_i = nilai kualitas aktual (*performance*)

I_i = nilai kualitas ideal (*importance*)

Tingkat kualitas yang baik ditandakan dengan hasil positif atau $Q_i \geq 0$. Ini berarti nilai kualitas aktual telah memenuhi kualitas ideal yang diharapkan pengguna. Sebaliknya apabila hasilnya $Q_i < 0$ atau bernilai negatif, maka tingkat kualitas dinyatakan buruk dan belum bisa memenuhi keinginan ideal pengguna. Besarnya kesenjangan (*gap*) dipresentasikan dengan persentase berdasar skala yang digunakan pada instrumen pengukuran yaitu 1-7 (1=0%, 7=100%). Penjelasan kesenjangan indikator kualitas diuraikan dalam masing-masing dimensi yaitu *usability*, *information* dan *service interaction*.

Tabel 3 Nilai Kesenjangan Dimensi *Usability*

Indikator		Perf.(P)	Imp.(I)	Q(P-I)	Gap(%)
I1	Mudah dipelajari dan dioperasikan	5,86	6,06	-0,2	3,33
I2	Interaksi jelas dan dapat dimengerti	5,57	6,07	-0,5	8,33
I3	Mudah melakukan navigasi	5,37	6,17	-0,8	13,33
I4	Mudah digunakan	5,68	6,3	-0,62	10,33
I5	Tampilan menarik	4,64	5,89	-1,25	20,83
I6	Desain sesuai	5,04	5,93	-0,89	14,83
I7	Daya saing	5,1	5,83	-0,73	12,16
I8	Pengalaman positif	5,13	5,89	-0,76	12,66
Rata-rata		5,3	6,02	-0,72	12

Tabel 4 Nilai Kesenjangan Dimensi *Information*

Indikator		Perf.(P)	Imp.(I)	Q(P-I)	Gap(%)
I9	Informasi akurat	5,11	6,44	-1,33	22,16
I10	Informasi dapat dipercaya	5,35	6,44	-1,09	18,16
I11	Informasi aktual	5,19	6,4	-1,21	20,16
I12	Informasi relevan	5,24	6,38	-1,14	19
I13	Informasi mudah dimengerti	5,23	6,44	-1,21	20,16
I14	Informasi dengan tingkat detail yang tepat	4,89	6,32	-1,43	23,83
I15	Informasi dalam format yang sesuai	5,35	6,19	-0,84	14
Rata-rata		5,19	6,37	-1,18	19,66

Tabel 3 menunjukkan nilai kesenjangan (*gap*) indikator-indikator dalam dimensi *usability*. Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai selisih antara kualitas aktual (*performance*) dan kualitas ideal (*importance*) dari semua indikator bernilai negatif. Nilai selisih rata-rata sebesar $-(0,72)$ yang berarti ada *gap* sebesar 12%. Indikator yang memiliki *gap* terbesar adalah I5 yaitu “tampilan menarik” dengan selisih sebesar $-(1,25)$ atau *gap* sebesar 20,83%. Tabel 4 menunjukkan nilai kesenjangan (*gap*) indikator-indikator dalam dimensi *information*. Dalam dimensi ini juga, nilai selisih dari semua indikator bernilai negatif. Nilai selisih rata-rata sebesar $-(1,18)$ yang berarti ada *gap* sebesar 19,66%. Indikator yang memiliki *gap* terbesar adalah I14 yaitu “informasi dengan tingkat detail yang tepat” dengan selisih sebesar $-(1,43)$ atau *gap* sebesar 23,83%. Tabel 5 menunjukkan nilai kesenjangan (*gap*) indikator-indikator dalam dimensi *service interaction*. Sama halnya dengan kedua dimensi sebelumnya, nilai selisih dari semua indikator dalam dimensi ini bernilai negatif. Nilai selisih rata-rata sebesar $-(1,08)$ yang berarti ada *gap* sebesar 18%. Indikator yang memiliki *gap* terbesar adalah I21 yaitu “kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan” dengan selisih sebesar $-(1,59)$ atau *gap* sebesar 26,5%. Tabel 6 menunjukkan nilai kesenjangan (*gap*) dari ketiga dimensi WEBQUAL. Dari tabel di atas, secara keseluruhan, nilai selisih antara kualitas aktual (*performance*) dan kualitas ideal (*importance*) memiliki nilai negatif. Nilai selisih rata-rata sebesar $-(0,99)$ yang berarti ada *gap* sebesar 16,5%. Dimensi yang memiliki *gap* terbesar adalah *information* dengan selisih sebesar $-(1,18)$ atau *gap* sebesar 19,66%. Dari hasil tersebut, menunjukkan nilai negatif atau $Q < 0$

yang berarti kualitas aktual yang dirasakan saat ini belum bisa memenuhi kualitas ideal yang diinginkan pengguna, maka tingkat kualitas dinyatakan masih buruk.

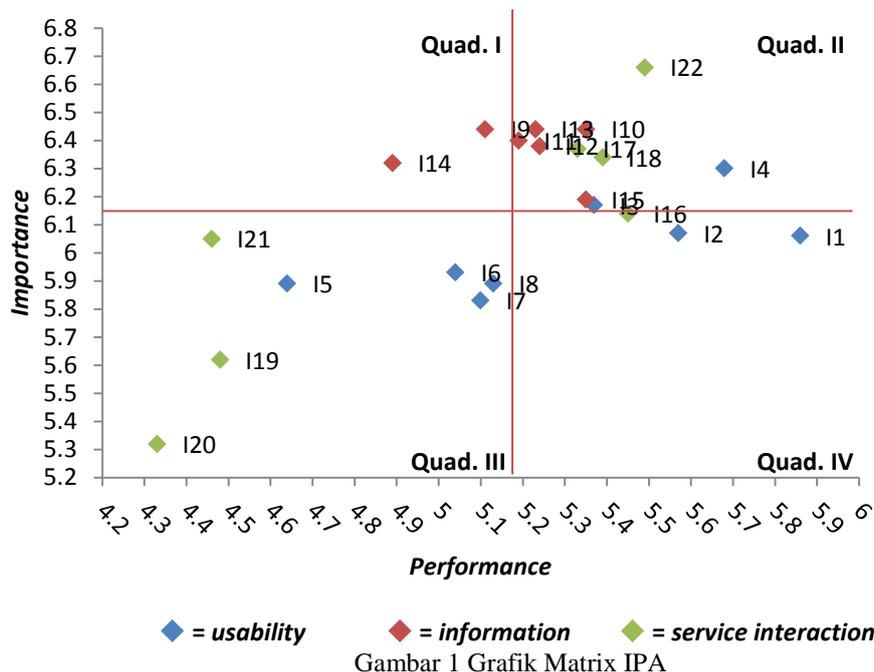
Tabel 5 Nilai Kesenjangan Dimensi *Service Interaction*

Indikator		Perf.(P)	Imp.(I)	Q(P-I)	Gap(%)
I16	Reputasi baik	5,45	6,14	-0,69	11,5
I17	Keamanan dalam bertransaksi	5,33	6,37	-1,04	17,33
I18	Keamanan informasi pribadi	5,39	6,34	-0,95	15,83
I19	Ruang personalisasi	4,48	5,62	-1,14	19
I20	Rasa komunitas	4,33	5,32	-0,99	16,5
I21	Kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan	4,46	6,05	-1,59	26,5
I22	Pelaksanaan layanan sesuai janji	5,49	6,66	-1,17	19,5
Rata-rata		4,99	6,07	-1,08	18

Tabel 6 Nilai Kesenjangan Semua Dimensi WEBQUAL

Dimensi	Perf.(P)	Imp.(I)	Q(P-I)	Gap(%)
Usability	5,3	6,02	-0,72	12
Information	5,19	6,37	-1,18	19,66
Service Interaction	4,99	6,07	-1,08	18
Rata-rata	5,16	6,15	-0,99	16,5

Importance performance analysis (IPA) digunakan untuk melihat indikator kualitas *website* mana saja yang telah sesuai dengan keinginan pengguna dan mana saja yang membutuhkan perbaikan. Hasil dari analisis IPA menunjukkan letak masing-masing indikator dalam matrix IPA yang terdiri dari empat kuadran. Dalam menentukan kordinat untuk setiap indikator, digunakan nilai rata-rata pembobotan indikator dari Tabel 2. Berikut ini Gambar 1 menunjukkan posisi indikator dalam grafik matrix IPA. Perbedaan warna *marker* mewakili indikator dari masing-masing dimensi.



Gambar 1 Grafik Matrix IPA

Dari grafik di atas dapat dilihat kedudukan masing-masing indikator di dalam matrix IPA. Setiap kuadran memiliki interpretasi spesifik yang menjelaskan tindakan strategis apa yang sebaiknya dilakukan untuk setiap indikator. Berdasar posisi indikator dalam masing-masing kuadran dapat disimpulkan bahwa I9 dan I14 yang terletak dalam kuadran I adalah indikator yang belum sesuai dengan harapan pengguna dimana indikator-indikator ini dinilai memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat kinerjanya dinilai rendah sehingga indikator-indikator dalam kuadran ini merupakan prioritas utama perbaikan. I3, I4, I10, I11, I12, I13, I15, I17, I18 dan I22 terletak pada kuadran II. Indikator-indikator ini dinilai sebagai indikator yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kinerjanya pun sudah baik. Indikator-indikator yang terletak dalam kuadran ini

adalah indikator yang sudah sesuai dengan keinginan pengguna dan harus dipertahankan. I5, I6, I7, I8, I19, I20 dan I21 terletak pada kuadran III. Indikator-indikator ini dinilai sebagai indikator yang memiliki tingkat kepentingan rendah dan tingkat kinerjanya pun tidak terlalu dirasakan baik oleh pengguna. Indikator-indikator yang terletak dalam kuadran ini adalah indikator yang dirasa cukup sesuai dan bukan merupakan prioritas utama perbaikan. Namun I5 dan I21 berada pada posisi yang mendekati kuadran I dan memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi sehingga harus menjadi fokus perhatian. I1, I2 dan I16 terletak pada kuadran IV dimana indikator-indikator ini dinilai memiliki tingkat kepentingan yang rendah namun tingkat kinerjanya sudah dinilai sangat baik oleh pengguna. Indikator-indikator ini adalah indikator yang dinilai telah jauh melampaui harapan pengguna dan bisa sedikit diabaikan.

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan nilai rata-rata antara penilaian terhadap tingkat kinerja (*performance*) yang dirasakan atau kualitas aktual dengan tingkat kepentingan (*importance*) yang diinginkan atau kualitas ideal pengguna *website* JNE. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan yang terjadi antara kedua perspektif penilaian tersebut. Hasil perhitungan analisis kesenjangan (*gap*) dari keseluruhan indikator memiliki nilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas aktual (*performance*) yang dirasakan oleh pengguna belum memenuhi kualitas ideal (*importance*) yang diharapkan. Seluruh indikator memiliki nilai selisih negatif yang menunjukkan ada kesenjangan yang tidak baik antara apa yang dirasakan pengguna dengan apa yang diinginkan atau diharapkan. Tiga atribut kualitas yang memiliki nilai kesenjangan terbesar adalah “kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan” dengan nilai selisih sebesar $-(1,59)$ atau *gap* sebesar 26,5%, “informasi dengan tingkat detail yang tepat” dengan nilai selisih sebesar $-(1,43)$ atau *gap* sebesar 23,83% dan “tampilan yang menarik” dengan nilai selisih sebesar $-(1,25)$ atau *gap* sebesar 20,83%. Sedangkan secara keseluruhan dari ketiga dimensi WEBQUAL, dimensi *information* memiliki nilai selisih terbesar dengan nilai $-(1,18)$ atau *gap* sebesar 19,66%.

Kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan (I21) dirasa memiliki tingkat kepentingan yang cukup tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 6,05, namun tingkat kinerja yang dirasakan oleh pengguna memiliki nilai rata-rata yang rendah sebesar 4,46. Berdasar hal ini dapat disimpulkan bahwa pengguna merasakan kesulitan dalam komunikasi dengan perusahaan melalui *website*. Hal ini bisa terjadi karena kurang responnya pengelola *website* JNE terhadap interaksi komunikasi dengan pengguna yang dilakukan melalui *website*. Tingkat detail informasi yang disajikan (I14) memiliki nilai rata-rata tingkat kepentingan sebesar 6,32 dan nilai rata-rata tingkat kinerja sebesar 4,89. Kesenjangan yang terjadi masih cukup besar, yang menunjukkan sikap kurang puas pengguna terhadap atribut ini. Pengguna mungkin merasa detail informasi yang disajikan dalam *website* JNE, terutama mengenai status pengiriman dan tarif, kurang lengkap atau tidak tepat dengan keadaan sesungguhnya. Atribut tampilan yang menarik (I5) memiliki tingkat kepentingan dengan nilai rata-rata sebesar 5,89 dan nilai rata-rata tingkat kinerja sebesar 4,64. Dari nilai kesenjangan yang cukup besar menunjukkan penilaian pengguna terhadap tampilan *website* kurang menarik. Tampilan *website* JNE dirasa kurang mengesankan oleh pengguna dan bisa saja menimbulkan rasa bosan dengan desain yang kurang *update*. Dimensi *information* memiliki nilai kesenjangan terbesar dari kedua dimensi lainnya. Hampir seluruh indikator dalam dimensi *information* memiliki nilai kesenjangan yang cukup besar dengan nilai rata-rata tingkat kepentingan sebesar 6,37 dan nilai rata-rata tingkat kinerja sebesar 5,19. Hal ini menunjukkan penilaian pengguna terhadap atribut kualitas yang berkaitan dengan informasi yang disajikan dalam *website* JNE belum sesuai dengan harapan. Informasi adalah aspek yang krusial karena pada dasarnya keberadaan *website* adalah sebagai media untuk menyampaikan informasi dari pihak perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi pengambilan keputusan bagi pengguna. Melihat hasil analisis IPA, terdapat beberapa atribut yang harus diperhatikan dan diperbaiki untuk memenuhi tingkat kualitas ideal pengguna. Atribut kualitas keakuratan informasi dan penyajian informasi secara detail merupakan atribut kualitas yang berada dalam kuadran I dan menjadi prioritas utama perbaikan. Atribut kualitas mengenai kemudahan penggunaan dan navigasi, juga keamanan data pribadi dan keyakinan akan janji layanan berada pada kuadran II yang menunjukkan tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerjanya dirasakan baik oleh pengguna. Atribut ini harus dipertahankan kinerjanya. Atribut kualitas mengenai pengalaman positif, ruang personalisasi dan rasa komunitas berada di kuadran III yang menunjukkan kinerja yang rendah dan dinilai tidak terlalu penting oleh pengguna. Atribut ini tidak terlalu menjadi fokus perhatian dan memiliki prioritas yang rendah. Sedangkan atribut kualitas yang berada di kuadran IV yaitu mengenai kemudahan dipelajari dan dioperasikan, interaksi jelas dan reputasi baik dinilai memiliki kinerja yang melebihi harapan pengguna sehingga bisa sedikit diabaikan.

Dari temuan di atas, perlu adanya upaya manajemen *website* JNE untuk meningkatkan kualitas agar keinginan pengguna bisa terpenuhi. Beberapa atribut yang harus segera diperbaiki diantaranya adalah atribut mengenai informasi terutama yang berkaitan dengan keakuratan dan detail informasi. Atribut kualitas mengenai kemudahan komunikasi dengan perusahaan dan tampilan *website* memiliki *gap* yang cukup besar sehingga harus dijadikan fokus perhatian. Beberapa alternatif perbaikan yang dapat dilakukan adalah meningkatkan detail informasi secara keseluruhan dalam *website* terutama informasi yang berkaitan dengan status pengiriman barang. Contoh praktis yang bisa dilakukan adalah menambahkan detail pemetaan alur proses pengiriman barang dari

tiap pos atau cabang JNE, lengkap dengan waktu dan armada yang terlibat. Dari aspek komunikasi dengan perusahaan, solusi perbaikan bisa dilakukan dengan menambahkan fitur *live chat* untuk interaksi komunikasi secara *real-time* antara pengguna dengan pihak manajemen *website*, sehingga kebutuhan pengguna bisa segera dipenuhi. Dari aspek desain, harus ada upaya merombak desain dan menyesuaikan secara berkala dengan *trend* yang sedang berkembang, seperti mengaplikasikan desain *flat* dan *responsive*.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kualitas *website* JNE belum sesuai dengan harapan pengguna. Terdapat perbedaan yang menunjukkan adanya kesenjangan (*gap*) antara dua perspektif penilaian antara tingkat kinerja (*performance*) atau kualitas aktual yang dirasakan oleh pengguna dan tingkat kepentingan (*importance*) atau kualitas ideal yang diharapkan. Secara keseluruhan, selisih dari kedua perspektif penilaian ini bernilai negatif dengan nilai sebesar $-(0,99)$ atau *gap* sebesar 16,5%. Dari ketiga dimensi pengukuran, dimensi *usability* memiliki nilai selisih $-(0,72)$ atau *gap* sebesar 12%, dimensi *service interaction* memiliki nilai selisih sebesar $-(1,08)$ atau *gap* sebesar 19,66% dan dimensi *information* memiliki nilai selisih paling besar sebesar $-(1,18)$ atau *gap* sebesar 18%. Berdasar hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas aktual yang dirasakan belum bisa memenuhi kualitas ideal yang diinginkan pengguna *website* JNE terutama dari atribut kualitas yang berhubungan dengan informasi dalam *website*. Berdasar analisis empat kuadran, atribut kualitas yang menjadi prioritas utama perbaikan adalah keakuratan dan tingkat detail informasi. Atribut mengenai kemudahan komunikasi dan tampilan *website* harus menjadi fokus perhatian dan menjadi prioritas berikutnya. Atribut mengenai kemudahan penggunaan, keamanan data pribadi dan transaksi layanan melalui *website* sudah sesuai dengan harapan pengguna dan harus dipertahankan. Sedangkan atribut kualitas mengenai kejelasan interaksi dan reputasi *website* dinilai sangat baik dan sudah melampaui harapan pengguna.

Bagi manajemen *website* JNE, hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan untuk mengembangkan *website* yang lebih baik. Pengembangan bisa difokuskan kepada atribut kualitas mengenai informasi terutama dari aspek keakuratan dan tingkat detail, misalnya dengan menambahkan detail pemetaan alur proses pengiriman barang dari tiap pos atau cabang JNE, lengkap dengan waktu dan armada yang terlibat. Atribut lainnya yang harus diperhatikan untuk ditingkatkan kinerjanya adalah mengenai kemudahan komunikasi dengan perusahaan dan desain *website*. Pengembangan untuk komunikasi melalui *website* bisa dilakukan dengan cara penambahan fitur *live chat* untuk interaksi komunikasi secara *real-time*, sedangkan pengembangan dalam aspek desain bisa dilakukan dengan cara mengaplikasikan desain *flat* dan *responsive* yang sedang *trend* saat ini. Pengembangan penelitian bisa dilakukan dengan menghubungkan kualitas *website* dengan kualitas layanan utama dari perusahaan pemilik *website*. Lebih luas lagi, penelitian bisa dilakukan terhadap beberapa *website* perusahaan yang berada pada satu industri.

Daftar Pustaka:

- [1] Baridwan, Z., & Hanum, L. (2007). Kualitas dan Efektivitas Sistem Informasi Berbasis Komputer. TEMA, 8(2). Malang: Universitas Brawijaya. <http://tema.ub.ac.id/index.php/tema/article/download/102/178>. [22 Juli 2014].
- [2] Barnes, S., & Vidgen, R. (2000). *WebQual: An Exploration of Web-site Quality*. ECIS 2000 Proceedings, Paper 74. <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1050&context=ecis2000>. [23 Juli 2014].
- [3] Barnes, S., & Vidgen, R. (2002). *An Integrative Approach to The Assessment of E-Commerce Quality*. Journal of Electronic Commerce Research, 3(3), 114-127. UK: University of Bath. <http://www.webqual.co.uk/papers/bookstore.pdf>. [23 Juli 2014].
- [4] Fathoni. (2009). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Menggunakan Metode Servqual. Konferensi Nasional Sistem dan Informatika 2009, KNTIA. <http://kntia.unsri.ac.id/documents/ANALISIS%20KUALITAS%20LAYANAN%20SISTEM%20INFORMASI%20MENGUNAKAN%20METODE%20SERVQUAL>. [22 Juli 2014].
- [5] Laudon, K.C., & Laudon, J.P. (2007). Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital (Edisi 10). Terjemahan Chriswan Sungkono & Machmudin Eka P. Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Supriyanto. (2004). Pemberdayaan Teknologi Informasi untuk Keunggulan Bisnis. Jurnal Ekonomi & Pendidikan, 2(1). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. <http://journal.uny.ac.id/index.php/jep/article/viewFile/666/531>. [22 Juli 2014].
- [7] Wahab, M. (2013). Pengaruh Consumer Trust Terhadap Keputusan Konsumen dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir Pada Pos Indonesia (Survey pada Pengguna Jasa Pengiriman Paket Di Kantor Pos Pusat Bandung). Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia. http://repository.upi.edu/1442/4/S_PEM_0906197_Chapter1.pdf. [16 Agustus 2014].
- [8] Williams, B.K., & Sawyer, S.C. (2007). *Using Information Technology: Pengenalan Praktis Dunia Komputer dan Komunikasi* (Edisi 7). Terjemahan Nur Wijayaning Rahayu & Th. Arie Prabawati. Yogyakarta: ANDI.