

ANALISIS KUALITAS WEBSITE *RUANGGURU.COM* MENGGUNAKAN WEBQUAL 4.0 DAN IPA (*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*)

RUANGGURU.COM WEBSITE QUALITY ANALYSIS USING WEBQUAL 4.0 AND IPA (IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS)

Rezky Kemala Dewi Siregar¹, Rana Akbari Fitriawan²

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

rezkykemaladewii@gmail.com, ranaakbarifitriawan@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat di era globalisasi saat ini tidak bisa dihindari lagi pengaruhnya terhadap dunia pendidikan. Tuntutan global menuntut dunia pendidikan untuk selalu senantiasa menyesuaikan perkembangan teknologi terhadap usaha dalam peningkatan mutu pendidikan. Ruangguru merupakan salah satu platform yang bergerak dalam bidang pendidikan, mempertemukan pengajar dengan pelajar untuk belajar dan mengajar sejak 2014. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan tingkat kualitas Ruangguru.com berdasarkan 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 quality, dan service interaction yang dinilai berdasarkan perspektif tingkat kinerja (performance) dan tingkat kepentingan (importance). Penelitian ini memiliki 400 responden yang pernah mengakses Ruangguru.com dengan menggunakan teknik sampling insidental. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan terdapat nilai kesenjangan (gap) yang bernilai negatif antara kualitas aktual (performance) dan kualitas ideal (importance) sebesar (-0,02). Nilai kesenjangan (gap) paling besar adalah dimensi service interaction dengan nilai (-0,17). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas actual yang dirasakan belum bisa memenuhi kualitas ideal yang diinginkan pengguna website Ruangguru.com terutama dari atribut kualitas yang berhubungan dengan service interaction dalam website.

Kata kunci: Ruangguru, Kualitas website, Webqual 4.0, Importance Performance, Analysis

Abstract

The development of information technology, which grew rapidly in this era of globalization it can not be avoided to influence on the world of education. Global demand world requires education to always constantly adjust to the technology development effort to enhance the quality of education. Ruangguru is one platform that is engaged in education, to confront educators with students for learning and teaching since 2014. This study aimed to describe the level of quality Ruangguru.com based on user ratings of the quality of the perceived actual and ideal quality expected. The research is quantitative descriptive Webqual dimensions namely usability, information quality, and service interaction were assessed based on the perspective of the level of performance (performance) and the level of importance (importance). The study had 400 respondents who have access Ruangguru.com using purposive sampling technique. From this study showed that overall there is a gap value (gap) is negative between the actual quality (performance) and ideal quality (importance) of (-0.02). Value gaps (gap) is greatest dimension of service interaction with the value (-0.17). It can be concluded that the actual perceived quality can not meet the desired quality website user base Ruangguru.com mainly of quality attributes associated with the service interaction in a website.

Keywords: Ruangguru, Website quality, Webqual, Importance Performance Analysis

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kini sudah tidak bisa dihindari lagi, salah satu buktinya adalah dengan adanya konvergensi media. Konvergensi media adalah penyatuan atau penggabungan berbagai media dan teknologi komunikasi. Dimana konvergensi media merupakan integrasi dari fungsi-fungsi beberapa media ke dalam suatu media membuat runtuhnya tembok pemisah antara berbagai teknologi dan aplikasi komunikasi dan informasi. Sehingga antara teknologi satu dan yang lainnya tidak dapat dibedakan lagi.

Salah satu perkembangan teknologi informasi yang sangat familiar adalah internet. Internet merupakan salah satu sumber informasi tanpa batas yang bisa diakses oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun. Hadirnya internet membuktikan terjadinya konvergensi media. Cukup dengan satu media komputer kita sudah bisa mengakses berbagai informasi, membaca surat/email, menonton televisi, mendengarkan musik, radio, layanan banking, berbicara melalui video (skype), dan menelepon. Masyarakat dapat mencari sesuatu yang belum mereka ketahui dengan mengakses internet, khususnya generasi muda, internet menjadi kebutuhan pokok mereka saat ini. Baik media hiburan (sosial media, youtube, messenger, dan sebagainya) maupun media pendidikan (*e-book*, *e-learning*, *e-journal* dan sebagainya)

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat di era globalisasi saat ini tidak bisa dihindari lagi pengaruhnya terhadap dunia pendidikan. Tuntutan global menuntut dunia pendidikan untuk selalu senantiasa menyesuaikan perkembangan teknologi terhadap usaha dalam peningkatan mutu pendidikan. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa efektifitas pembelajaran dengan menggunakan ICT lebih baik dibanding pembelajaran tradisional atau konvensional. Hasil penelitian Wilfrid Laurier University pada tahun 1998 menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan web dalam pembelajaran terbukti dua kali lebih cepat waktu belajarnya dibanding mahasiswa klasikal, sebanyak 80% mahasiswa tersebut berprestasi baik dan amat baik serta 66% dari mereka tidak memerlukan bahan cetak¹

Ruangguru.com merupakan salah satu startup teknologi dan pendidikan terbesar di Indonesia yang telah bekerja sama dengan 33 dari 34 pemerintah provinsi dan lebih dari 305 pemerintah kota dan kabupaten di Indonesia dan memiliki lebih dari 4 juta pengguna serta memiliki lebih dari 27.000 guru. *Ruangguru.com* telah dinobatkan menjadi penerima beragam penghargaan yaitu sebagai *Website Pendidikan Terbaik Indonesia* pada *Bubu Awards 2015*, sebagai *Innovation to Watch* pada *Tsinghua UNICEF Youth Innovation Forum 2015*, sebagai *Honorable Mention* pada *Kaizen* dan *INSEAD & NYU Stern Education Symposium 2016*, *Indonesia's Best Social Enterprise of The Year* pada *ASEAN Rice Bowl Startup Awards 2016*, dan sebagai *Awardee* pada *Google Launchpad Accelerator 2016*. Namun, berdasarkan pre-test yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa pelajar SMA yang pernah mengakses *Ruangguru.com* terdapat 55,6% dari 126 responden yang merasakan bahwa *Ruangguru* tidak sesuai dengan yang diharapkan penggunaannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis akan meneliti lebih mendalam lagi mengenai kualitas website menggunakan pendekatan *Webqual* dan *Importance Performance Analysis* (IPA) menurut pelajar SMA yang pernah mengakses website *ruangguru.com*. *Webqual* adalah salah satu metode untuk mengukur kualitas website berdasarkan penilaian pengguna akhir. *Webqual* disusun berdasar tiga kriteria penilaian yaitu *usability*, *information* dan *service interaction*. Sedangkan IPA adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dari suatu objek pengukuran atas kinerja dan tingkat kepentingannya. Penilaian pengguna 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. Berdasarkan adanya masalah-masalah seperti uraian diatas, maka peneliti tertarik mengambil judul: **“Analisis Kualitas Website Ruangguru.com Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan IPA (Importance Performance Analysis)”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi website *Ruangguru.com* dilihat dari kesenjangan (*gap*) antara kualitas yang dirasakan (*aktual*) dan kualitas diinginkan (*ideal*)
2. Bagaimana tingkat kualitas website *Ruangguru.com* dilihat dari kesenjangan (*gap*) antara kualitas yang dirasakan (*aktual*) dan kualitas yang diinginkan (*ideal*)
3. Indikator kualitas website mana saja yang telah sesuai dengan keinginan pengguna dan apa saja yang membutuhkan perbaikan.

Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengkaji:

1. Untuk mengetahui kondisi website *Ruangguru.com* dilihat dari kesenjangan (*gap*) antara kualitas yang dirasakan (*aktual*) dan kualitas yang diinginkan (*ideal*)
2. Untuk mengetahui tingkat kualitas website *Ruangguru.com* berdasar kesenjangan (*gap*) antara kualitas yang dirasakan (*aktual*) dan kualitas yang diinginkan (*ideal*)

3. Untuk menggambarkan posisi dari indikator-indikator kualitas website *Ruangguru.com* sehingga terlihat indikator mana yang sudah sesuai dengan harapan pengguna dan indikator mana yang membutuhkan perbaikan

2. DASAR TEORI DAN METODOLOGI

2.1 Konvergensi Media

Konvergensi berasal dari kata bahasa Inggris yaitu “*convergence*” yang memiliki arti tindakan bertemu atau bersatu di suatu tempat atau bisa diartikan sebagai pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat. Media adalah sesuatu yang dapat digunakan sebagai sarana penghubung atau perantara dalam penyampaian informasi maupun penyampaian hiburan dari pengirim informasi kepada penerima informasi. Konvergensi media adalah pengintegrasian atau penggabungan media-media yang ada untuk diarahkan dan digunakan kedalam satu titik tujuan, dimana konvergensi media diakibatkan karena adanya perkembangan teknologi komunikasi digital yang menyebabkan efisiensi adanya telepon, video dan komunikasi data dalam suatu jaringan. Dalam konteks yang lebih luas, konvergensi media sesungguhnya bukan hanya memperlihatkan kecepatannya dalam perkembangan teknologi, namun konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup dan khalayak besar yang merupakan pengguna media yang telah ter-konvergensi.

Secara singkat, konvergensi media mengubah bentuk – bentuk perilaku hubungan produksi dan konsumsi, yang di mana penggunaannya berdampak serius pada berbagai bidang seperti ekonomi, politik, pendidikan, dan sosial serta kebudayaan. McLuhan (2005) menyebutkan bahwa kelak internet akan membawa masyarakat dunia kepada sebuah konsep “*global village*” itu terbukti pada saat ini, yakni dimana antar manusia di seluruh dunia dapat terkoneksi satu dengan yang lainnya tanpa adanya batasan apapun. Karena semua informasi dan konten yang disajikan oleh internet pada akhirnya memang masih tanpa batas dan bisa diakses siapapun di penjuru bumi ini.

2.2 New Media

New Media atau media *online* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Media *online* adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen yang mana terdapat konvergensi media di dalamnya dan beberapa media dijadikan satu. *New Media* merupakan suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada pembaca yang sangat jauh berbeda dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan sebagainya².

Vin Crosbie (2002) dalam karyanya “*What is New Media?*” menjelaskan ada tiga media komunikasi. Pertama media interpersonal yang disebut *one to one*. Media ini memungkinkan seseorang saling komunikasi atau tukar informasi dengan seorang lainnya. Kedua, dikenal sebagai *mass media* yang digunakan sebagai sarana menyebarkan informasi dari satu orang ke banyak orang (*one to many*). Media komunikasi terakhir disebut *new media* yang merupakan percepatan sekaligus penyempurnaan dari dua media sebelumnya. Dimana media ini digunakan untuk mengkomunikasikan ide maupun informasi dari banyak orang ke banyak orang lainnya³.

2.3 Internet

Perkembangan teknologi komunikasi semakin canggih, sehingga informasi dapat berpindah dengan sangat cepat karena munculnya media komunikasi baru yaitu internet sebagai media *online*. Internet (*International Networking*) atau Net adalah kumpulan luas dari jaringan komputer yang saling terhubung di seluruh dunia, mulai dari komputer kecil (*personal computer/ PC*) dirumah-rumah sampai komputer besar di perusahaan-perusahaan⁴. Internet merupakan jaringan luas dari jutaan jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang diseluruh jagat raya⁵.

2.4 Website

“Website merupakan sebuah fasilitas yang menawarkan ruang bincang, email, maupun pesan instan dimana pengguna internet dapat menjelajahi *World Wide Web* dengan menggunakan software browser untuk mendapatkan berbagai macam informasi, hiburan maupun untuk kepentingan bisnis”.⁶ Tujuan dari adanya website adalah untuk menyampaikan konten kepada konsumen serta melengkapi proses transaksi. Semakin cepat dan dapat diandalkan dua tujuan tersebut, maka semakin efektif suatu website dari perspektif e-commerce⁷.

Situs Web (website) adalah sekumpulan halaman web yang terhubung pada sebuah halaman utama (*home page*). Halaman utama adalah dokumen pada web yang diformat menggunakan *hypertext* dengan link yang menghubungkan satu dokumen dengan dokumen lainnya, seperti suara, video, atau animasi⁸.

2.5 Website Quality

“*Website Quality* merupakan salah satu konsep yang digunakan dalam pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir”⁹. Oleh karena itu, *website quality* sangat cocok digunakan untuk mengukur kualitas dari sebuah website. Salah satu cara yang harus diperhatikan dalam *website quality* untuk mengukur kualitas website adalah kualitas informasi dari penelitian sistem informasi, interaksi dan kualitas layanan dari penelitian sistem informasi, *e-commerce*, serta pemasaran, dan kegunaan (*usability*) dari *human-computer interaction*.¹⁰ *Webqual* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari *servqual* yang banyak digunakan sebelumnya pada

pengukuran kualitas jasa. *Webqual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya.¹¹

2.6 E-Learning

E-learning dapat didefinisikan sebagai sebuah bentuk teknologi informasi yang diterapkan di bidang pendidikan dalam bentuk dunia maya. Istilah *e-learning* lebih tepat ditujukan sebagai usaha untuk membuat sebuah transformasi proses pembelajaran yang ada di sekolah atau perguruan tinggi ke dalam bentuk digital yang dijumpai teknologi internet.¹² *E-Learning* merupakan salah satu bentuk model pembelajaran yang difasilitasi dan didukung pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Karakteristik dari *e-learning*, yaitu:¹³

1. Memiliki konten yang relevan dengan tujuan pembelajaran
2. Menggunakan metode instruksional, misalnya penyajian contoh dan latihan untuk meningkatkan pembelajaran
3. Menggunakan elemen-elemen media seperti kata dan gambar untuk menyampaikan materi pembelajaran
4. Memungkinkan pembelajaran langsung berpusat pada pengajar (*synchronous e-learning*) atau di desain untuk pelajaran mandiri (*asynchronous e-learning*)
5. Membangun pemahaman dan keterampilan yang terkait dengan tujuan pembelajaran baik secara perorangan atau meningkatkan kinerja pembelajaran kelompok

E-learning memiliki karakteristik sebagai berikut : (a) *Interactivity* (interaktivitas); (b) *Independent* (independent); (c) *Accessibility* (aksesibilitas); (d) *Enrichment* (pengayaan).¹⁴

2.7 SERVQUAL

Pengertian kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.¹⁵ Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

2.8 Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada beberapa pendapat mengenai dimensi kualitas pelayanan, yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu:¹⁶

1. *Reliability*
Mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat dari awal. Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati
2. *Responsiveness*
Yaitu kemampuan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Competence*
Yaitu memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu oleh setiap orang dalam suatu perusahaan.
4. *Accessibility*
Yaitu kemudahan untuk menghubungi dan ditemui, dimana lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan sebagainya.
5. *Courtesy*
Yaitu memiliki sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para kontak personal
6. *Communication*
Yaitu memberikan informasi kepada pelanggan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan kemampuan mendengarkan saran serta keluhan pelanggan.
7. *Credibility*
Yaitu memiliki sifat jujur dan dapat dipercaya, kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi kontak personal dan interaksi dengan pelanggan.
8. *Security*
Yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*), dan kerahasiaan (*confidentiality*).
9. *Understanding/Knowing the Customer*
Yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangibles*
Yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, atau penampilan dari personil

2.9 IPA

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. Teknik ini diperkenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James tahun 1977. IPA pada awalnya diperuntukan bagi riset dalam bidang pemasaran. Namun demikian, penggunaannya telah meluas pada berbagai bidang pelayanan seperti kesehatan, sekolah dan pemerintahan.

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. Walaupun belum banyak penelitian dalam bidang sistem informasi yang menggunakan IPA, namun penelitian terdahulu yang dilakukan Nasution & Mujahidin dan Wong, Hideki & George menyatakan bahwa 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.

2.10 Metodologi Penelitian

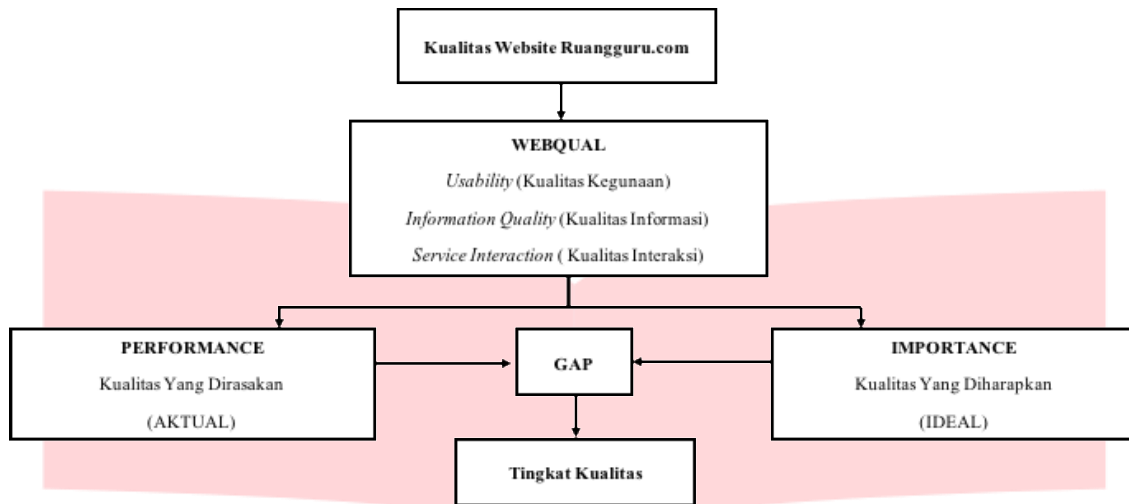
Jenis penelitian ini dikategorikan kedalam penelitian deskriptif kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian dalam penelitian ini adalah kriteria pengukuran kualitas website berdasar pendekatan *Webqual* 4.0 yaitu, *usability*, *information* dan *service interaction* yang dilihat dari dua perspektif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

Tabel 1
Variabel Operasional

Dimensi	Indikator
<i>Usability</i>	Kemudahan dalam mengoperasikan website
	Kemudahan berinteraksi dengan jelas pada website
	Kemudahan dalam menemukan menu-menu layanan website
	Website mudah digunakan
	Website memiliki tampilan yang menarik
	Desain yang sesuai
	Terciptanya pengalaman positif dari pengguna
<i>Information Quality</i>	Informasi yang disajikan akurat
	Informasi yang diberikan dapat dipercaya
	Informasi yang diberikan tepat waktu
	Informasi yang disajikan relevan dengan yang diinginkan
	Informasi mudah dimengerti
	Informasi dengan tingkat detail yang tepat
	Informasi dengan format yang sesuai
<i>Service Interaction</i>	Keamanan dalam melakukan transaksi
	Keamanan informasi pengguna
	Layanan memiliki dan menciptakan kesan personal
	Pelaksanaan layanan sesuai janji

2.11 Model Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Penulis

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 64,3% responden laki-laki dan 35,8% responden perempuan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden laki-laki lebih banyak daripada responden perempuan. Berdasarkan kelas, terdapat 8,3% responden kelas X, 23,8% kelas XI dan 68% kelas XII. Berdasarkan asal daerah, terdapat 20% asal Pulau Sumatera, 69,5% Pulau Jawa, 4,8% Pulau Kalimantan, 3,8% Pulau Sulawesi, dan 1,8% Pulau Papua.

3.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil rekapitulasi menunjukkan bahwa skor total dari *performance* (kinerja) adalah sebesar 28620 atau 79,5% dari skor ideal yaitu 36000, sedangkan skor total dari *importance* (harapan) 28053 atau 77,9% dari skor ideal yaitu 36000. Dengan demikian *importance* (kepentingan) berada pada kategori sangat baik.

3.2 Pembobotan Skala

Tabel 2
Pembobotan Skala

No	Atribut	Tingkat Kinerja (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Indeks kepuasan
Usability (Kegunaan)				
1	Saya merasakan kemudahan dalam mengoperasikan <i>website</i>	4,08	3,98	0,11
2	Saya dapat berinteraksi dengan jelas pada <i>website</i> Ruangguru.com	3,99	3,53	0,46
3	Saya dapat dengan mudah menemukan menu layanan <i>website</i> Ruangguru.com	3,77	3,78	0,00
4	Saya merasa <i>website</i> Ruangguru.com mudah digunakan	4,02	3,94	0,08
5	Saya merasa tampilan <i>website</i> Ruangguru.com menarik	3,94	4,10	-0,15
6	Saya merasa desain <i>website</i> Ruangguru.com sesuai dengan fungsinya	4,23	4,07	0,16
7	Saya mendapatkan pengalaman positif dari Ruangguru.com	4,10	4,45	-0,34
Information Quality (Kualitas Informasi)				
8	Saya merasa Ruangguru.com memberikan informasi yang akurat	4,02	4,15	-0,14
9	Saya merasa Ruangguru.com memberikan informasi yang dapat dipercaya	4,01	4,24	-0,24
10	Saya merasa Ruangguru.com memberikan informasi dengan tepat waktu	4,00	4,17	-0,17
11	Saya merasa Ruangguru.com memberikan informasi yang relevan dengan yang diinginkan	4,01	4,16	-0,15
12	Saya merasa Ruangguru.com memberikan informasi yang mudah dimengerti	4,13	4,11	0,01

13	Saya merasa Ruangguru.com memberikan informasi dengan tingkat detail yang tepat	3,93	3,59	0,34
14	Saya merasa Ruangguru.com memberikan informasi dengan format yang sesuai	4,04	3,55	0,49
Interaction Quality (Kualitas Interaksi)				
15	Saya merasa Ruangguru.com memberikan keamanan dalam melakukan transaksi	3,75	3,91	-0,16
16	Saya merasa Ruangguru.com memberikan keamanan informasi pengguna	3,66	3,76	-0,10
17	Saya merasa Ruangguru.com memberikan layanan yang dapat menciptakan kesan personal	3,54	3,73	-0,19
18	Saya merasa Pelaksanaan layanan Ruangguru.com sesuai janji	3,81	4,19	-0,38
Rata-rata		3,94	3,97	-0,02

Sumber: Pengolahan data SPSS Versi 23

3.3 Analisis Kesenjangan GAP

Tabel 4
Hasil Uji Parsial (Uji t)

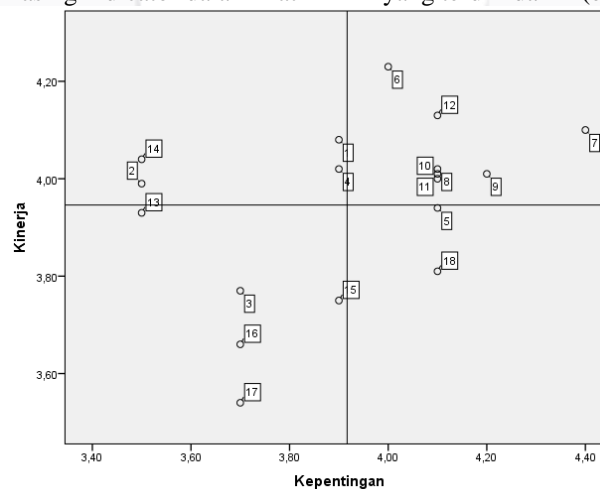
Atribut	Tingkat Kinerja (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kualitas (Q = P-I)
<i>Usability</i> (Kegunaan)	4,02	3,98	0,04
<i>Information Quality</i> (Kualitas Informasi)	4,02	4,00	0,02
<i>Interaction Quality</i> (Kualitas Interaksi)	3,74	3,91	-0,17

Sumber: Pengolahan data SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 3.2 di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai kesenjangan (GAP) pada indikator-indikator dalam dimensi *Webqual* dapat disimpulkan bahwa, dimensi *service interaction* merupakan dimensi yang belum bisa memenuhi kualitas ideal. Sedangkan *usability* dan *information quality* sudah memenuhi kualitas ideal karna berdasarkan hasil tersebut menunjukkan $Q_i < 0$ atau bernilai positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas cukup baik dalam memenuhi kebutuhan ideal pengguna.

3.4 Analisis Importance Analysis

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk melihat indikator kualitas website mana saja yang telah sesuai dengan keinginan pengguna dan apa saja yang membutuhkan perbaikan. Hasil dari analisis Ipa menunjukkan letak masing-masing indikator dalam matrix IPA yang terdiri dari 4 (empat) kuadran.



Gambar 2
Grafik Matrix IPA

Berdasarkan grafik diatas, atribut yang harus ditingkatkan terletak pada kuadran I yang terdiri dari pertanyaan nomor 1, 2, 4, 14. Sedangkan atribut yang sudah baik terletak pada kuadran II yang terdiri dari pertanyaan nomor 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. Pada kuadran II menunjukkan atribut yang perlu diperbaiki karena dianggap penting, yaitu pertanyaan nomor 3, 15, 16, 17. Dan kuadran IV menunjukkan atribut yang pelaksanaannya dianggap berlebihan yang berada pada pertanyaan nomor 5 dan 18.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada Bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi website *Ruangguru.com* berdasarkan hasil penelitian sudah memenuhi harapan penggunanya, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil rekapitulasi yang menunjukkan bahwa skor total dari kinerja (*performance*) sebesar 79,5% dan skor total dari harapan (*importance*) sebesar 77,9%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kinerja (*performance*) lebih tinggi dari harapan (*importance*) penggunanya.
2. Tingkat kualitas *Ruangguru.com* berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan belum sesuai dengan yang diharapkan pengguna. Hal ini dapat terlihat pada kesenjangan antara dua perspektif penilaian antara tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat harapan (*importance*) atas kualitas ideal yang diharapkan. Secara keseluruhan, selisih dari kedua perspektif bernilai negatif dengan nilai sebesar (-0,02). Dari ketiga dimensi pengukuran, *service interaction* adalah dimensi yang memiliki nilai gap sebesar (-0,17). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas aktual yang dirasakan belum dapat memenuhi kualitas ideal yang diharapkan oleh pengguna.
3. Indikator kualitas website yang telah sesuai dengan keinginan pengguna berdasarkan hasil penelitian menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) yang terdiri dari 4 (empat) kuadran adalah:
 - a. Desain website *Ruangguru.com* sesuai dengan fungsinya
 - b. Terciptanya pengalaman positif dari *Ruangguru.com*.
 - c. Memberikan informasi yang akurat
 - d. Memberikan informasi yang dapat dipercaya
 - e. Memberikan informasi dengan tepat waktu
 - f. Memberikan informasi yang relevan dengan yang diinginkan.
 Sedangkan atribut kualitas website yang menjadi prioritas utama perbaikan adalah:
 - a. Kemudahan dalam mengoperasikan website
 - b. Dapat berinteraksi dengan jelas pada *Ruangguru.com*
 - c. Kemudahan dalam mengoperasikan website
 - d. Memberikan informasi dengan format yang sesuai.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rusman. 2011. *Model-Model Pembelajaran Mengembangkan Profesionalisme Guru*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- [2] Arief Prabowo. 2013. *Purwarupa Sistem Pengaman Brankas Menggunakan Keypad Dan Handphone*. ITS Telkom.
- [3] Vin Crosbie. 2002. *What is new media?*. USA: Peter Lang Publishing.
- [5] Rusman. 2012. *Model-Model Pembelajaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- [6] O'Brien dan Marakas. 2010. *Management System Information*. McGraw Hill, New York.
- [7] Laudon, K. C., & Travel, C. 2012. *E-commerce 2012 8th Edition*. New Jersey: Pearson.
- [8] Laudon, Kenneth C. dan Laudon, Jane P. 2008. *Sistem Informasi Manajemen. Terjemahan Chriswan Sungkono Dan Machmudin Eka P*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- [9] Siagian, Sodang P. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [10] Sumarwan et al. 2007. *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Online*. Jurnal Manajemen dan Agribisnis. 4 (2), 67-810.
- [11] Barnes, Stuart J and Richard T Vidgen. 2001. *WebQual: An Exploration of Web Site Quality*. Bath: Schoo of Management, University of Bath.
- [12] Munir. 2009. *Pembelajaran Jarak Jauh: Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: CV. ALVABETA
- [13] Clark, Ruth. Richard E.Mayer. 2008. *E-Learning – second edition*. New York: Pfeiffer.
- [14] Rusman. 2011. *Model-Model Pembelajaran Mengembangkan Profesionalisme Guru*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- [15] Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET
- [16] Saleh, Muwafik. 2010. *“Manajemen Pelayanan”*. Jakarta: Pustaka Pelajar.