

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

E-learning saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan mahasiswa terutama di institusi yang lebih tinggi. Namun, mahasiswa akan memiliki pendapat dan pemikiran sendiri tentang kegunaan dari sistem *e-learning* untuk menggantikan atau meningkatkan pendekatan pembelajaran. Beberapa orang berpendapat bahwa *e-learning* hanyalah pembelajaran berbasis web, sedangkan yang lain akan menjadi pendukung *e-learning* untuk membuat kualitas pengajaran meningkat dan praktis. Oleh karena itu, kebutuhan yang berkembang agar bahan *e-learning* dapat dirancang dengan baik. Saat ini, banyak *e-learning* yang dirancang lebih pada eksplorasi dan pendekatan pembelajaran aktif lainnya (Chew, 2000).

E-learning memungkinkan untuk belajar dari mana saja dan kapan saja. Menurut Urh dan Jereb (2014) ada perbedaan yang penting secara statistik antara elemen waktu mengenai pembelajaran dan nilai rata-rata (Urh dan Jereb, 2014). Karena keuntungan dari *e-learning*, seperti: jangkauan geografis, kontrol pembelajar (dalam hal fleksibilitas dan kenyamanan), dan efektivitas biaya dalam pembelajaran dan manajemen kursus, lembaga pendidikan dan organisasi profesional menggunakan *e-learning* dengan mengimplementasikan perluasan berbagai teknologi platform yang digunakan (Hu, 2012).

Barnes dan Vidgen menggunakan metode Webqual dalam menilai kualitas situs web penjualan buku di internet. Webqual mengacu pada tiga area: kegunaan situs web, kualitas interaksi dari layanan dalam menyediakan kerangka untuk menilai penawaran *e-commerce*, dan kualitas dari informasi tersebut. Webqual sendiri berdasar dari kesan subjektif pengguna situs Web, data yang telah didapatkan kemudian diolah dengan analisis kuantitatif dan produksi metrik *e-commerce* seperti Indeks Webqual (Barnes dan Vidgen, 2006).

Metode Webqual juga digunakan oleh Nilashi dalam memberikan faktor keberhasilan utama untuk agen rekomendasi otomatis di situs *e-commerce*. Berbagai aspek dapat berkontribusi pada pengembangan kepercayaan terhadap

agen, termasuk persepsi tentang kegunaan rekomendasi, transparansi proses rekomendasi, dan kualitas umum situs web. Faktor-faktor ini telah dianalisis secara terpisah dalam literatur. Dengan mengusulkan dan mengevaluasi model kepercayaan baru yang mengintegrasikan faktor-faktor ini, dan memungkinkan untuk menilai kepentingan relatif mereka untuk membangun kepercayaan (Nilashi dkk., 2016). Medyawati dan Maburri (2012) menggunakan metode Webqual dalam membandingkan kualitas layanan *website e-banking* bank BJB dengan bank Mandiri di Bekasi dengan 6 variabel yang digunakan dalam membandingkan kualitas layanan yaitu aksestabilitas, interaksi, kualitas informasi, konten, gaya hidup, dan kepribadian.

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan dalam menilai persepsi pelanggan 20 jaringan hotel melalui smartphone. Dalam menyelidiki persepsi pelanggan aplikasi ini, dua metodologi diterapkan dalam mengidentifikasi fitur dan fungsi yang tersedia. Selanjutnya tingkat kepentingan dan kinerja dari 51 fitur dan fungsi yang telah teridentifikasi di nilai dan dianalisis menggunakan kerangka kerja *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode IPA juga dapat menyoroti peluang spesifik, dan eksklusif bagi hotel yang terlibat melalui aplikasi dengan pelanggan selama mereka menginap (Chen, 2016).

Metode IPA juga dapat diimplementasikan dengan metode analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities and Threats*) dalam merumuskan perencanaan strategis organisasi sehingga menjadi lebih efisien. Faktor-faktor SWOT yang harus dipertahankan atau ditingkatkan dapat diidentifikasi secara jelas berdasarkan sudut pandang dari pelanggan (Phadermrod dkk., 2019).

Selain itu lembaga pendidikan tinggi juga menganggap penting tingkat kepuasan pelanggan dalam kemampuan mereka untuk menarik dan mempertahankan mahasiswa, serta meningkatkan pengakuan dan prestise mereka. Sehingga perlu mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi pelanggan dalam menciptakan keunggulan yang kompetitif (Silva & Fernandes, 2012).

2.2 Dasar Teori

2.2.1 Website

Website merupakan semua halaman situs/web yang mengandung informasi dan bersumber dari sebuah *domain*. Biasanya *website* dibuat dari beberapa halaman web yang berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Teknologi web yang berkembang dalam beberapa tahun ini dengan peningkatan yang dinamis pada konten yang lebih banyak, dan waktu *loading* halaman web. Namun teknologi web saja belum cukup dalam memberikan situs web yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, dan perlu untuk menerapkan sesuai dengan mempertimbangkan masalah kegunaan dari web itu sendiri (Calongne, 2001). *Website* juga merupakan halaman web yang menghubungkan pengguna dengan penyedia layanan, sehingga memastikan suatu kualitas layanan yang disampaikan melalui *website* adalah yang terpenting.

2.2.2 E-learning

E-learning adalah komunikasi dan teknologi informasi yang berguna dalam mendukung siswa untuk meningkatkan pembelajaran mereka (*Higher Education Funding Council of England*, 2005). Peneliti lainnya menggambarkan *e-learning* sebagai kemampuan sistem untuk mentransfer, mengelola, mendukung, dan mengawasi materi pembelajaran dan pembelajaran secara elektronik (Normark dan Centidamar, 2005). Platform *e-learning* dan aplikasi berbasis web sangat populer, memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi secara langsung melalui internet (Zamfiroiu, 2014).

E-learning mengacu sebagai bentuk yang berbeda dari pembelajaran yang didukung teknologi, biasanya dapat dicirikan sebagai aplikasi pengetahuan, informasi dan teknologi pendidikan untuk menghubungkan orang satu sama lain dan / atau dengan sumber daya pendidikan, untuk tujuan pendidikan (formal atau informal) (Ehlers, 2012). Kualitas dalam *e-learning* dibagi dalam dua konteks: yang pertama mengacu pada kualitas pendidikan secara umum dengan menggunakan alat *e-learning*; kedua adalah kualitas *e-learning* itu sendiri yang merupakan subjek meningkatkan kualitas *e-learning* (Teodora dkk., 2013).

Banyak perusahaan, individu sampai perguruan tinggi yang menggunakan *e-learning* sebagai sarana dalam mendukung pelatihan dan pendidikan dalam meningkatkan mutu pendidikan, strategi bisnis, dan kualitas sumber daya manusia. *E-learning* juga memiliki beberapa manfaat yaitu :

1. *E-learning* menurunkan biaya

E-learning merupakan salah satu cara menghemat biaya untuk memberikan pengajaran, pelatihan, dan mengurangi akan kebutuhan infrastruktur kelas.

2. Pesan konsisten atau disesuaikan, tergantung pada kebutuhan

Setiap orang mendapatkan konten yang sama, sehingga diberikan dengan cara yang sama. Namun program juga dapat menyesuaikan sesuai kebutuhan kelompok belajar yang berbeda atau berdasarkan masing-masing individu.

3. Konten dapat diperbaharui secara cepat untuk jangka waktu tertentu

Kemampuan dalam meningkatkan konten *e-learning* dengan mudah dan cepat, dan kemudian dapat segera mendistribusikan informasi baru.

4. Belajar dengan waktu yang tidak terbatas

E-learning dapat diakses oleh siapa saja kapanpun dan dimanapun. Ini membuat kinerja organisasi menjadi global.

5. Skalabilitas

Solusi *e-learning* sangat *scalable*. Program dapat meningkatkan jumlah peserta dari 10 orang menjadi 100 atau lebih peserta dengan sedikit usaha atau biaya tambahan (selama infastruktur masih di aktifkan) (Rosenberg dan Jeffrey, 2001).

2.2.3 Webqual

Loiacono dkk. (2002) mengembangkan model Webqual, yang mengklasifikasikan kualitas situs web menjadi empat dimensi (kegunaan, kemudahan penggunaan, hiburan, dan hubungan pelengkap) dan dua belas target inti terkait yaitu informasi yang sesuai dengan waktu respons, operasi yang intuitif, kepercayaan, kemudahan dalam pemahaman, lebih baik dari saluran alternatif, interaktivitas, daya tarik visual, tugas, daya saing, kelengkapan online, daya tarik emosional, dan gambar yang konsisten. Kegunaan mengacu pada apakah situs web

dapat memberikan informasi yang cukup tentang produk dan layanannya; kemudahan penggunaan dan hiburan menunjukkan sejauh mana situs web mudah digunakan dan menyenangkan bagi pelanggan; komplementaritas mewakili hubungan komplementer antara situs web dan saluran penjualan lainnya (Loiacono dkk., 2002).

Webqual adalah teknik atau metode pengukuran kualitas berdasarkan persepsi dari situs web pengguna akhir. Metode ini merupakan pengembangan Servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman, yang banyak digunakan untuk pengukuran kualitas layanan. Servqual dikembangkan untuk pengukuran kualitas layanan/jasa oleh Zeithaml dkk. (1990) ke dalam 5 bagian dalam pelayanan publik yaitu *Empathy, Responsiveness, Tangible, Reliability, dan Assurance* (Zeithaml dkk., 1990). Instrumen-instrumen dalam penelitian webqual dikembangkan menggunakan metode QFD (*Quality Function Development*). Webqual telah mengalami perkembangan pada tahun 1998 dan mendapatkan beberapa perubahan dalam penyusunan item-item pertanyaan dan dimensi. Webqual 4.0 dapat dibagi menjadi 3 bidang penelitian yaitu : (1) Kualitas informasi dari penelitian sistem informasi; (2) Interaksi dan kualitas layanan dari *e-commerce*, sistem informasi penelitian dan pemasaran, dan (3) kegunaan interaksi manusia dan komputer (Barnes dan Vidgen, 2003).

Pada versi pertama Webqual 1.0 menekankan kualitas informasi dibandingkan interaksi dan kualitas layanan. Sementara itu Webqual 2.0, sebaliknya, mengutamakan pada kualitas dari interaksi dan mengurangi pada kualitas dari informasi. Kemudian Webqual 3.0 fokus dalam tiga bidang berikut: Kualitas situs web, kualitas informasi dan kualitas interaksi. Kemudian dalam versi 4.0, terdapat penggantian item kualitas Situs Web untuk kegunaan, melanjutkan indikator evaluasi utama untuk kegunaan, informasi dan interaksi.

Barnes dan Vidgen membagi pertanyaan kuesioner ke dalam tabel 3 dimensi Webqual 4.0 seperti ditunjukkan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Kuesioner Webqual 4.0

Kategori	Kuesioner Wequal 4.0
Kegunaan (<i>Usability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengguna merasa mudah untuk mengoperasikan <i>website</i>. - Interaksi antara situs dengan pengguna jelas dan mudah dipahami. - Pengguna merasa mudah untuk bernavigasi dalam <i>website</i>. - Pengguna merasa situs mudah digunakan. - <i>Website</i> memiliki tampilan yang menarik - Design sesuai dengan jenis <i>website</i>. - <i>Website</i> memilki petunjuk yang jelas.
Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Website</i> menyajikan informasi yang akurat. - <i>Website</i> menyajikan informasi yang dapat dipercaya. - <i>Website</i> menyajikan informasi secara tepat waktu. - <i>Website</i> menyajikan informasi yang relevan. - <i>Website</i> menyajikan informasi yang mudah dimengerti. - <i>Website</i> menyajikan informasi dengan tingkat yang tepat. - <i>Website</i> menyajikan informasi dengan format yang sesuai.
Interkasi Layanan (<i>Service Interaction</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Website</i> memiliki reputasi yang baik. - Pengguna merasa aman untuk melakukan akses pada <i>website</i>. - Pengguna merasa aman terhadap informasi pribadinya. - <i>Website</i> memberi ruang untuk personalisasi. - <i>Website</i> memberi ruang untuk komunitas. - <i>Website</i> memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi.

2.2.4 Uji Kuesioner

Sebuah data kuesioner yang digunakan dalam sebuah penelitian harus bisa mengukur atau mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Sementara itu instrumen atau kuisisioner dapat disebut reliabel jika instrumen-instrumen itu mampu dipercaya sebagai alat pengukur data. Pengujian hasil kuisisioner ini dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas (Ong dan Pambudi, 2014).

Uji validitas pada kuisisioner dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Product Moment* di bawah ini :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \quad (2.1)$$

dimana r_{xy} menyatakan koefisien korelasi, $\sum y$ menyatakan jumlah total y , n menyatakan jumlah total dari responden, $\sum x^2$ menyatakan jumlah dari kuadrat item x , $\sum y^2$ menyatakan jumlah dari kuadrat item y , $\sum x$ menyatakan jumlah total x , dan $\sum x y$ menyatakan jumlah total perkalian item y dan x . Selanjutnya data kuesioner tersebut dapat dikatakan valid apabila memenuhi ketentuan hasil koefisien korelasi $r_{xy} >$ distribusi nilai r table 5%.

Uji reliabilitas pada kuesioner penelitian ini dilakukan dengan rumus *Cronbanch's Alpha* berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (2.2)$$

dimana r_{11} menyatakan reliabilitas instrumen, $\sum \sigma_b^2$ menyatakan jumlah varian butir, K menyatakan banyaknya butir instrumen, dan σ_t^2 menyatakan varian total. Kemudian tabel interpretasi terhadap koefisien korelasi ditunjukkan pada tabel 2.2 (Sugiyono, 2013).

Tabel 2.2 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

2.2.5 Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* ditemukan oleh Matilla dan James dan digunakan pada tahun 1977 untuk melakukan analisis tingkat kepuasan pelanggan pada layanan organisasi atau produk. Dalam jangka waktu yang cukup lama *Importance Performance Analysis* telah dimanfaatkan dalam menanggapi dan mengembangkan strategi pemasaran, karena metode ini membantu perusahaan dalam memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. IPA banyak digunakan dalam banyak bidang dimana kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam bisnis yang berkembang termasuk layanan Pemerintah (Wong dkk., 2011), perguruan tinggi (Silva dan Fernandes, 2012), dan layanan bank (Wu dkk., 2012).

Kepuasan pengguna merupakan persepsi pengguna, hal ini berhubungan dengan harapan pengguna, kualitas produk, serta layanan dari organisasi. Metode IPA dapat mengukur tingkat kepuasan pengguna dari hasil kuesioner pengguna berdasarkan komponen atribut layanan dan produk yaitu: Tingkat Kepentingan layanan dan produk tersebut kepada pengguna serta tingkat kinerja organisasi dalam menyediakan layanan dan produk tersebut.

Teknik IPA menggabungkan ukuran kinerja dan kepentingan yang dirasakan pengguna ke dalam plot dua dimensi untuk memfasilitasi interpretasi data (Martilla dan James, 1977). Plot ini mengelompokkan atribut ke dalam empat kategori atau kuadran untuk menetapkan dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas. Empat kuadran biasanya diidentifikasi sebagai Prioritas utama (Kuadran I), Pertahankan Prestasi (Kuadran II), Prioritas Rendah (Kuadran III), dan Berlebihan (Kuadran IV).

Importance (Kepentingan) Y	Kuadran I (Prioritas Utama)	Kuadran II (Pertahankan Prestasi)
	Kuadran III (Prioritas Rendah)	Kuadran IV (Berlebihan)
	Performance (Kinerja) X	

Gambar 2.1 Pembagian Kuadran IPA

Gambar 2.1 menunjukkan kuadran *Importance Performance Analysis* yang terbagi menjadi empat kuadran dalam diagram IPA sebagai berikut :

1. Kuadran I

Kuadran I mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi tetapi belum sesuai dengan harapan pengguna sehingga harus segera dilakukan perbaikan kinerja.

2. Kuadran II

Kuadran II mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi disertai dengan tingkat kinerja yang tinggi juga dan sesuai dengan harapan pengguna sehingga harus tetap dipertahankan.

3. Kuadran III

Kuadran III memiliki tingkat kepentingan yang rendah disertai dengan tingkat kinerja yang tidak terlalu istimewa dengan tingkat harapan yang relatif rendah sehingga memberikan manfaat yang terlalu sedikit terhadap yang dirasakan oleh pengguna.

4. Kuadran IV

Kuadran IV mempunyai tingkat kepentingan yang rendah disertai tingkatan kinerja yang terlalu tinggi sehingga organisasi harus merelokasikan sumber daya kuadran ini ke kuadran lain yang membutuhkan peningkatan kinerja.

Dalam melakukan perhitungan *Importance Performance Analysis*, dilakukan dalam tiga langkah. Langkah pertama adalah menghitung tingkat kesesuaian untuk

mengetahui besaran tingkat kepuasan pengguna terhadap pelayanan yang ada dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Tk = \frac{X}{Y} * 100\% \quad (2.3)$$

dengan Tk menyatakan tingkat kesesuaian dari pengguna, X menyatakan nilai dari rata-rata penilaian kinerja, dan Y menyatakan nilai dari rata-rata penilaian harapan pengguna.

Langkah kedua adalah menentukan peta posisi dari titik-titik *importance* dan *performance*, membuat sebuah grafik yang dibatasi dengan dua garis yang saling berpotongan tegak lurus sehingga membentuk empat kuadran yang berpotongan pada titik-titik berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad (2.4)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \quad (2.5)$$

dimana \bar{X} menyatakan nilai rata-rata dari harapan/ *importance*, \bar{Y} menyatakan skor rata-rata persepsi/ *performance*, dan n menyatakan jumlah responden.

Langkah ketiga yang terakhir adalah melakukan analisis dengan membuat grafik empat kuadran yang menyangkut semua variabel yang mempunyai pengaruh terhadap kualitas layanan.