

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Evaluasi

Evaluasi adalah suatu proses dalam menyediakan informasi untuk mengetahui sejauh mana kegiatan tersebut telah dicapai. Evaluasi mengukur suatu pekerjaan atau hal-hal yang dilakukan, evaluasi sangat berguna atau bermanfaat karena dapat mengetahui tingkatan pekerjaan dan juga sebagai penilaian terhadap apa yang telah dikerjakan atau dilakukan. Pengertian Evaluasi yang lain adalah suatu proses sistematis dalam menentukan atau membuat keputusan terhadap sejauh mana program atau sistem suatu *website* telah tercapai [10].

2.1.1 Standar Evaluasi

Standar yang dipakai untuk mengevaluasi suatu kegiatan tertentu dapat dilihat dari tiga aspek utama, yaitu [11] :

1. *Utility* (manfaat)

Hasil evaluasi hendaknya bermanfaat bagi manajemen untuk pengambilan keputusan atas program yang sedang berjalan.

2. *Accuracy* (akurat)

Informasi atas hasil evaluasi hendaknya memiliki tingkat ketepatan tinggi.

3. *Feasibility* (layak)

Hendaknya proses evaluasi yang dirancang dapat dilaksanakan secara layak.

2.2 Website

Website merupakan kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar, diam atau gerak, data animasi, suara, video, dan gabungan dari semuanya baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan halaman (*hyperlink*) yang dapat diakses melalui perangkat lunak yang disebut *browser* (perambah) adalah aplikasi yang mampu menjalankan dokumen-dokumen *web* dengan cara diterjemahkan. Prosesnya dilakukan oleh komponen yang terdapat didalam aplikasi *browser* yang biasa disebut *web engine* semua dokumen *web* ditampilkan dengan cara diterjemahkan. Beberapa contoh *web browser* yang populer saat ini adalah *Google Chrome*, *Mozilla Firefox*, *Microsoft Edge*, dan *Opera* [12].

2.2.1 Jenis *Website*

Terdapat 2 jenis *website*, yaitu [13] :

1. *Website* Statis

Merupakan *website* yang mengandung informasi tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik *website*. *Website* statis hanya bisa diubah oleh pemilik *website*. Contoh *website* statis adalah *website* yang berisi profil perusahaan, *blogs*, dkk.

2. *Website* Dinamis

Merupakan *website* yang mempunyai isi informasi selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna *website*. *Website* Dinamis bisa diubah oleh pemilik maupun pengguna *website*. Contoh *website* dinamis adalah seperti *e-commerce*, *social media*, dkk.

2.2.2 Fungsi *Website*

Website mempunyai fungsi sebagai berikut [14] :

1. Fungsi Komunikasi

Website yang mempunyai fungsi komunikasi pada umumnya adalah *website* dinamis.

2. Fungsi Informasi

Website yang memiliki fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas kontennya, karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isinya. Pembatasan penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak.

3. Fungsi *Entertainment*

Penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak dapat meningkatkan mutu presentasi desainnya, meski tetap harus mempertimbangkan kecepatan unduh.

4. Fungsi Transaksi

Website dapat dijadikan sebagai sarana transaksi bisnis baik barang, jasa atau lainnya.

2.3 *Usability*

Usability berasal dari kata *usable* yang berarti dapat digunakan dengan baik. *Usability* adalah bagaimana pengguna tertentu dapat menggunakan suatu produk untuk mencapai *goals* secara efektif, efisien, dan memuaskan pengguna. Secara umum, *usability* adalah atribut kualitas yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa mudah suatu antarmuka

digunakan [15]. *Usability* juga berarti sebagai tolak ukur kualitas dari sebuah produk yang telah digunakan, baik itu *website*, aplikasi perangkat lunak, teknologi yang bergerak, dan produk lain yang dioperasikan oleh pengguna. *Usability* merupakan tingkatan kualitas dari sebuah sistem yang mudah dipelajari, sangat mudah untuk digunakan dan mendorong penggunaannya untuk terus menggunakan sistem tersebut sebagai alat bantu yang positif dalam menyelesaikan tugas [16].

Usability memiliki beberapa aspek yang perlu diperhatikan, yaitu [16] :

1. *Learnability*: merupakan kemudahan pengguna dalam memahami fungsi utama sebuah produk dan terampil dalam melakukan pekerjaan dengan produk tersebut.
2. Efisiensi: setelah memahami produk tersebut, seberapa cepat pengguna dapat menyelesaikan tugas dengan produk tersebut.
3. *Memorability*: daya ingat pengguna dalam mengoperasikan produk tersebut tanpa harus belajar lagi.
4. *Error*: bagaimana pengguna dapat dengan mudah memperbaiki kesalahan yang dialami pengguna.
5. *Satisfaction*: kepuasan pengguna terhadap produk tersebut, artinya apakah pengguna merasa senang dengan produk tersebut atau tidak.

Aspek-aspek di atas harus dapat dipenuhi, karena dengan begitu *developer* akan dengan mudah memperbaiki kesalahan yang ada pada *website* yang telah di buat. Selain aspek-aspek di atas, *usability* juga dapat dipelajari dengan beberapa metode *usability* yang berfokus pada pengguna sebagai berikut [16] :

1. *Usability Testing*, yaitu metode yang melibatkan perwakilan dari penggunanya untuk mengerjakan pekerjaan khusus dengan menggunakan sistem *prototype*.
2. *Usability Inseption*, yaitu metode yang memerlukan pakar atau ahli seperti pengembang perangkat lunak yang profesional dalam menguji dan menilai kesesuaian setiap unsur dari *website* dengan prinsip aspek-aspek *usability*.
3. *Usability Inquiri*, yaitu metode *usability* yang penilaiannya didapat melalui pertanyaan tertulis dan non-tertulis bagi pengguna dan kemudian menjadi informasi bagi pengembang *website* tersebut.

2.4 E-commerce

Electronic commerce atau *E-commerce*, adalah pertukaran barang, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* adalah bagian dari e-bisnis yang mencakup tidak hanya perdagangan tetapi juga kemitraan bisnis, layanan pelanggan, rekrutmen, dan lain-

lain. *E-commerce* menggunakan teknologi jaringan internet untuk memasukkan basis data atau data teknis ke dalam basis data, *electronic mail* atau *e-mail*, dan bentuk komputer non-teknis lainnya seperti sistem pengiriman produk dan instrumen pembayaran [17].

Sektor *e-commerce* masih tumbuh berkat kemajuan teknologi dan metode internet, khususnya karena kondisi infrastruktur seperti 5G, pembayaran seluler, dan ponsel pintar yang secara bertahap semakin matang. Jejaring sosial *online* telah mendapatkan banyak daya tarik dalam beberapa tahun terakhir dan telah berkembang menjadi komponen penting dari berbagai aplikasi yang juga memainkan fungsi penting dalam platform *e-commerce* [18]. Pengguna dapat mengulas dan mengomentari barang-barang yang telah beli di platform *e-commerce* berbasis jejaring sosial *online*, seperti Amazon dan eBay. Baik peneliti maupun pembuat kebijakan perlu mengandalkan informasi yang tersedia untuk umum untuk mempelajari pasar platform *e-commerce*. Namun banyak penelitian mengenai platform *e-commerce* yang masih terkendala oleh isu monopoli data [18]. Meskipun terdapat minat yang luas terhadap platform *e-commerce*, perusahaan yang mengoperasikannya tetap memegang kendali atas data dan sering kali tidak jelas dan ragu untuk membagikannya kepada para peneliti [18]. Akibatnya, peneliti sering kali dibatasi dalam melakukan eksperimen berdasarkan data yang tersedia untuk umum. Harga produk merupakan informasi publik yang paling jelas terlihat. Misalnya, mempelajari sensitifitas harga konsumen *online* [18]. Salah satu kelemahan signifikan dalam studi ini adalah, meskipun data harga melimpah dan tersedia, namun tidak ada data kuantitas yang sesuai [18]. Amazon sebagai contoh untuk menunjukkan mengapa hal ini terjadi. Amazon, platform *e-commerce* terbesar di dunia, tidak menampilkan secara langsung volume penjualan produk. Amazon memberikan lebih banyak ruang pertumbuhan untuk produk baru dan membuat pengguna lebih memperhatikan ulasan produk untuk melemahkan pengaruh volume penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga memberikan pengguna “peringkat terlaris” secara waktu sebenarnya. Ini adalah indikator kunci seberapa baik suatu produk terjual. Digunakan untuk mengganti jumlah barang yang terjual dalam periode tertentu. Namun, untuk memperoleh peringkat penjualan komoditas ini memerlukan pelacakan terus-menerus terhadap perubahan data platform Amazon, yang sulit diperoleh dan memiliki siklus akuisisi yang panjang. Di sisi lain, mendapatkan basis data ulasan dari berbagai platform *e-commerce* cukup mudah [18]. Oleh karena itu, harus memikirkan cara mengevaluasi data ulasan berskala sangat besar dari platform *e-commerce* besar dengan kompleksitas waktu paling sedikit untuk menemukan produk yang berdampak besar. Berikut ini adalah ringkasan kontribusi penting dari makalah ini. Dengan mengusulkan metode evaluasi dampak buku baru, metode evaluasi pengaruh

buku berdasarkan penilaian pengguna platform *e-commerce* (URBI), yang biaya perhitungannya hanya $O(n)$, dimana n adalah jumlah total komentar. Dengan menjalankan eksperimen dengan kumpulan data ulasan Amazon, platform *e-commerce* berskala besar yang nyata [18].

Jenis-jenis *e-commerce* yaitu [19] :

1. *Business to Business* (B2B)

Terdiri dari semua transaksi elektronik barang atau jasa dilakukan antara 2 perusahaan. Jenis *e-commerce* ini mencakup pasar intra sistem dan elektronik.

2. *Business to Consumer* (B2C)

Transaksi ini dilakukan dalam perdagangan eceran dengan pembeli perorangan. Pembeli tipikal toko mana pun di situs ini adalah konsumen atau pembeli.

3. *Customer to Customer* (C2C)

Dalam jenis *e-commerce* ini konsumen menjual produknya langsung ke konsumen.

4. *Customer to Business* (C2B)

Dalam kategori *e-commerce* ini, konsumen barang atau jasa individu menjual produk ke organisasi.

5. *Business to Government* (B2A)

Di bagian *e-commerce* ini tercantum kompromi perdagangan antara perusahaan dan sektor publik.

2.5 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Dengan demikian, uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur sesuatu yang diukur. Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner.

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program IBM SPSS Statistics 26 dan metode yang digunakan adalah teknik kolerasi *product moment*, yaitu membandingkan hasil probabilitas koefisien korelasi r dengan taraf signifikan 5%. Semakin tinggi validitas instrumen menunjukkan semakin akurat alat pengukur untuk mengukur suatu data. Jika nilai $r_{hitung} \geq$ nilai r_{tabel} maka instrumen hasilnya dinyatakan *valid* dan sebaliknya. Berikut rumus untuk melakukan uji validitas [20] :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad (2.1)$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = jumlah responden yang diteliti

x = skor pertanyaan tiap nomor

y = jumlah skor total pertanyaan

2.6 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode pengujian yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dalam mengukur. Teknik yang digunakan pada pengukuran reliabilitas ini adalah menggunakan teknik *Cronbach Alpha* (α) yaitu uji koefisien terhadap skor jawaban responden yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila hasil $\alpha > 0,60$ maka dinyatakan reliabel. Berikut adalah rumus yang digunakan pada metode *Cronbach Alpha* [21] :

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

Keterangan :

r_{tt} = koefisien reliabilitas instrumen (total percobaan)

k = jumlah butir pertanyaan yang sah

σ_t^2 = varian skor total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian skor tiap item

2.7 Kuesioner

Dalam setiap evaluasi, penelitian, maupun riset, data merupakan bagian yang terpenting. Untuk memperoleh dan mengumpulkan data, ada beragam cara dan teknik yang bisa dilakukan, salah satunya dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden [22]. Sedangkan responden adalah orang yang memberikan tanggapan atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Kuesioner yang diberikan kepada responden merupakan salah satu instrumen evaluasi yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan dievaluasi. Oleh karena itu, instrumen kuesioner tersebut harus dapat digunakan untuk mendapatkan data *valid* dan reliabel tentang variabel yang diukur [22].

Jenis pertanyaan yang ada dalam kuesioner sangat bergantung pada variabel-variabel yang hendak diukur dalam penelitian. Jenis pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner juga dipengaruhi oleh jenis metode penelitian yang digunakan. Untuk penelitian yang kualitatif, lebih banyak pertanyaan-pertanyaan terbuka dan hampir semuanya *open question*. Untuk penelitian yang kuantitatif, lebih banyak pertanyaan-pertanyaan tertutup atau bisa gabungan terbuka dan tertutup[22].

Secara garis besar, jenis pertanyaan yang dicantumkan dalam sebuah kuesioner berhubungan dengan tiga hal berikut ini [22] :

1. Pertanyaan tentang pendapat (opini), yakni berkaitan dengan perasaan dan sikap responden terhadap suatu hal
2. Pertanyaan tentang persepsi diri, yaitu menyangkut bagaimana cara responden menilai sesuatu tentang perilakunya sendiri, yaitu dalam hubungannya dengan orang lain atau lingkungan.
3. Pertanyaan tentang fakta menyangkut data nyata dari seorang responden, misalnya mengenai agama, pendidikan, umur, jumlah penghasilan, jenis kelamin, dan sejenisnya. Selain itu, informasi yang diketahui oleh responden juga dikategorikan dalam fakta.

2.7.1 Jenis-jenis Kuesioner

Kuesioner dibagi menjadi 4 jenis yaitu [23] :

1. Kuesioner Terbuka

Merupakan kuesioner yang tidak memiliki pilihan jawaban yang sudah ditentukan. Responden dapat memberikan jawaban mereka sendiri secara bebas. Oleh karena itu, pertanyaan dari kuesioner ini membutuhkan keahlian dari peneliti untuk mengajukan pertanyaan yang lebih mudah dipahami agar responden dapat memberikan jawaban dengan jujur.

2. Kuesioner Tertutup

Merupakan kuesioner yang memiliki pilihan jawaban yang sudah ditentukan. Responden hanya perlu memilih jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pengalaman. Jenis kuesioner ini dianggap lebih efektif dikarenakan responden hanya perlu memberikan centang pada kolom yang sudah disediakan oleh peneliti.

3. Kuesioner Campuran

Merupakan kuesioner yang menggunakan kombinasi antara pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka. Kuesioner campuran biasanya digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan responden.

4. Kuesioner Semi Terbuka

Merupakan salah satu kuesioner yang cukup jarang digunakan oleh para peneliti, terutama mahasiswa. Kuesioner ini memberikan kesempatan kepada responden untuk memberikan jawaban lain atas pertanyaan yang diberikan. Kuesioner semi terbuka memberikan peluang bagi para peneliti untuk mendapatkan jawaban lebih beragam.

2.8 Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah langkah pertama dan aspek penting dari keseluruhan proses analisis. Teknik pengambilan sampel dilakukan agar menyerupai, yang tujuannya adalah untuk menghilangkan kebingungan di antara teknik-teknik yang terlihat mirip satu sama lain. Teknik pengambilan sampel, menjelaskan teknik apa yang paling cocok untuk berbagai jenis penelitian, sehingga seseorang dapat dengan mudah memutuskan teknik mana yang dapat diterapkan dan paling cocok untuk proyek penelitiannya [24].

Tujuan pengambilan sampel adalah untuk mempelajari hubungan antara distribusi variabel dalam populasi sasaran dan distribusi variabel yang sama dalam sampel penelitian. Untuk tujuan ini, penting, antara lain, untuk menentukan kriteria inklusi (karakteristik klinis, demografis, temporal, dan geografis subjek yang membentuk populasi penelitian) dan kriteria eksklusi (karakteristik subjek yang dapat mengganggu kualitas atau interpretasi data) dari hasil [24].

Tujuan pengambilan sampel biasanya untuk memilih sampel yang representatif, dimana sampel yang representatif adalah sampel yang mirip dengan populasi dari mana sampel itu berasal. Kapan pun seseorang ingin menggeneralisasi, sampel harus semirip mungkin dengan populasi. Statistik adalah karakteristik numerik dari sampel. Statistik yang dihitung dari sampel jarang akan sama persis dengan parameter populasi karena variasi acak, tetapi biasanya cukup dekat (dengan asumsi bahwa pemilihan acak digunakan dan sampel memiliki ukuran sampel yang memadai). Perbedaan antara statistik dan parameter disebut kesalahan pengambilan sampel. Oleh karena itu, peneliti harus memberikan perhatian yang cermat terhadap penyajian informasi tentang karakteristik sampel, termasuk rincian tentang strategi pengambilan sampel yang memungkinkan orang lain mereplikasi penelitian tersebut [24].

2.9 Simple Random Sampling

Simple random sampling yaitu teknik penentuan lokasi dan sampel secara acak dengan menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, memberikan nomor urut pada semua satuan sampel yang diambil serta dapat mewakili wilayah penelitian dalam pengambilan sampel secara keseluruhan [25]. *Simple random sampling* merupakan metode yang digunakan untuk memilih sampel dari populasi secara acak sederhana sehingga setiap populasi mempunyai peluang yang sama besar untuk diambil sebagai sampel. Seluruh populasi menjadi anggota dari kerangka sampel. *Simple random sampling* biasa digunakan jika populasi bersifat homogen. Cara pengambilan sampel bisa dilakukan dengan acak yaitu memilih individu sampel dan lokasi yang akan digunakan secara acak untuk mewakili populasi dan wilayah secara keseluruhan [25].

Untuk menentukan besarnya sampel penulis menggunakan ukuran sampel dengan rumus *lemeshow*, hal ini dikarenakan jumlah populasi yang diambil tidak diketahui. Metode *lemeshow* dalam menentukan sampel menggunakan rumus sebagai berikut [26] :

$$n = \frac{Z^2 * p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Besar sampel

Z : Nilai standar = 1,96

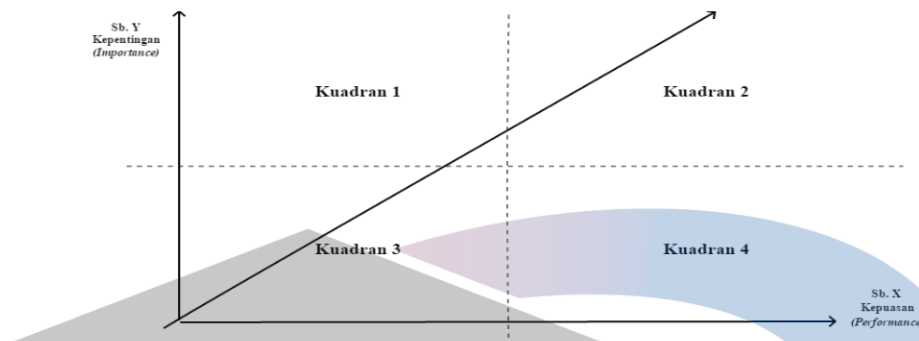
p : Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d : *alpha* (0,05) atau *sampling error* = 5%

2.10 Importance Performance Analysis

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977, dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk yang dikenal dengan *quadrant analysis* [27]. *Importance Performance Analysis* menawarkan sejumlah keuntungan untuk mengawasi penerimaan konsumen terhadap penerimaan suatu program pemasaran. Tahapan pertama dalam metode *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah dengan menentukan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner maka selanjutnya dilakukan analisa dengan metode IPA untuk menggambarkan tingkat kepuasan pengguna [28]. Tujuan dari keutamaan metode IPA

yaitu sebagai alat diagnostik dengan mempermudah identifikasi atribut berdasarkan ketertarikan pelanggan terhadap layanan dan produk tersebut dan tingkat kepentingan untuk mengetahui atribut berada di bawah ataupun berlebihan. Oleh karena itu, dilakukan interpretasi terhadap layanan dan produk tersebut. Interpretasi digambarkan dalam grafik diagram Kartesius [29].



Gambar 2. 1 Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis*

Dalam analisis *Importance Performance Analysis* terdapat dua dimensi yaitu berbentuk sumbu X (Horizontal) dan sumbu Y (Vertikal). Sumbu Y merupakan tingkat kepentingan (*Importance*) dan sumbu X merupakan tingkat kinerja layanan dari *website* tersebut (*Performance*).

Perhitungan dalam metode IPA ada tiga, sebagai berikut [29] :

1. Analisis Kesesuaian

Analisis kesesuaian adalah hasil dengan membandingkan skor kinerja (*performance*) dan kepentingan (*importance*) untuk melihat apakah kinerja *website* sesuai dengan kepentingan pengguna, di mana X adalah tingkat kinerja (*performance*) dan Y adalah tingkat kepentingan (*importance*).

Penentuan skala prioritas dalam penanganan hasil kuadran ditentukan dalam hasil kuadran ditentukan dalam hasil penilaian analisis kesesuaian sebagai berikut [28],

[29] :

- a. Tingkat kesesuaian $> 100\%$ artinya dinyatakan bahwa tingkat kinerja melebihi tingkat kesesuaian dengan tingkat kepentingan, kesimpulannya adalah pengguna merasa sangat puas.
- b. Tingkat kesesuaian $= 100\%$ artinya dinyatakan bahwa tingkat kinerja memiliki tingkat kesesuaian dengan tingkat kepentingan, kesimpulannya adalah pengguna merasa puas.
- c. Tingkat kesesuaian $= 80\%$ sampai 99% artinya kesesuaian tersebut dapat memenuhi harapan dari konsumen tetapi masih perlu dilakukan perbaikan lagi.

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad (2.4)$$

Keterangan :

TKi = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Nilai Kepentingan (*Importance*)

Yi = Nilai Kinerja (*Performance*)

2. Analisis Kesenjangan (*Gap*)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat kualitas *website* yang dinilai dari kesenjangan (*gap*) antara kualitas yang dirasakan oleh pengguna (aktual) dan kualitas yang diharapkan oleh pengguna (ideal).

Penilaian dari analisis ini sebagai berikut [29] :

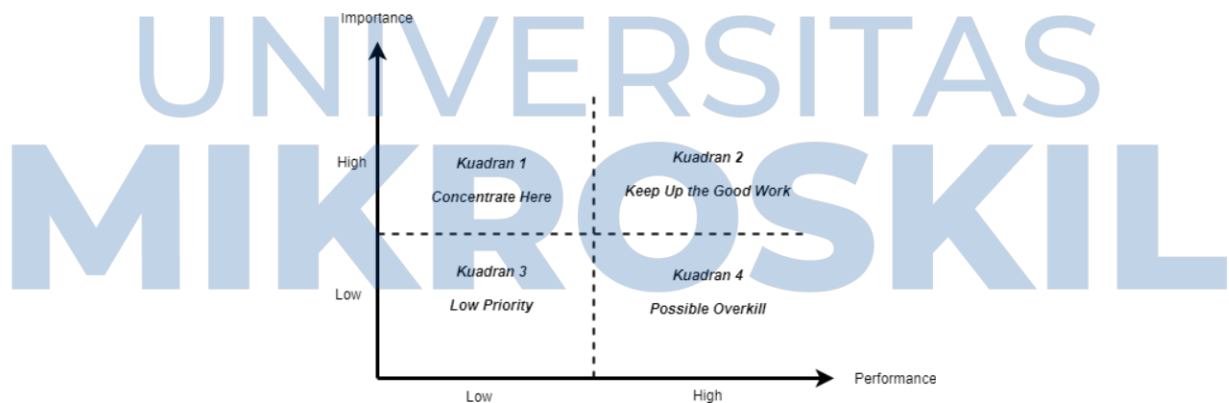
- a. Tingkat kualitas ≥ 0 atau bernilai positif artinya kualitas yang dirasakan pengguna (aktual) telah memenuhi harapan para pengguna (ideal).
- b. Tingkat kualitas < 0 atau bernilai negatif artinya tingkat kualitasnya belum sesuai dan belum memenuhi apa yang diharapkan oleh pengguna (ideal).

$$Q_1 = P_1 - I_1$$

Q_1 = Tingkat Kualitas

P_1 = Nilai Kualitas *Performance* (Y)

I_1 = Nilai Kualitas *Importance* (X)



Gambar 2. 2 Diagram *Importance Performance Analysis* (IPA)

3. Analisis Kuadran

Analisis ini terbagi kedalam empat kuadran, sebagai berikut [6] :

- a. Kuadran I : *Concentrate Here* (*High Importance* dan *Low Performance*)

Kuadran ini harus diprioritaskan karena pengguna merasa layanan ini penting namun belum memberikan kepuasan karena tingkat kinerja rendah.

- b. Kuadran II : *Keep Up the Good Work (High Importance dan High Performance)*
Tingkat kepentingan dan kinerjanya rendah. Pengguna tidak terlalu mementingkan layanan ini sehingga tidak perlu terlalu diperhatikan.
- c. Kuadran III : *Low Priority (Low Importance dan Low Performance)*
Tingkat kepentingan dan kinerjanya rendah. Pengguna tidak terlalu mementingkan layanan ini sehingga tidak perlu terlalu diperhatikan.
- d. Kuadran IV : *Possible Overkill (Low Importance dan High Performance)*
Pengguna tidak terlalu mementingkan layanan ini, namun kinerjanya tinggi. Sumber daya diharapkan dapat membantu faktor lain yang membutuhkan peningkatan kinerja.

2.11 Heuristic Evaluation

Heuristic evaluation merupakan salah satu metode yang digunakan untuk dapat menemukan kesalahan pada aspek *usability* suatu perangkat lunak yang berhubungan dengan desain antarmuka pengguna. Jumlah ideal *expert* evaluator yang dilibatkan pada evaluasi heuristik berjumlah 3-5 orang [30]. Hasil penelitian dengan evaluasi heuristik akan lebih baik apabila dilakukan secara independen kepada beberapa evaluator. *Heuristic Evaluation* adalah sebuah metode untuk menemukan masalah kegunaan dalam suatu desain antarmuka pengguna sehingga dapat diperhatikan sebagai bagian dari *iterative design*. *Heuristic Evaluation* merupakan teknik pengujian *usability* yang melibatkan ahli yang mendapatkan *feedback* lebih cepat [30]. Terdapat 3 tahapan yang dilakukan pada metode *heuristic evaluation*, yaitu [30] :

1. *Briefing Session*, yaitu pengenalan dan penjelasan objek evaluasi beserta diskusi mengenai proses pengujian yang akan dilakukan.
2. *Evaluation Phase*, yaitu pelaksanaan evaluasi pada perangkat lunak sesuai dengan hasil diskusi pada tahap *briefing session*. Pada tahap ini, evaluator melakukan pengujian serta penilaian terhadap setiap permasalahan yang ditemukan. Penilaian dengan metode *heuristic evaluation* dilakukan berdasarkan *severity rating* dengan nilai angka 0 (*not a problem*), 1 (*cosmetic issue* / permasalahan ringan), 2 (*minor issue* / permasalahan prioritas perbaikan rendah), 3 (*major issue* / permasalahan prioritas perbaikan tinggi), dan 4 (*usability catastrophe* / permasalahan prioritas utama perbaikan desain).

3. *Debriefing Phase*, yaitu tahap akhir evaluasi dengan melakukan diskusi untuk mengambil kesimpulan dari pengujian yang telah dilakukan dan memberikan solusi perbaikan dari permasalahan yang ditemukan pada antarmuka *website*.

Evaluasi *usability* adalah sebuah langkah yang dilakukan untuk dapat mengetahui seberapa baik sistem tersebut dalam mendukung pengguna untuk mencapai tujuan. Pada proses evaluasi perangkat lunak menggunakan *heuristic evaluation*, maka diperlukan 10 prinsip *heuristic*. Prinsip tersebut diperlukan sebagai acuan dalam melakukan pengujian dan penilaian terhadap antarmuka pengguna *website* [30].

Tabel 2. 1 Prinsip *Heuristic Evaluation*

No	Prinsip	Definisi
1	<i>Visibility of the system status</i>	Sistem dapat memberikan informasi status <i>website</i> apabila telah siap digunakan
2	<i>Match between system and the real world</i>	Sistem dapat menyajikan bahasa yang mudah dipahami oleh pengguna
3	<i>User control and freedom</i>	Sistem dapat menyediakan aspek kebebasan bagi pengguna dalam mengoperasikan antarmuka
4	<i>Consistency and Standards</i>	Sistem menyediakan berbagai elemen secara konsisten dan akurat agar mudah dikenali oleh pengguna
5	<i>Error Prevention</i>	Sistem dapat menyajikan desain untuk mencegah pengguna melakukan kesalahan dalam mengoperasikan sistem
6	<i>Recognition rather than call</i>	Sistem dapat memberikan kemudahan pengguna dalam mengakses kembali halaman tertentu tanpa memulai dari awal dengan adanya <i>history</i> .
7	<i>Flexibility and efficiency of use</i>	Sistem dapat menyajikan fitur yang mudah dipahami oleh pengguna
8	<i>Aesthetic and minimalist design</i>	Sistem dapat menyajikan tampilan yang elegan dan tidak ramai
9	<i>Help users recognize, diagnose, and recover from errors</i>	Sistem dapat menampilkan kesalahan ketika proses tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya

2.12 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah skala pengukuran yang dikembangkan oleh Likert pada tahun 1932. Skala Likert memiliki empat atau lebih butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah nilai yang

mempresentasikan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap dan perilaku. Skala Likert dapat juga dikatakan sebagai skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan untuk penelitian [31].

Tabel 2. 2 Skala Likert

Skala	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Cukup
4	Setuju
5	Sangat Setuju



2.13 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dibuat dengan mengacu kepada penelitian-penelitian terdahulu untuk mendukung pemahaman mengenai pengaruh variabel terhadap layanan *website*.

Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil
1	Syahrul Aziz, Mery Oktaviyanti Puspitaningtyas, Yumi Novita Dewi [29]	2023	Analisis Kualitas <i>Website</i> PT Takdir Jaya Abadi Menggunakan Metode <i>Webqual 4.0</i> Dan <i>Importance Performance Analysis</i>	Data yang diperoleh dari 65 responden didapatkan hasil analisis kesesuaian sebesar 96% yang menyatakan bahwa pengguna belum merasa puas. Kemudian hasil analisis kesenjangan yaitu sebesar -0,166, yang artinya tingkat kualitas masih kurang sesuai dengan harapan pengguna.
2	Debby Ummul Hidayah, Ika Romadoni Yunita, Gustin Setyaningsih [32]	2019	Evaluasi <i>Website</i> Kuliah <i>Online</i> Stmik Amikom Purwokerto Menggunakan Metode Heuristik (Studi Kasus Mata Kuliah <i>Enterprise Resource Management</i>)	Hasilnya menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan menggunakan evaluasi heuristik didapatkan nilai <i>severity rating</i> dengan skala 3 yang berarti <i>website</i> kuliah <i>online</i> di STMIK Amikom Purwokerto perlu adanya perbaikan secara menyeluruh baik dari fungsionalitas sistem maupun desain antarmuka

3	Nur Amalia Kusumawati, Yusi Tyroni Mursityo, Alfi Nur Rusydi [33]	2021	Evaluasi Kualitas <i>Website</i> Prasetya <i>Online</i> Universitas Brawijaya menggunakan Metode <i>Webqual 4.0</i> Modifikasi dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>website</i> memiliki kualitas yang kurang baik dan belum memenuhi harapan pengguna. Terdapat 4 indikator yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan yakni tampilan, ketepatan waktu informasi, <i>link website</i> yang berfungsi, kemudahan berkomunikasi dengan pengelola. Disamping itu, terdapat 2 indikator yang menjadi prioritas rendah untuk perbaikan yakni tampilan yang sesuai dengan jenis <i>website</i> berita dan tata letak informasi. Indikator lainnya tidak memiliki prioritas perbaikan karena nilai kinerjanya sudah baik dan cukup untuk dipertahankan.
4	Melda Agarina, Sutedi, Arman Suryadi Karim [34]	2019	Evaluasi <i>User Interface</i> Desain Menggunakan Metode <i>Heuristics</i> Pada <i>Website</i> Sistem Informasi Manajemen Seminar Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Darmajaya	Hasilnya menunjukkan secara umum bahwa desain antarmuka, kemudahan penggunaan (<i>usability</i>) pada sistem informasi seminar di IIB Darmajaya telah cukup baik berdasarkan evaluasi, tetapi ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan, serta didapatkan catatan-catatan penting demi perbaikan dan pengembangan kualitas <i>website</i> seminar tersebut
5	Mauludani Muhammad, Agung Triayudi, Agus Iskandar [35]	2023	<i>Usability Testing</i> Menggunakan Metode Heuristik dan <i>End User Computing Satisfaction</i> Pada <i>Website</i> Ikan Hias Menteng	Dalam ulasan kali ini, penulis membedah tingkat kepuasan penggunaan situs <i>website</i> ikan hias menteng dengan perbandingan dari metode Evaluasi Heuristik dan metode <i>End User Computing Satisfaction (EUCS)</i> untuk mencari tingkat <i>usability website</i> ikan hias menteng. Dimana dalam metode Evaluasi Heuristik

				mendapatkan score sebanyak 9,118 sedangkan metode <i>End User Computing Satisfaction</i> mendapatkan score sebanyak 9,292.
--	--	--	--	--



UNIVERSITAS MIKROSKIL