

ANALISIS ATRIBUT KEBUTUHAN LAYANAN ONLINE PADA OPEN LIBRARY UNIVERSITAS TELKOM DENGAN MENGUNAKAN METODE E-SERVQUAL DAN MODEL KANO

Puspita Marsya Tamara¹, Dr. Ir. Husni Amani, M, SC M,B.A, ², Wawan Tripiawan ST., M.T³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Industri, Telkom University

¹puspitamarsya8@gmail.com, ²husni@telkomuniversity.ac.id, ³wawantripiawan@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Perpustakaan adalah sebuah ruangan bagian sebuah gedung ataupun gedung itu sendiri yang digunakan untuk menyimpan buku dan terbitan lainya yang biasanya disimpan menurut tata susunan tertentu untuk digunakan pembaca dan bukan untuk dijual. (Syihabuddin, 2007 :287). tugas (kewajiban) yang harus dilakukan perpustakaan perguruan tinggi adalah mengembangkan koleksi, mengolah dan merawat bahan perpustakaan, memberi layanan, serta melaksanakan administrasi perpustakaan (Soeatminah, 2004:3). Open Library Universitas Telkom merupakan perpustakaan yang didirikan untuk menunjang kegiatan belajar diluar jadwal perkuliahan. Open Library Universitas Telkom menjadi sebuah pusat pengetahuan (*the center of knowledge*) yang didukung oleh teknologi informasi digital dan fasilitas modern. Dalam pelaksanaan operasionalnya, konsep "Open Library" didukung oleh pengembangan teknologi informasi sistem perpustakaan digital, untuk senantiasa meningkatkan layanan, database, dan koleksi perpustakaan. Untuk meningkatkan kualitas layanan online pada Open library Telkom, maka dilakukan penelitian berdasarkan metode E-SERVQUAL. Untuk mengetahui pengaruh dari tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode Kano. Dalam penelitian ini terdapat 24 atribut pada kebutuhan layanan Open Library, 9 merupakan atribut kuat. Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan terdapat 15 atribut yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kualitas layanan online pada Open Library Universitas Telkom.

Kata Kunci: Perpustakaan, kualitas layanan, e-Service Quality, Kano.

1. Pendahuluan

Open Library Universitas Telkom menjadi sebuah pusat pengetahuan (*the center of knowledge*) yang didukung oleh teknologi informasi digital dan fasilitas modern. Dalam pelaksanaan operasionalnya, konsep "Open Library" didukung oleh pengembangan teknologi informasi sistem perpustakaan digital, untuk senantiasa meningkatkan layanan, database, dan koleksi perpustakaan. Open Library Universitas Telkom mempunyai layanan perpustakaan digital. Adapun layanan perpustakaan digital pada Open Library Universitas Telkom merupakan portal khusus civitas akademika untuk mengakses layanan seperti layanan akses online karya ilmiah, layanan akses eJournal dan eBook, layanan reservasi online, layanan peminjaman dan pengembalian buku, layanan perpanjangan buku online, layanan prosedur Surat Keterangan Bebas Perpustakaan (SKBP) layanan *upload* skripsi dan *approval* tugas akhir.

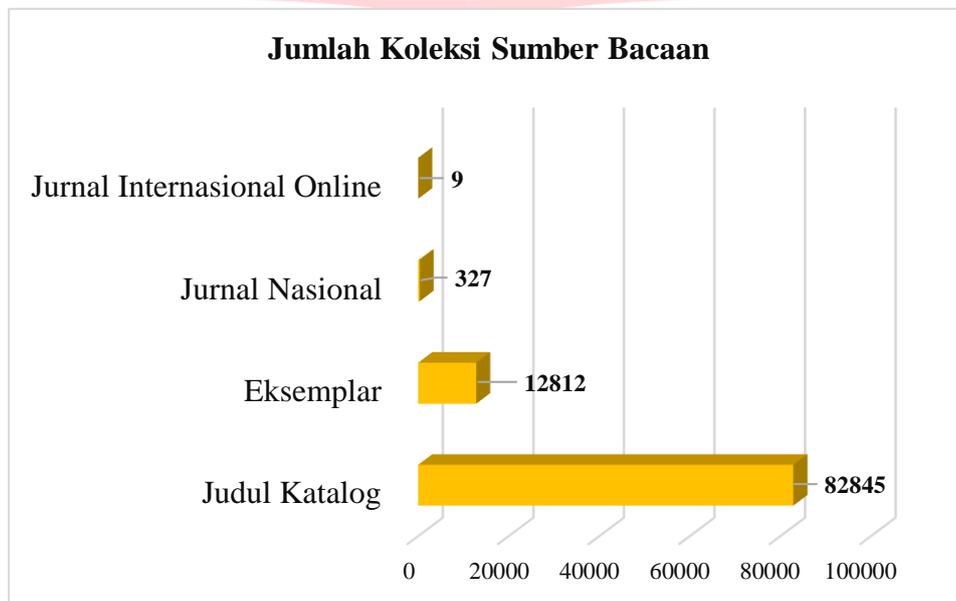
Tabel I.1 Jumlah pengunjung pada Open Library Telkom

No	Bulan	Pengunjung Offline	Pengunjung Online	Page view
1	Januari	18.650	1.259	27.039
2	Februari	28.986	1.404	30.325
3	Maret	23.518	1.352	20.176

4	April	25.782	44.668	276.102
5	Mei	13.026	45.013	279.430
6	Juni	2.114	25.463	176.954
7	Juli	5.956	44.048	373.645
8	Agustus	21.172	47.424	468.160
9	September	34.253	74.174	577.882
10	Oktober	29.207	65.390	531.931
11	November	27.860	48.745	339.524
12	Desember	12.310	14.277	78.510
Total		242.834	413217	3.179.678

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung online lebih tinggi daripada pengunjung offline. Hal ini dapat diketahui dari jumlah total pengunjung pertahun pada setiap layanan pada Open library.

Gambar I.2 Jumlah Koleksi Sumber Online Open Library Universitas Telkom



Berdasarkan data tersebut, jumlah koleksi sumber bacaan yang terdapat pada layanan *Online Open Library* Universitas Telkom sudah cukup memadai, hanya saja jumlah jurnal yang terdapat pada website *Open Library* Universitas Telkom kurang lengkap. Disamping itu, guna meningkatkan kualitas layanan *Open Library*.

2. Landasan Teori

2.1 Model Kano

Metode Kano dikembangkan oleh Dr. Noriaki Kano dari Tokyo Riko University pada tahun 1984. Menurut Tan dan Pawitra (2001), metode kano merupakan alat yang efektif untuk mengkategorikan atribut pada produk atau jasa berdasarkan seberapa besar tingkat kepuasan yang dihasilkan oleh setiap atribut. Pemahaman tentang kebutuhan dan harapan pelanggan adalah prasyarat untuk mencapai kepuasan pelanggan

(Baki, et al, 2009). Dengan pengkategorian ini, nantinya akan diketahui atribut mana saja yang memberikan dampak kepuasan bagi pelanggan dan atribut mana saja yang sebaiknya dihilangkan. Atribut-atribut tersebut dapat dibedakan menjadi enam kategori sebagai berikut,

1. Kategori *Attractive/excitement needs*

Pada kategori ini, konsumen akan merasa lebih puas dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi, penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan konsumen.

2. Kategori *One Dimensional*

Apabila kinerja atribut terpenuhi maka kepuasan pelanggan meningkat. Jika kinerja atributnya menurun, maka akan menyebabkan menurunnya tingkat kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, tingkat kepuasan pelanggan berhubungan linier dengan kinerja atribut.

3. Kategori *Must be/basic needs*

Kategori ini merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh penyedia jasa bagi konsumennya. Apabila atribut ini terpenuhi, perusahaan tidak akan meningkatkan kepuasan konsumen, namun apabila atribut ini tidak terpenuhi maka akan berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun kepuasan konsumen tidak akan meningkat dengan atribut-atribut pada kategori ini, tetapi atribut-atribut ini wajib dipenuhi perusahaan. Dengan kata lain, atribut tersebut harus ada pada setiap produk/jasa agar dapat diterima.

4. Kategori *Indifferent*

Atribut-atribut pada kategori ini, merupakan atribut netral yang tidak akan memberikan pengaruh apapun terhadap kepuasan konsumen.

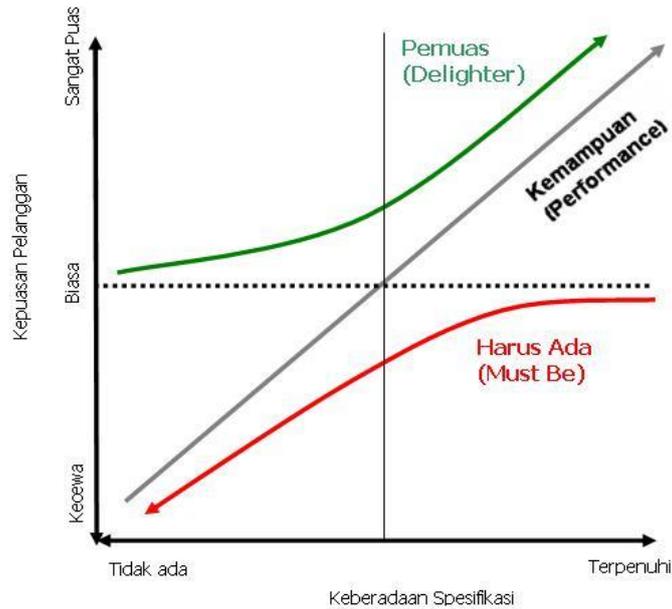
5. Kategori *Reverse*

Kategori ini merupakan kebalikan dari kategori One-Dimensional, karena derajat kepuasan konsumen lebih tinggi jika layanan berlangsung tidak semestinya. Apabila atribut pada kategori ini diberikan, maka pelanggan tidak akan merasa puas. Dan sebaliknya jika atribut ini dihilangkan, maka kepuasan pelanggan akan muncul.

6. Kategori *Questionable*

Atribut pada kategori ini tidak dapat diartikan dengan jelas. Karena jawaban konsumen atas puas/tidak puas jika layanan tersebut diberikan/tidak diberikan mengindikasikan kebingungan.

Dari keenam kategori Kano tersebut yang biasanya dapat dirasakan secara nyata adalah kategori *must-be*, *one-dimensional*, dan *attractive*. Ketidaktahuan terhadap kategori atribut layanan ini dapat menimbulkan akibat negative bagi perusahaan pemberi jasa. Jika pemberi jasa tidak menyadari bahwa keinginan konsumen berbeda-beda dan kategori pelanggan tersebut bersifat dinamis, secara spesifik atribut *attractive* akan menjadi *one-dimensional* dan akhirnya *must be*.



Gambar II. 3 Diagram Kano

(Sumber: Wang dan Ji,2010)

Penentuan kategori untuk setiap atribut berdasarkan model kano didapatkan dengan mengklasifikasikan kategori antara jawaban pada pernyataan *functional* dan pernyataan *dysfunctional* pada kuesioner Model kano. Pengklasifikasian kategori ini dapat dilakukan dengan menggunakan Evaluasi Model Kano.

Tabel II. 3 Evaluasi Kano

Customer Need		Dysfunctional				
		Like	Must-Be	Neutral	Live with	Dislike
Functional	Like	Q	A	A	A	O
	Must-Be	R	I	I	I	M
	Neutral	R	I	I	I	M
	Live with	R	I	I	I	M
	Dislike	R	R	R	R	Q

Sumber : Tan & Pawitra, 2001

Atribut yang dihasilkan pada tabel Evaluasi Model Kano kemudian dimasukkan ke dalam tabel yang dibuat untuk merekap seluruh jawaban responden. Untuk menentukan kategori kano dari setiap atribut dapat dilakukan dengan menggunakan Blauth's formula (Walden, 1993) sebagai berikut:

1. Jika jumlah (*one dimensional + attractive + must be*) > jumlah (*indifferent + reverse + questionable*) maka kategori Kano diperoleh dari nilai yang paling maksimum dari (*one dimensional, attractive, must be*).
2. Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) < jumlah (*indifferent + reverse + questionable*) maka kategori Kano ditentukan dari nilai yang paling maksimum dari (*indifferent, reverse, questionable*).
3. Jika jumlah (*one dimensional + attractive + must be*) = jumlah (*indifferent + reverse + questionable*) maka kategori Kano ditentukan dari nilai yang paling maksimum dari semua kategori Kano yaitu (*one dimensional, attractive, must be* dan *indifferent, reverse, questionable*).

2.2 E-Service Quality

e-SERVQUAL adalah metode untuk mengukur kepuasan pelanggan dari sebuah penyedia layanan berbasis internet meliputi pembelian dan penyampaian produk atau jasa. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Tjiptono, 2010:303) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis pelayanan, mengidentifikasi 7 faktor utama yang menentukan e-SERVQUAL, yakni :

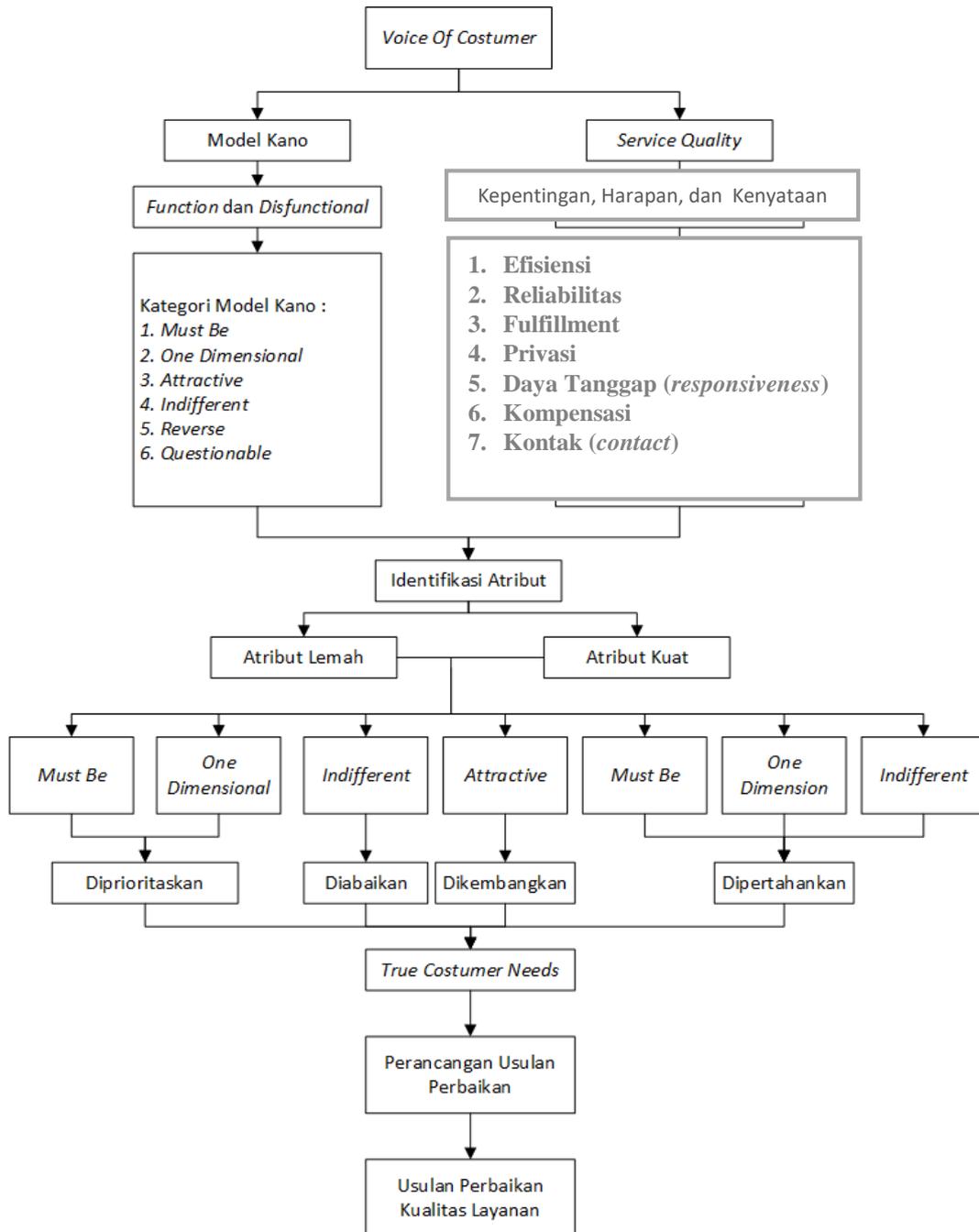
1. Efisiensi
Yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses *website*, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
2. Reliabilitas
Berkaitan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan, khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.
3. *Fulfillment*
Mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
4. Privasi
Berupa jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi kartu kredit pelanggan terjamin keamanannya.
5. Daya Tanggap (*responsiveness*)
Merupakan kemampuan pengelola untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah, memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk, dan menyediakan garansi *online*.
6. Kompensasi
Meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman, dan biaya penanganan produk.
7. Kontak (*contact*)
Ketersediaan customer service melalui telepon, online chat, atau perwakilan dalam fasilitas pendukung online.

3. Analisis Data

3.1 Model Konseptual

Gambar 3.1. Gambaran model konseptual tersebut dimulai dengan mengetahui hal-hal yang dibutuhkan oleh para pengguna perpustakaan Universitas Telkom. Untuk mengetahui hal-hal yang dibutuhkan dapat

dilakukan dengan melakukan observasi, penyebaran kuisisioner sementara, wawancara langsung dan studi literatur untuk mendapatkan atribut kebutuhan berdasarkan dimensi kualitas jasa secara umum. Lalu atribut kebutuhan ini digunakan dalam membuat kuisisioner *e-ServQual* sebagai bentuk pengukuran kepuasan pengguna perpustakaan dan pengelompokkan atribut kebutuhan berdasarkan prioritasnya.



Gambar III.1 Model Konseptual Analisis Layanan Perpustakaan Universitas Telkom

4. Pembahasan
4.1 Atribut Kebutuhan

Berdasarkan hasil penggalian informasi yang dilakukan dengan *depth interview* Terdapat 24 atribut kebutuhan Layanan perpustakaan online Open Library Universitas Telkom dengan menggunakan tujuh dimensi yang diperoleh dari studi *literature* yaitu, Efisiensi, Reliabilitas, *Fulfillment*, Privasi, Daya Tanggap (*responsiveness*), Kompensasi, dan Kontak (*contact*).

4.2 Pengolahan E-Servqual

Berdasarkan hasil pengolahan data pada kuesioner *Servqual*, diperoleh atribut yang berkategori kuat dan lemah. Terdapat 15 atribut berkategori lemah dan 9 atribut berkategori kuat.

Atribut Kuat

Atribut yang termasuk dalam kategori kuat adalah atribut yang memiliki NKP bernilai positif dan memiliki arti telah memenuhi harapan pengguna Layanan perpustakaan online Open Library Universitas Telkom. Terdapat sembilan atribut kuat yang dapat dilihat pada Tabel V.1

Tabel V. 1 Atribut kuat berdasarkan NKP

No	Kode	NKP	Keterangan
1	EFI1	1,38	Kuat
2	EFI3	0,16	Kuat
3	REL1	1,18	Kuat
4	FUL4	1,94	Kuat
5	DAY1	0,00	Kuat
6	DAY2	1,25	Kuat
7	DAY3	1,38	Kuat
8	DAY5	0,16	Kuat
9	KOM1	1,18	Kuat

Atribut Lemah

Atribut yang termasuk ke dalam atribut lemah merupakan atribut yang memiliki NKP yang bernilai negatif dan belum memenuhi harapan pengguna Layanan perpustakaan online Open Library Universitas Telkom. Terdapat 15 atribut lemah yang memiliki NKP rendah atau negatif yang dapat dilihat pada Tabel V.2

Tabel V.2 Atribut lemah berdasarkan NKP

No	Kode	NKP	Keterangan
1	EFI2	-0,16	Lemah
2	REL2	-2,05	Lemah
3	REL3	-0,41	Lemah
4	FUL1	-0,49	Lemah
5	FUL2	-1,80	Lemah
6	FUL3	-5,85	Lemah
7	FUL5	-5,19	Lemah
8	PRI1	-0,08	Lemah

9	PRI2	-3,20	Lemah
10	PRI3	-2,58	Lemah
11	DAY4	-0,20	Lemah
12	KOM2	-2,38	Lemah
13	KON1	-0,58	Lemah
14	KON2	-0,65	Lemah
15	KON3	-2,12	Lemah

4.3 Pengolahan Kano

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner Kano, diperoleh atribut-atribut yang telah dikelompokkan kedalam enam kategori Kano yaitu *must-be*, *one dimensional*, *attractive*, *indifferent*, *reverse* dan *questionable* namun pada penelitian ini hanya terdapat dua kategori Kano yaitu *must-be* dan *one dimensional* yang dijelaskan sebagai berikut.

No	Kode Atribut	NKP	Jenis Atribut	Kategori Kano	Tindakan
1	EFI1	1,38	Kuat	O	Dipertahankan
2	EFI2	-0,16	Lemah	O	Ditingkatkan
3	EFI3	0,16	Kuat	O	Dipertahankan
4	REL1	1,18	Kuat	O	Dipertahankan
5	REL2	-2,05	Lemah	M	Ditingkatkan
6	REL3	-0,41	Lemah	O	Ditingkatkan
7	FUL1	-0,49	Lemah	M	Ditingkatkan
8	FUL2	-1,80	Lemah	M	Ditingkatkan
9	FUL3	-5,85	Lemah	O	Ditingkatkan
10	FUL4	1,94	Kuat	O	Dipertahankan
11	FUL5	-5,19	Lemah	O	Ditingkatkan
12	PRI1	-0,08	Lemah	O	Ditingkatkan
13	PRI2	-3,20	Lemah	O	Ditingkatkan
14	PRI3	-2,58	Lemah	O	Ditingkatkan
15	DAY1	0,00	Kuat	O	Dipertahankan
16	DAY2	1,25	Kuat	M	Ditingkatkan
17	DAY3	1,46	Kuat	O	Dipertahankan
18	DAY4	-0,20	Lemah	O	Ditingkatkan
19	DAY5	0,00	Kuat	O	Dipertahankan
20	KOM1	1,01	Kuat	O	Dipertahankan
21	KOM2	-2,38	Lemah	M	Ditingkatkan

22	KON1	-0,58	Lemah	O	Ditingkatkan
23	KON2	-0,65	Lemah	M	Ditingkatkan
24	KON3	-2,12	Lemah	M	Ditingkatkan

4.4 True Customer Needs

Tabel IV.13 menunjukkan hasil penggolongan atribut kebutuhan berdasarkan integrasi *E-SERVQUAL* dengan Model Kano yang harus ditingkatkan pada layanan Open Library.

Tabel IV.13 *True Customer Needs*

No	<i>True Customer Needs</i>	Kode	NKP	Jenis Atribut
1	Website bisa digunakan kapan saja	EFI2	-0,16	Lemah
2	Isi website mudah dipahami	REL2	-2,05	Lemah
3	Minimnya terjadi kesalahan (error) dalam menggunakan website	REL3	-0,41	Lemah
4	Kemampuan mengakses koleksi-koleksi perpustakaan seperti e-Jurnal dan e-Book	FUL1	-0,49	Lemah
5	Segala bentuk informasi tersedia pada website	FUL2	-1,80	Lemah
6	Informasi yang disajikan memenuhi kebutuhan mahasiswa	FUL3	-5,85	Lemah
7	Website mudah merima respon	FUL5	-5,19	Lemah
8	Kerahasiaan data mahasiswa terjamin	PRI1	-0,08	Lemah
9	Website memberikan perlindungan keamanan data	PRI2	-3,20	Lemah
10	Website memiliki tingkat akurasi tinggi	PRI3	-2,58	Lemah
11	Mekanisme untuk akses website mudah dipahami	DAY4	-0,20	Lemah
12	Pemberian kompensasi untuk informasi yang tidak sesuai kebenarannya	KOM2	-2,38	Lemah
13	Tersedianya contact person pada website	KON1	-0,58	Lemah
14	Tersedianya customer service pada website untuk dapat berinteraksi	KON2	-0,65	Lemah
15	Keramahan dalam melayani mahasiswa	KON3	-2,12	Lemah

5. Kesimpulan

1. Terdapat 24 atribut kebutuhan Layanan perpustakaan online Open Library Universitas Telkom dengan menggunakan tujuh dimensi yang diperoleh dari studi *literature* yaitu, Efisiensi, Reliabilitas, *Fulfillment*, Privasi, Daya Tanggap (*responsiveness*), Kompensasi, dan Kontak (*contact*).
2. Terdapat 9 atribut kuat yang artinya telah memenuhi kepuasan pelanggan, yaitu :
 - a) *Website* bisa digunakan dimana saja
 - b) Mudah dalam mencari informasi yang diinginkan
 - c) *Website* berfungsi sebagaimana mestinya
 - d) Koleksi sumber bacaan yang diberikan *up-to-date*
 - e) Kemampuan *website* dalam menanggapi masalah
 - f) Kemampuan *website* dalam memberikan pelayanan terbaik
 - g) Kemampuan *website* perpustakaan dalam layanan pengembalian dan peminjaman buku
 - h) Tersedia kolom pencarian yang mempermudah mahasiswa dalam mencari informasi

- i) Pemberian kompensasi untuk masalah yang dialami mahasiswa
3. Terdapat 15 atribut lemah dan harus ditingkatkan yang artinya belum dapat memenuhi kepuasan pelanggan, yaitu :
 - a) *Website* bisa digunakan kapan saja
 - b) Isi *website* mudah dipahami
 - c) Minimnya terjadi kesalahan (*error*) dalam menggunakan *website*
 - d) Kemampuan mengakses koleksi-koleksi perpustakaan seperti *e-Jurnal* dan *e-Book*
 - e) Segala bentuk informasi tersedia pada *website*
 - f) Informasi yang disajikan memenuhi kebutuhan mahasiswa
 - g) *Website* mudah menerima respon
 - h) Kerahasiaan data mahasiswa terjamin
 - i) *Website* memberikan perlindungan keamanan data
 - j) *Website* memiliki tingkat akurasi tinggi
 - k) Mekanisme untuk akses *website* mudah dipahami
 - l) Pemberian kompensasi untuk informasi yang tidak sesuai kebenarannya
 - m) Tersedianya *contact person* pada *website*
 - n) Tersedianya *customer service* pada *website* untuk dapat berinteraksi
 - o) Keramahan dalam melayani mahasiswa

Daftar Pustaka

- [1] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality, and Satisfaction* (3 ed.). Yogyakarta: Andi.
- [2] Malhotra, Naresh K & Birks, David F (2007). *Marketing Research: An Applied Orientation*, 3rd edition, Pearson Education International, New Jersey.
- [3] Wang, T., & Ji, P. (2010). Understanding Customer Needs Through Quantitative Analysis of Kano's model. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 173-184.
- [4] Tan, K.C. & Pawitra, T.A. (2001). 'Integrating SERVQUAL and Kano's Model into QFD for Service Excellence Development', *Managing Service Quality*, vol. 11 no. 6, pp. 418-430.
- [5] Parasurama, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). SERVICE QUALITY: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- [6] Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 362-375.
- [7] Soeasminah.1992, *Perpustakaan Kepustakaan dan Pustakawan*, GamaMedia Yogyakarta.
- [8] Qalyubi Syihabuddin dkk. 2007, *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informa..*, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- [9] Shen, X. X., Tan, K. C., & Xie, M. (2000). An Integrated Approach to Innovative Product Development Using Kano's Model and QFD