

ABSTRAK

Tantangan terbesar dalam industri *website e-commerce* adalah memahami apa kebutuhan dari *user* dan mengembangkan kehadiran *website* mereka dan kinerja operasional kantor untuk mengelola *website* tersebut. Salah satu *website e-commerce* yang semakin mendapatkan perhatian lebih oleh *internet user* di Indonesia adalah *website travel online*. Dengan hanya mengandalkan sebuah *website travel online*, baik pemesanan maupun penjualan jasa travel dapat dilakukan dalam langkah-langkah yang cenderung jauh lebih praktis dan mudah dibandingkan dengan metode konvensional. Sebuah *website travel online* yang sulit digunakan, memiliki desain *web* yang tidak menarik, memberikan informasi yang tidak jelas dan kurang lengkap, serta tidak adanya layanan interaksi yang baik akan menciptakan kesan yang buruk bagi *user* dan akan berdampak pada kecilnya penjualan yang terjadi. Diperlukan sebuah penilaian kualitas *website travel online* berdasarkan persepsi dari *user* tersebut. Metode *Webqual 4.0* adalah metode yang dapat digunakan sebagai pendekatan untuk memberikan penilaian kualitas berdasarkan persepsi dari *user*.

Langkah awal dalam penelitian ini adalah melakukan pencarian dan pemilihan dua *website travel online* Indonesia yang digunakan sebagai studi kasus yaitu *website* Paket Rupiah dan Travelindo. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner *Webqual 4.0* dan didapatkan kuesioner sebanyak 102 kuesioner pada *website* Paket Rupiah dan sebanyak 105 kuesioner pada *website* Travelindo. Pengolahan kuesioner dilakukan dengan menguji semua variabel pertanyaan menggunakan *factor analysis* untuk mendapatkan *data grouping* yang terjadi pada penilaian responden. *Data grouping* yang didapatkan adalah sebagai berikut: pertanyaan 1 – 4 merupakan dimensi *usability*, pertanyaan 5 – 8 merupakan dimensi *design*, pertanyaan 9 – 15 merupakan dimensi *information quality*, dan pertanyaan 16 – 20 merupakan dimensi *service interaction quality*. Selanjutnya dilakukan perhitungan *weighted score* dan *maximum score* sehingga didapatkan nilai *Webqual Index (WQI)* yang digunakan sebagai hasil penilaian kualitas *website travel online*. Nilai WQI pada *website* Paket Rupiah adalah sebagai berikut: *usability* (0,65), *design* (0,66), *information quality* (0,66), dan *service interaction quality* (0,61). Nilai WQI pada *website* Travelindo adalah sebagai berikut: *usability* (0,64), *design* (0,61), *information quality* (0,64), dan *service interaction quality* (0,58).

Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis kondisi awal pada kedua *website travel online* yaitu pada *website* Paket Rupiah dan Travelindo. Kemudian analisis kualitas berdasarkan pada keempat fokus dimensi yang telah didapatkan proses *factor analysis* sebelumnya, yaitu *usability*, *design*, *information quality* dan *service interaction quality*. *Focused group discussion* dilakukan untuk mendapatkan pendalaman analisis terutama pada fokus dimensi *usability* dan *design*. Analisis-*analisis* yang dilakukan menjadi dasar untuk rekomendasi dan saran rancangan perbaikan pada keempat dimensi untuk *website travel online* khususnya di Indonesia. Beberapa rekomendasi dan saran rancangan perbaikan yang didapatkan pada dimensi *usability* adalah wajib menyediakan *search engine*, tahapan pembelian yang mudah dan tidak berbelit, sistem komparasi harga. Pada dimensi *design* adalah warna yang memberikan kesan santai dan bebas, misalnya biru langit atau biru laut, menampilkan gambar yang menarik sesuai dengan tema, seperti pantai atau tempat wisata atau kamar hotel yang menarik, penataan *layout* yang rapi agar mudah dibaca dan menampilkan kesan elegan. Pada dimensi *information quality* adalah sangat penting untuk menampilkan informasi harga tiket pesawat dan kamar hotel beserta spesifikasinya secara lengkap, dan informasi harga yang *up-to-date* sangat diperlukan mengingat harga tiket pesawat cepat berubah. Pada dimensi *service interaction quality* adalah memberikan fasilitas *member login* yang dapat digunakan untuk semakin memudahkan transaksi dan untuk kepentingan personalisasi dan komunitas, menggunakan sistem keamanan standar untuk menjamin privasi *user* dan keamanan transaksi.

Keywords : *Webqual*; *Website travel online*; Analisis kualitas *website e-commerce*.