

## EVALUASI KUALITAS LAYANAN *WEBSITE* MALANGSTRUDEL.COM MENGGUNAKAN TEKNIK PENGUKURAN WEBQUAL 4.0

Yosep Agus Pranoto <sup>1)</sup>, Suryo Adi Wibowo <sup>2)</sup>, Moh. Miftakhur Rokhman <sup>3)</sup>

<sup>1),2),3)</sup> Teknik Informatika, Institut Teknologi Nasional Malang  
Jln. Sigura-gura 2, Malang,  
Email:yoaitn@gmail.com

**Abstrak.** *Tergabungnya Indonesia dalam komunitas ekonomi negara-negara kawasan ASEAN yaitu ASEAN Economic Community (AEC) atau biasa disebut Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan tantangan baru bagi seluruh pelaku ekonomi Indonesia. ASEAN menyepakati bahwa pelaksanaannya diarahkan pada integrasi ekonomi kawasan yang mengacu pada AEC Blueprint dimana disebutkan bahwa ASEAN sebagai kawasan dengan daya saing ekonomi tinggi dengan salah satu elemennya adalah e-commerce. Malang Studel merupakan olahan makanan yang cukup terkenal di kota Malang, sebagai pendatang baru dibidang kuliner telah menerapkan penjualan secara online, dimana salah satu cara melakukan penetrasi pasar ke konsumen adalah dengan media e-commerce yang menggunakan metode Business To Consumer (B2C). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas layanan website e-commerce terutama pada website Malang Strudel (malangstrudel.com) dengan menggunakan instrumen dari WebQual 4.0 untuk mendapatkan data kualitas layanan e-commerce dari konsumen. Hasil penelitian dan analisa yang dilakukan terhadap tingkat kepuasan pelanggan website e-commerce di Malang menggunakan metode WebQual 4.0 dan perhitungan skala likert menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan terhadap variabel keputusan pembelian online secara simultan. Variabel Usability interaksi layanan mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel keputusan pembelian online, namun variabel Service Interaction terhitung paling rendah. Dengan begitu, malangstrudel.com perlu meningkatkan nilai pada beberapa variabel dengan memperbaiki kualitas interaksi sesuai variabel yang terdapat pada WebQual 4.0.*

**Kata kunci :** *WebQual 4.0, e-commerce, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), Kota Malang, Malang Strudel*

### 1. Pendahuluan

Berkembangnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang saat ini sudah menjadi kebutuhan hidup manusia. Pertumbuhan internet di Indonesia pada tahun 2011 telah mencapai 39,6 juta jiwa atau sekitar 16,1% dari total pengguna internet diseluruh dunia yang menjadikan Indonesia menduduki peringkat ke 5 di Asia setelah China, Jepang, India, dan Korea Selatan [1]. Menurut analisis yang dilakukan BPS kota Malang tahun 2014 sektor industri pengolahan merupakan salah satu sektor unggulan daerah dan memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap PDRB Kota Malang, yaitu sebesar 33,3%. Sektor industri pengolahan menempati posisi kedua setelah sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran yang merupakan sektor terbesar pembentukan PDRB Kota Malang, dengan kontribusi sebesar 39 persen. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, kurang lebih 99,95% pelaku usaha sektor industri pengolahan di Kota Malang adalah industri kecil dan menengah.

Tantangan eksternal yang dihadapi dalam pengembangan industri adalah semakin menguatnya keterbukaan ekonomi internasional atau globalisasi. Era globalisasi mengakibatkan seluruh industri daerah berhadapan secara langsung, baik di pasar domestik maupun internasional, dengan tingkat persaingan yang semakin tajam. Kondisi ini menuntut setiap daerah meningkatkan daya saingnya. Daya saing negara harus ditumpukan pada daya saing daerah sehingga daerah-daerah di Indonesia perlu mengembangkan keunggulan kompetitifnya melalui pemilihan dan pengembangan produk unggulan daerah. Pemilihan produk unggulan dari suatu wilayah akan berimplikasi wilayah tersebut berkonsentrasi pada produk tersebut sehingga wilayah tersebut menjadi terspesialisasi, pembinaan

lebih fokus, efisien, dan efektif sesuai dengan potensi daerah untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan oleh suatu daerah, yang berarti meningkatkan nilai tambah ekonomi daerah.

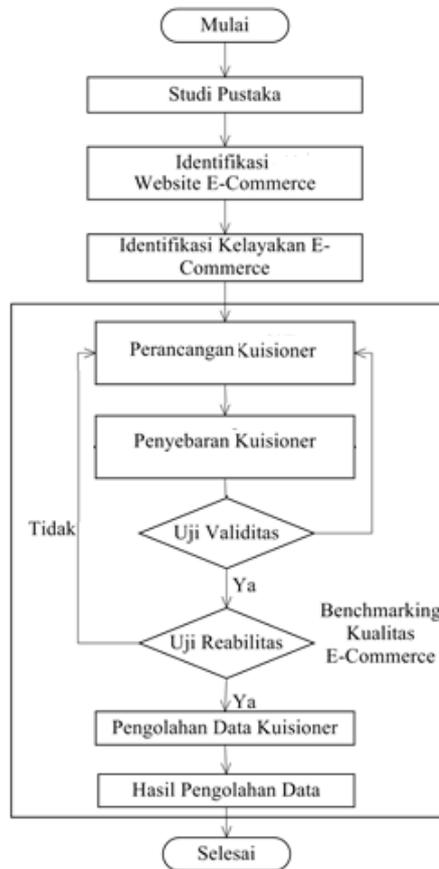
Semakin banyaknya perusahaan serta industri pengolahan makanan di wilayah kota malang menjadikan berkompetisi memasarkan produk unggulan masing-masing menjadi semakin ketat, salah satu cara model marketing untuk produk mereka dengan cara menjual produk unggulan mereka melalui media internet untuk melakukan penetrasi pasar ke konsumen yang jaraknya jauh adalah dengan media e-commerce yang menggunakan metode B2C sehingga menjanjikan kemudahan bertransaksi bagi penjual dan konsumen tanpa terbatas masalah ruang dan waktu yang tidak sama. Maraknya penggunaan B2C dalam bisnis ini mengakibatkan konsumen banyak menemukan pilihan perusahaan online untuk berbelanja. Berdasarkan data BPS jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2010 merupakan pasar yang potensial untuk berkembangnya perdagangan melalui media elektronik atau electronic commerce (e-commerce). Sejak Maret 2010 68% pengguna internet melakukan transaksi perdagangan online [1]. Perkembangan ini membawa ledakan besar bagi berkembangnya perusahaan e-commerce berjenis Business to Customer (B2C) [2], hal ini menjadikan persaingan antar perusahaan e-commerce sangat ketat. Salah satu pelaku bisnis pengolahan makanan yang menjadi produk utama kota malang dan menggunakan B2C adalah Malang Strudel. Dimana produk unggulan kota malang ini didirikan sejak 20 Desember 2014, Malang Strudel menjadi salah satu toko kue yang selalu ramai diperbincangkan dan dikunjungi wisatawan yang ingin membeli oleh-oleh khas Malang. Dimana bisnis yang dijalankan aktor Teuku Wisnu ini menjual kue Strudel sebagai menu utamanya. Kota Malang yang menjadi inspirasi kue Strudel buaatannya merupakan penghasil buah apel yang berkualitas. Atas dasar itulah Teuku Wisnu coba memperkenalkan Strudel yang telah dimodifikasi dengan cita rasa khas lokal dan menjadikannya sebagai makanan khas Malang. Untuk meningkatkan kualitas layanan e-commerce pada produk tersebut perlu dilakukan adanya suatu benchmarking e-commerce B2C yang bermanfaat bagi konsumen dan perusahaan. Ada dua poin untuk benchmarking. Poin pertama, benchmarking e-commerce B2C yang dapat membantu konsumen untuk memilih tempat berbelanja yang sesuai dengan kebutuhannya. Poin kedua, adanya benchmarking e-commerce B2C yang dapat membantu pelaku bisnis untuk menilai kualitas layanan e-commerce B2C yang dimilikinya sehingga dapat memberi layanan yang terbaik kepada konsumen.

Benchmarking merupakan sebuah alat untuk mengevaluasi produk, layanan, dan proses kerja organisasi sebagai representasi praktiknya yang bertujuan untuk perbaikan organisasi. Dengan adanya benchmarking maka dapat membantu audit layanan e-commerce B2C perusahaan dan membantu konsumen dalam memilih perusahaan untuk memenuhi kebutuhannya. Benchmarking merupakan proyek pada banyak perusahaan sebagai alat untuk audit perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas layanan *website* e-commerce terutama pada bidang produk pengolahan pangan unggulan kota malang dengan menggunakan instrumen dari WebQual 4.0 untuk mendapatkan data kualitas layanan e-commerce dari konsumen. Instrumen WebQual 4.0 pernah digunakan untuk menganalisis *blibli.com* yang merupakan salah satu *website e-commerce* yang ada di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan melakukan survei terhadap 44 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan terhadap variabel keputusan pembelian online secara simultan [3].

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survey. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan *website* e-commerce khusus yang ada di wilayah Malang untuk mengukur kesiapan menghadapi era pasar bebas MEA dengan menggunakan instrumen WebQual versi 4.0.

Penelitian ini melibatkan sebanyak 75 responden dari kalangan mahasiswa informatika. Responden mengisi kuesioner untuk penelitian ini, hasil kuesioner akan dianalisis dan didapatkan kualitas layanan terhadap *website* yang diteliti. Kuesioner berupa pertanyaan-pertanyaan yang jawabannya berupa skala nilai pengukuran antara 1 hingga 5 dengan keterangan nilai sebagai berikut:

- a) Nilai 1 untuk “sangat tidak setuju”
- b) Nilai 2 untuk “kurang setuju”
- c) Nilai 3 untuk “cukup / netral”
- d) Nilai 4 untuk “setuju”
- e) Nilai 5 untuk “sangat setuju”



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

WebQual yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah suatu metode yang digunakan untuk mengukur kualitas *website* berdasarkan persepsi dari pengguna terakhir melalui instrumen-instrumen tertentu. Instrumen WebQual disusun berdasarkan 3 dimensi yang kesemuanya adalah pengukuran kepuasan konsumen atau *user* terhadap kualitas dari *website* tersebut. *WebQual* biasanya digunakan untuk menganalisa beberapa *website* di antaranya *website* pembelian, sekolah, pendidikan dan *website internet banking*. Instrumen-instrumen pada *webqual* 4.0 adalah pengembangan dari versi-versi pendahulunya, yaitu *webqual* 1.0, *webqual* 2.0, dan *webqual* 3.0 serta penggabungan dan penyesuaian dari *servqual*. Adapun instrumen-instrumen penelitian yang digunakan dalam *webqual* 4.0 mengacu pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Instrumen WebQual 4.0

Kategori	Pertanyaan
<i>Usability</i>	1. <i>I find the site easy to learn to operate</i> 2. <i>My interaction with the site is clear and understandable</i> 3. <i>I find the site easy to navigate</i> 4. <i>I find the site easy to use</i> 5. <i>The site has an attractive appearance</i> 6. <i>The design is appropriate to the type of site</i> 7. <i>The site conveys a sense of competency</i> 8. <i>The site creates a positive experience for me</i>
<i>Information quality</i>	9. <i>Provides accurate information</i> 10. <i>Provides believable information</i> 11. <i>Provides timely information</i> 12. <i>Provides relevant information</i> 13. <i>Provides easy to understand information</i> 14. <i>Provides information at the right level of detail</i> 15. <i>Presents the information in an appropriate format</i>
<i>Service interaction</i>	16. <i>Has a good reputation</i> 17. <i>It feels safe to complete transactions</i> 18. <i>My personal information feels secure</i> 19. <i>Creates a sense of personalization</i> 20. <i>Conveys a sense of community</i> 21. <i>Makes it easy to communicate with the organization</i> 22. <i>I feel confident that goods/services will be delivered as promised</i>
<i>Overall</i>	23. <i>Overall view of the web site</i>

## 2. Analisis dan Pembahasan

Kuesioner terdiri dari 23 pertanyaan yang diambil dari pertanyaan pada instrumen WebQual yang terdiri dari beberapa aspek yaitu *usability*, kualitas informasi, kualitas interaksi, dan kesan keseluruhan terhadap *website* yang dinilai. Kuesioner disebarkan pada 75 responden. Tahap selanjutnya untuk dapat mengetahui apakah instrumen suatu penelitian dapat mengukur apa yang akan diukur maka perlu dilakukan analisis validitas. Uji validitas adalah untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur (kuesioner) mampu mengukur apa yang ingin diukur. Perhitungan uji validitas dengan bantuan *software* SPSS 15.00 for Windows. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode *Product Moment Pearson* pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0.05$ ). nilai  $r_{\text{tabel}}$  *Product Moment Pearson* menunjukkan nilai “r” pada taraf signifikan ( $\alpha = 0.05$ ) sejumlah 75 responden dengan *degree of freedom* ( $df = N-2$ ) atau  $df = 75-2$  maka nilai  $r_{\text{tabel}} = 0,230$ .

Uji Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi alat pengukuran dalam mengukur gejala yang sama. Melalui bantuan program SPSS, bila koefisien *alpha* lebih besar dari 0,6 maka reliabilitas sudah tercapai. Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini ini adalah teknik *Alpha Cronbach*. Hasil perhitungan penentuan validitas reliabilitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai  $r_{\text{tabel}}$  semua item kuesioner di atas 0,230 dan nilai *alpha* di atas 0,6 yang berarti semua item kuesioner dalam penelitian ini adalah valid. Sebanyak 75 responden memberikan nilai menggunakan skala *likert* dari 1 hingga 5 pada setiap pertanyaan.

Uji validitas kuesioner untuk *website* MalangStrudel semua item valid atau diatas nilai  $r_{\text{tabel}} = 0,230$ . Hasil pengujian reliabilitas dijelaskan pada lampiran 7. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas, menunjukkan bahwa nilai *alpha* sebesar 0,724 untuk 75 responden. Nilai *alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 yang artinya bahwa pertanyaan di dalam kuesioner dapat dikatakan reliabel. Dari hasil uji validitas dan reliabilitas dapat disimpulkan bahwa semua data valid dan reliabel.

Tabel 2. Uji Validitas Kuesioner

Variabel	Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Hasil
<i>Usability</i>	1	0.440983786	> 0,230	Valid
	2	0.302650682	> 0,230	Valid
	4	0.495107866	> 0,230	Valid
	5	0.323937067	> 0,230	Valid
	6	0.262600053	> 0,230	Valid
	7	0.341381608	> 0,230	Valid
	8	0.332700357	> 0,230	Valid
	<i>Information Quality</i>	9	0.420176282	> 0,230
10		0.338204828	> 0,230	Valid
11		0.3469793	> 0,230	Valid
12		0.309852008	> 0,230	Valid
13		0.444841474	> 0,230	Valid
15		0.245080914	> 0,230	Valid
<i>Service Interaction</i>		16	0.453565971	> 0,230
	17	0.355001375	> 0,230	Valid
	18	0.400396869	> 0,230	Valid
	19	0.467376005	> 0,230	Valid
	20	0.635226	> 0,230	Valid
	21	0.478252629	> 0,230	Valid
	22	0.440983786	> 0,230	Valid
<i>Overall</i>	23	0.262600053	> 0,230	Valid

Tabel 3. Uji Reabilitas Kuesioner

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	21

Dari semua data kuesioner, dapat direkap data penilaian dari 75 responden secara keseluruhan. Berikut hasil penilaian *website*:

Tabel 4. Rekap Data Penilaian Responden

Kategori	Jumlah	Rata-rata
1	291	3.88
2	283	3.773
3	287	3.827
4	283	3.773
5	280	3.733
6	257	3.427
7	269	3.587
8	295	3.933
<i>Usability</i>	2245	3.742
9	291	3.88
10	290	3.867
11	273	3.64
12	259	3.453
13	255	3.4
14	255	3.4
15	255	3.4

Kategori	Jumlah	Rata-rata
<i>Information quality</i>	1878	3.577
16	251	3.347
17	221	2.947
18	259	3.453
19	221	2.947
20	234	3.12
21	237	3.16
22	251	3.347
<i>Service interaction</i>	1674	3.189
<i>Overall view of the web site</i>	291	3.88

Hasil Perhitungan data kuesioner kepuasan pelanggan terhadap website malangstrudel.com yang terdapat pada Tabel 5 yang diolah menggunakan Skala Likert menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas website malangstrudel.com

### 3. Simpulan

Hasil penelitian dan analisa yang dilakukan terhadap tingkat kepuasan pelanggan *website* e-commerce di Malang menggunakan metode WebQual 4.0 dan perhitungan Skala Likert menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan terhadap variabel keputusan pembelian online secara simultan. Variabel *Usability* interaksi layanan mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel keputusan pembelian online, namun variabel *Service Interaction* terhitung paling rendah. Dengan begitu, perlu ditingkatkan nilai pada beberapa variabel dengan memperbaiki *website* sesuai variabel yang dibutuhkan.

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami sampaikan kepada Kementerian Riset dan Teknologi serta Institut Teknologi Nasional Malang karena publikasi ini adalah bagian dari pada Penelitian Dosen Pemula (PDP) yang didanai tahun 2017.

### Daftar Pustaka

- [1] Iswarawati, Vidyani F, Azizah N. 2013. Integration of E-Commerce and Cloud Computing For Implementation of Business Based on ICT in Indonesia. *IJCSEE*. 1(3):436
- [2] Chen DN, Jeng B, Lee WP, Chuang CH. 2008. An Agent-based Model for Consumer-to-bussiness Electronic Commerce. *ELSEVIER Expert Syst with App*. 34: 469
- [3] Furkonudin, Emi Suryadi, Darmanto. 2016. Evaluasi Kualitas Layanan *Website* E-Commerce Blibli.Com Menggunakan Metode Webqual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online.