



**SERVQUAL DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) :
MENGUKUR TINGKAT USABILITAS E-LEARNING PADA PEMBELAJARAN
DARING MASA ADAPTASI KEBIASAAN BARU (AKB) PANDEMI COVID-19 DI
UNIVERSITAS AL-GHIFARI**

Taufiq Rahmat¹, Eny Nuryani Resmiati²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Al-Ghifari

¹taufiqrahmat@unfari.ac.id, ²enynuryani417@gmail.com

Info Artikel :

Diterima : 20 Oktober 2021

Disetujui : 26 Oktober 2021

Dipublikasikan : 29 Desember 2021

ABSTRAK

E-learning penting diadaptasi oleh perguruan tinggi, agar tetap memiliki keunggulan ditengah arus persaingan yang semakin tinggi. Ditambah kondisi bangsa kita saat ini sedang memasuki masa Adaptasi Kebiasaan baru (AKB) musibah pandemi Covid-19. Sehingga, pelaksanaan pembelajaran dilakukan melalui daring. Agar tetap menjaga kepuasan pengguna terhadap layanan, maka perlu dilakukan evaluasi usability pengguna terhadap pelaksanaan e-learning agar dapat memunculkan rekomendasi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas dari sistem dan media yang digunakan di masa mendatang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang mengacu pada kualitas layanan meliputi TERRA yang terdiri dari *tangible, empathy, reliability, responsiveness*, dan *assurance*. Instrument kuesioner dengan menggunakan *closed questions*, terdiri dari penilaian antara harapan dan kenyataan. Skala yang digunakan pada kuesioner tersebut menggunakan skala likert disebarkan kepada 100 responden yang dipilih berdasarkan pada teknik *simple random sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dengan menghitung rata-rata skor variable, kemudian dilakukan pengukuran *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengguna merasa puas terhadap kinerja dari atribut-atribut ServQual dalam penerapan e-learning di Universitas Al-Ghifari selama masa adaptasi kebiasaan baru pandemic covid-19.

Kata Kunci:
E-ServQual, E-learning, Customer Satisfaction Index, Covid-19

ABSTRACT

*E-learning is important to be adopted by universities so that they can still have an advantage during increasingly high competition. Plus the condition of our nation is currently entering a new habit adaptation period due to the Covid-19 pandemic. Thus, the implementation of learning is carried out online. To maintain user satisfaction with the service, it is necessary to evaluate the user usability of the implementation of e-learning to generate recommendations that can be used as a means to improve the quality of the system and media used in the future. This study uses a descriptive method with a quantitative approach that refers to service quality including TERRA which consists of *tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance*. The questionnaire instrument uses *closed questions*, consisting of an*

Keywords:
E-ServQual, E-learning, Customer Satisfaction Index, Covid-19

assessment between expectations and reality. The scale used in the questionnaire using a Likert scale was distributed to 100 respondents who were selected based on a simple random sampling technique. The data were analyzed using descriptive analysis by calculating the average variable score, then measuring the Customer Satisfaction Index (CSI). The results showed that overall users were satisfied with the performance of ServQual's attributes in implementing e-learning at Al-Ghifari University during the adaptation period for the new habits of the COVID-19 pandemic.

PENDAHULUAN

Tekanan arus globalisasi dan digitalisasi, menuntut perguruan tinggi untuk dapat mengelola bisnis prosesnya (*business process*) dengan penerapan teknologi informasi, baik dalam proses pelayanan maupun dalam proses pembelajaran. Kehadiran teknologi, khususnya popularisasi dan perluasan akses internet ke smartphone, laptop, tablet, dan computer, telah sangat mempengaruhi pendidikan dan metode pembelajaran dan pengajaran di dunia pendidikan. Sehingga e-learning hadir sebagai hasil adaptasi dan integrasi antara teknologi dengan pendidikan (Al-Fraihat et al., 2020). E-learning mengalami pertumbuhan besar-besaran di lingkungan masyarakat, pemerintah, sekolah, universitas, dan beberapa organisasi lainnya sudah banyak menggunakannya (Aparicio et al., 2017). Sistem e-learning memungkinkan pembelajaran kapanpun dan dimanapun, serta mempertemukan para pemangku kepentingan tanpa terbatas oleh ruang dan waktu (Cidral et al., 2018). Proses pembelajaran daring merupakan pembelajaran yang berbasis teknologi yang menggunakan aplikasi layanan berupa media online yang memang dirancang dan dibuat untuk dipergunakan dalam proses pembelajaran di dunia pendidikan. Pembelajaran daring juga memiliki kelebihan mampu menumbuhkan kemandirian belajar (*self regulated learning*). Penggunaan e-learning pada pendidikan menjadi hal yang urgent untuk diadaptasi oleh perguruan tinggi, khususnya Universitas Al-Ghifari untuk dapat berdaya saing unggul, baik di skala nasional maupun internasional. Daya saing ini menjadi *branding promotion* Unfari untuk tetap diminati dan disukai oleh para pengguna layanan (Taufiq Rahmat, 2020). Selain itu, Indonesia saat ini sedang memasuki masa Adaptasi Kebiasaan baru (AKB) di tengah-tengah guncangan musibah pandemi Covid-19.

Wabah Covid-19 adalah jenis wabah yang tingkat penyebarannya sangat tinggi dan cepat. Wabah ini menyerang sistem imun dan pernapasan manusia (Group, 2006; Qualls et al., 2017; Raude & Setbon, 2009; Ryu et al., 2020). Pencegahan wabah ini dilakukan dengan menghindari interaksi langsung orang yang terinfeksi dengan orang-orang yang beresiko terpapar virus corona ini (Qualls et al., 2017). Mengatur jarak dan kontak fisik yang berpeluang menyebarkan virus disebut social distancing (Raude & Setbon, 2009). Proses pembelajaran di seluruh jenjang pendidikan dilakukan secara daring untuk mencegah terjadinya penularan yang lebih masif. Sehingga, pelaksanaan e-learning terjadi secara massal. Bahkan, institusi pendidikan tinggi di seluruh dunia telah didorong untuk menggunakan e-learning, mengingat pembelajaran berbasis kelas tradisional tidak mungkin berdasarkan protokol Covid-19 .

Implementasi pembelajaran online secara tiba-tiba karena Covid-19 membawa banyak tantangan pendidikan tinggi (Aboagye et al., 2021; Almaiah et al., 2020; Favale et al., 2020; Mseleku, 2020; Pham & Ho, 2020). Bagi sebagian besar perguruan tinggi, pergeseran pembelajaran dari berbasis kelas ke online, belum begitu lancar dijalankan, dan masih kurang diminati untuk digunakan oleh para mahasiswa. Terlepas dari hal itu semua, Universitas Al-Ghifari sudah mulai beradaptasi dengan sistem pembelajaran online, atau sering disebut e-learning.

Di sisi lain, juga terjadi gelombang ketidakpuasan terhadap pelaksanaan kebijakan pembelajaran daring. Untuk itu perlu diukur tingkat usability terhadap pelaksanaan e-learning. E-learning merupakan salah satu tool yang sangat dibutuhkan dalam menunjang kegiatan dan pelayanan akademik di Universitas Al-Ghifari Secara umum, faktor usability dari pengguna kurang diperhatikan oleh perguruan tinggi. Ketika proses implementasi suatu sistem telah selesai, maka tahapan berikutnya adalah melakukan proses evaluasi, sehingga dapat diketahui tingkat keberhasilan proses implementasi sistem tersebut. Dengan melakukan proses evaluasi terhadap sistem e-learning, akan dapat memunculkan rekomendasi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas dari sistem tersebut pada masa mendatang (Hermanto et al., 2017).. Usability mengacu pada tingkat efektifitas, efisiensi dan kepuasan suatu produk yang telah digunakan oleh pengguna produk tersebut sehingga tujuannya dalam konteks tertentu dapat tercapai. Berkaitan dengan hal tersebut, maka pengukuran usability e-learning di Universitas AlGhifari menggunakan instrumen ServQual dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) Hal ini didasarkan pada pernyataan bahwa usability dapat diukur oleh kualitas layanan (Seebode, 2015) dan Customer Satisfaction Index (Tristiyanto et al., 2020).

KAJIAN TEORI

ServQual

Menurut (Nielsen, 2016) Usability dipandang sebagai ukuran kualitas pengalaman pengguna ketika berinteraksi dengan produk atau sistem informasi berbasis web, aplikasi, perangkat lunak, teknologi bergerak, maupun peralatan-peralatan lain yang dioperasikan oleh pengguna. Untuk mengukur kepuasan pengguna maka digunakan kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan perbandingan antara harapan pengguna layanan dengan kualitas layanan (Idayati et al., 2020). Kualitas layanan adalah penyampaian layanan yang baik atau unggul, bertujuan untuk memuaskan pelanggan berdasarkan persepsi dan harapan (T Rahmat et al., 2021).

(Parasuraman et al., 1988) membentuk model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Adapun model di bawah ini mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

1. Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal
5. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan

Sehingga dari uraian tersebut (Parasuraman et al., 1988) mengembangkan rumus berikut ini :

$$Q = P - E,$$

dimana :

Q = Kualitas pelayanan

P = Persepsi pengguna pelayanan

E = Ekspektasi pengguna Layanan.

Kualitas pelayanan dalam menentukan kepuasan pengguna diukur dengan dimensi TERRA yang terdiri dari *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* (Idayati et al., 2020; Parasuraman et al., 1988) (T Rahmat et al., 2021).

1. Bukti Fisik (*tangible*), yang menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna. Dimensi ini mencakup kondisi fisik fasilitas, peralatan serta penampilan pekerja. Karena jasa tidak dapat diamati secara langsung, maka pelanggan sering kali berpedoman pada kondisi yang terlihat mengenai jasa dalam melakukan evaluasi.
2. Empati (*empathy*), yang menunjukkan derajat perhatian yang diberikan kepada setiap pelanggan. Dimensi ini juga merefleksikan kemampuan pekerja untuk menyelami perasaan pelanggan sebagaimana jika pekerja itu sendiri yang mengalaminya. Seperti, kemudahan untuk mencakup dan menghubungi, pemberian informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang dapat dimengerti dan mendengarkan tanggapan dan pertanyaan pelanggan, dan perlunya usaha untuk mengetahui pelanggan dan kebutuhan khususnya.
3. Keandalan (*reliability*), yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan handal, dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memenuhi janjinya. Secara umum, definisi reliabilitas merefleksikan konsistensi dan kehandalan (hal yang dapat dipercaya, dan dipertanggung jawabkan) dari kinerja perusahaan.
4. Daya tanggap (*responsiveness*), yang mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, selalu memberikan perhatian yang tepat dan segera, dan mengenai pelanggan. Dimensi daya tanggap ini merefleksikan komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanan tepat pada waktunya. Dimensi ini berkaitan dengan keinginan atau kesiapan pekerja untuk melayani.
5. Jaminan (*assurance*), yang mencakup pengetahuan dan kesopanan pekerja serta kemampuan pekerja memberikan pelayanan sehingga menimbulkan kepercayaan dari para pelanggan. Dimensi ini merefleksikan kompetensi perusahaan, keramahan (kesopanan-santunan) kepada pelanggan dan keamanan operasinya. Kompetensi berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan dalam memberikan jasa / pelayanan. Keramahan mengacu pada bagaimana pekerja perusahaan berinteraksi dengan pelanggannya dan kepemilikan pelanggan. Keamanan merefleksikan perasaan pelanggan bahwa ia bebas dari bahaya resiko dan keragu-raguan.

E-Learning

E-learning adalah penggunaan teknologi untuk menyebarkan informasi (information) dan pengetahuan (knowledge) dalam pendidikan dan pelatihan (Cidral et al., 2018). Sementara (Al-Fraihat et al., 2020) mengemukakan bahwa e-learning sebagai sistem informasi yang mengintegrasikan berbagai macam materi instruksional (audio, video, dan teks) yang disampaikan melalui email, sesi obrolan langsung, diskusi online, forum, kuis, dan tugas (*assignments*) Pelaksanaan e-learning bisa menggunakan sistem informasi berbasis website ataupun yang berbasis aplikasi, sepanjang masih ada intervensi teknologi (Cope & Kalantzis, 2017). Berdasarkan pada pendapat peneliti di atas, maka e-learning tidak terbatas pada penggunaan sistem informasi saja, tetapi juga mencakup pembelajaran yang didalamnya ada intervensi teknologi.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Kepuasan pengguna (*User/ Customer Satisfaction*) ditentukan oleh persepsi pengguna kinerja produk/layanan dalam memenuhi harapan pengguna. Pengguna akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapannya terlampaui (Sinnun, 2017). Tingkat kepuasan pengguna tersebut dapat diukur dengan suatu metode yang dinamakan Customer Satisfaction Index (CSI). Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan dengan mempertimbangkan pentingnya atribut produk atau layanan. Tingkat kepuasan pengguna dinilai dengan membandingkan kinerja (kinerja yang dirasakan) pelanggan dengan ekspektasi layanan atau kualitas produk (Long et al., 2017; Tristiyanto et al., 2020).

METODE

Metode Penelitian Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif-deskriptif. Penelitian ini menggunakan instrument kuesioner dengan menggunakan *closed questions*, yang mengacu pada kualitas layanan meliputi *TERRA* yang terdiri dari *tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance* (Idayati et al., 2020; Parasuraman et al., 1988). Kuesioner terdiri dari penilaian antara harapan dan kenyataan. Skala yang digunakan pada kuesioner tersebut menggunakan skala likert dengan skala 1 untuk sangat puas, 2 untuk puas, 3 untuk netral, 4 untuk tidak puas, dan 5 untuk sangat tidak puas (Sugiyono, 2018). Kuesioner disebarkan kepada 100 responden yang dipilih berdasarkan pada teknik *simple random sampling*. Selanjutnya, data diuji kualitasnya menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas (Hertanto, 2017). Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*corrected item total correlation*) dengan r tabelnya. Apabila nilai r hitung $> r$ tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid (Sugiyono, 2018). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Instrumen dapat dikatakan handal (*reliable*) bila mempunyai koefisien *Cronbach alpha* $> 0,6$ (Sugiyono, 2018). Pengujian validitas dan reliabilitas ini dibantu dengan menggunakan program SPSS 22 for Windows.

Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dengan menghitung rata-rata skor variable kemudian dinilai dengan kriteria penafsiran sebagai berikut :

Tabel 1. Kriteria Penafsiran

| No. | Rata-Rata Skor | Penafsiran |
|-----|----------------|--------------------|
| 1 | 4,2 – 5,0 | Sangat Puas |
| 2 | 3,4 – 4,1 | Puas |
| 3 | 2,6 – 3,3 | Cukup Puas |
| 4 | 1,8 – 2,5 | Kurang Puas |
| 5 | 1,0 – 1,7 | Sangat Kurang Puas |

Kemudian dilakukan pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) agar hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran di tahun-tahun mendatang. Tahapan penghitungan Indeks kepuasan pelanggan (CSI) sebagai berikut:

1. Menghitung *Weighting Factors* (WF), yaitu fungsi dari median tingkat kepentingan masing-masing atribut dalam bentuk persentase (%) dari total skor median tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji.

2. Menghitung *Weighted Score* (WS), yaitu fungsi dari skor median tingkat kepuasan masing-masing atribut dikalikan dengan *Weighting Factors* (WF) masing-masing atribut.
3. Menghitung *Weight Median Total* (WMT), yaitu total dari nilai *Weighted Score* (WS) secara keseluruhan.
4. Menghitung indeks kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index*), yaitu perhitungan dari *Weight Median Total* (WMT) dibagi skala maksimum, kemudian dikali 100%.

Tabel 2. Kriteria Penilaian CSI

| Kriteria Penilaian | Nilai CSI |
|--------------------|-----------|
| Sangat Puas | 0,81-1,00 |
| Puas | 0,66-0,80 |
| Cukup Puas | 0,51-0,65 |
| Kurang Puas | 0,35-0,50 |
| Tidak Puas | 0,00-0,34 |

Untuk mempermudah dalam pengambilan data dan analisis data, maka diuraikan operasional variable yang terdiri dari dimensi, indikator, serta kode atribut sebagai berikut :

Tabel 3. Dimensi dan Indikator ServQual

| Dimensi | Indikator | Kode |
|--|--|------|
| Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | Kelengkapan fasilitas layanan | TA1 |
| | Menu dan fitur mudah digunakan | TA2 |
| | Penampilan yang menarik dan artistik | TA3 |
| Empati (<i>empathy</i>) | Kemudahan untuk menghubungi operator | EM1 |
| | Informasi disampaikan dengan bahasa yang dapat dimengerti | EM2 |
| | Mendengarkan tanggapan dan pertanyaan pelanggan | EM3 |
| Keandalan (<i>reliability</i>) | Kemampuan menunjukkan kejujuran bukan kebohongan (tepat janji) | RL1 |
| | Kemampuan memberikan pelayanan secara akurat dan handal (bertanggungjawab) | RL2 |
| | Komitmen untuk memberikan pelayanan secara konsisten | RL3 |
| Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) | Membantu pelanggan menyelesaikan masalah | RS1 |
| | Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat | RS2 |
| | Memberikan perhatian yang serius, tepat dan segera | RS3 |
| Jaminan (<i>assurance</i>) | Kemampuan menjalin kepercayaan (<i>trust</i>) akan layanan dan keamanan data pelanggan | AS1 |
| | Mampu membangun kepercayaan diri (<i>confidence</i>) pelanggan | AS2 |
| | Kesopanan dalam pelayanan (<i>courtesy</i>) | AS3 |

ServQual yang terdiri dari dimensi Bukti Fisik (*tangible*), Empati (*empathy*), Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), yang kemudian diukur dengan indikator kelengkapan fasilitas layanan, menu dan fitur mudah digunakan penampilan yang menarik dan artistic, kemudahan untuk menghubungi operator, informasi disampaikan dengan bahasa yang dapat dimengerti, mendengarkan tanggapan dan pertanyaan pelanggan, kemampuan menunjukkan kejujuran bukan kebohongan (tepat janji), kemampuan memberikan pelayanan secara akurat dan handal (bertanggungjawab), komitmen untuk memberikan pelayanan secara konsisten, membantu pelanggan menyelesaikan masalah, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, memberikan perhatian yang serius, tepat dan segera, kemampuan menjalin kepercayaan (*trust*) akan layanan dan keamanan data pelanggan, mampu membangun kepercayaan diri (*confidence*) pelanggan dan kesopanan dalam pelayanan (*courtesy*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai *r* hitung (*correlation item total correlation*) dengan *r* tabel dengan ketentuan *degree of freedom* (df)= n-2, yaitu jika *r* hitung > *r* tabel, maka pernyataan tersebut valid, jika *r* hitung < *r* tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid. Pengujian kuesioner dilakukan pada nilai kritis 5% didapat *r* tabel = 0,194 dengan n=100, dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

| Dimensi | Kode Indikator | r Hitung | | r Tabel | Hasil |
|--|----------------|------------|----------|---------|-------|
| | | Ekspektasi | Persepsi | | |
| Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | TA1 | 0,617 | 0,619 | 0,194 | Valid |
| | TA2 | 0,750 | 0,713 | 0,194 | Valid |
| | TA3 | 0,584 | 0,570 | 0,194 | Valid |
| Empati (<i>empathy</i>) | EM1 | 0,662 | 0,608 | 0,194 | Valid |
| | EM2 | 0,668 | 0,623 | 0,194 | Valid |
| | EM3 | 0,455 | 0,430 | 0,194 | Valid |
| Keandalan (<i>reliability</i>) | RL1 | 0,799 | 0,750 | 0,194 | Valid |
| | RL2 | 0,712 | 0,583 | 0,194 | Valid |
| | RL3 | 0,307 | 0,257 | 0,194 | Valid |
| Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) | RS1 | 0,382 | 0,399 | 0,194 | Valid |
| | RS2 | 0,495 | 0,514 | 0,194 | Valid |
| | RS3 | 0,446 | 0,494 | 0,194 | Valid |
| Jaminan (<i>assurance</i>) | AS1 | 0,662 | 0,622 | 0,194 | Valid |
| | AS2 | 0,651 | 0,607 | 0,194 | Valid |
| | AS3 | 0,408 | 0,385 | 0,194 | Valid |

Dari table 4, maka semua atribut dinyatakan valid, nilai *r* hitung pada atribut lebih besar dari nilai *r* tabel. Hal ini berarti semua atribut yang diuji dapat dipertimbangkan oleh semua responden. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas yang diukur dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Tingkat reabilitas dapat diukur dengan membandingkan nilai *Cronbach Alpha*

(α), yaitu jika *Cronbach Alpha* (α) > 0,60 maka reliable, jika *Cronbach Alpha* (α) < 0,60 maka tidak reliable.. Hasil uji reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

| Varibel | <i>Cronbach's Alpha</i> | | Hasil |
|--|-------------------------|----------|----------|
| | Ekspektasi | Persepsi | |
| Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | 0,758 | 0,765 | Reliabel |
| Empati (<i>empathy</i>) | 0,708 | 0,739 | Reliabel |
| Keandalan (<i>reliability</i>) | 0,691 | 0,753 | Reliabel |
| Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) | 0,643 | 0,622 | Reliabel |
| Jaminan (<i>assurance</i>) | 0,695 | 0,722 | Reliabel |

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 5. diatas, menunjukkan bahwa semua atribut nilai cronbach's alpha >0,60 artinya atribut tersebut dinyatakan reliable.

Analisis CSI (*Customer Satisfaction Index*)

Pengukuran terhadap tingkat kepuasan pelanggan sangat diperlukan untuk menentukan sasaran-sasaran di masa yang akan datang dan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dihasilkan oleh suatu atribut. Dalam penghitungan tingkat kepuasan pelanggan digunakan metode Costumer Satisfaction Index (CSI) yang memerlukan skor rata-rata tingkat ekspektasi dan skor rata-rata tingkat persepsi atribut e-learning. Dari penelitian yang sudah dilakukan, berikut adalah tabel atribut ServQual berdasarkan tingkat ekspektasi dan tingkat persepsi kepuasan pengguna

Tabel 6. Atribut SevQual Berdasarkan Tingkat Ekspektasi dan Persepsi

| Dimensi | Kode Indikator | Rata-rata Skor | | GAP |
|--|----------------|----------------|-------------|--------------|
| | | Ekspektasi | Persepsi | |
| Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | TA1 | 4,04 | 4,01 | 0,03 |
| | TA2 | 3,98 | 3,95 | 0,03 |
| | TA3 | 3,66 | 3,55 | 0,11 |
| | | 3,89 | 3,84 | 0,06 |
| Empati (<i>empathy</i>) | EM1 | 3,85 | 3,67 | 0,18 |
| | EM2 | 3,61 | 3,46 | 0,15 |
| | EM3 | 4,05 | 3,95 | 0,10 |
| | | 3,84 | 3,69 | 0,14 |
| Keandalan (<i>reliability</i>) | RL1 | 3,78 | 3,79 | -0,01 |
| | RL2 | 3,62 | 3,67 | -0,05 |
| | RL3 | 4,07 | 4,05 | 0,02 |
| | | 3,82 | 3,84 | -0,01 |
| Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) | RS1 | 3,64 | 3,66 | -0,02 |
| | RS2 | 3,90 | 3,85 | 0,05 |
| | RS3 | 4,37 | 4,31 | 0,06 |
| | | 3,97 | 3,94 | 0,03 |
| Jaminan (<i>assurance</i>) | AS1 | 3,83 | 3,75 | 0,08 |
| | AS2 | 3,69 | 3,56 | 0,13 |

| Dimensi | Kode | Rata-rata Skor | | GAP |
|---------|-----------|----------------|-------------|-------------|
| | Indikator | Ekspektasi | Persepsi | |
| | AS3 | 4,05 | 3,98 | 0,07 |
| | | 3,86 | 3,76 | 0,09 |

Dari Tabel 6 di atas, menunjukkan bahwa nilai rata-rata berdasarkan tingkat ekspektasi dan tingkat persepsi terhadap e-learning di Universitas Al-Ghifari dari indicator kinerja Bukti Fisik rata –rata berada pada kategori puas, walaupun belum mencapai harapan pelanggan/user. Dimensi bukti fisik yang memiliki kesenjangan paling tinggi yaitu terletak pada indikator Penampilan yang menarik dan artistik yaitu sebesar 0,11. Jadi menurut persepsi user, e-learning Universitas Al-Ghifari belum menampilkan tampilan yang menarik dan *eye catching*, sehingga perlu dibenahi.

Pada dimensi Empati, rata-rata pelanggan berada pada kategori puas, namun antara harapan (ekspektasi) dan kinerja (persepsi) memiliki kesenjangan yang masih jauh yaitu sebesar 0,14. Hal ini berarti empati operator belum sesuai harapan user, terutama pada indicator kemudahan untuk menghubungi operator. Jadi menurut persepsi mahasiswa, operator e-learning Universitas Al-Ghifari sulit untuk dihubungi oleh user.

Dimensi keandalan rata-rata kinerja berada pada kategori puas, dan sudah melampaui harapan/ekspektasi pelanggan (user) dimana indicator kemampuan memberikan pelayanan secara akurat dan handal (bertanggungjawab) yang dipandang paling besar pelampauan kinerjanya, dengan pelampauan sebesar 0.05. Namun indicator komitmen untuk memberikan pelayanan secara konsisten pada dimensi keandalan masih memiliki kesenjangan antara kinerja dan harapan. Artinya, walaupun sudah memberikan pelayanan yang akurat dan bertanggungjawab, namun belum dilaksanakan secara konsisten oleh operator e-learning Universitas Al-Ghifari.

Dimensi daya tanggap rata-rata kinerja berada pada kategori puas walaupun belum memenuhi ekspektasi user. Kepuasan tersebut terlihat dari indicator membantu pelanggan menyelesaikan masalah yang sudah melampaui harapan mahasiswa. Adapun indicator yang masih memiliki kesenjangan yaitu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, dan indicator memberikan perhatian yang serius, tepat dan segera. Artinya, walaupun operator sudah memberikan bantuan kepada pelanggan dalam menyelesaikan masalah e-learning, namun dipandang masih belum cepat dan serius dalam memberikan bantuan kepada mahasiswa.

Dimensi jaminan secara rata-rata kinerja sudah berada pada kategori puas, walaupun secara keseluruhan belum memenuhi ekspektasi pelanggan. Indikator yang memiliki kesenjangan terendah yaitu indicator kesopanan dalam pelayanan (*courtesy*), adapun yang memiliki kesenjangan yang paling tinggi antara harapan dan kinerja yaitu indicator mampu membangun kepercayaan diri (*confidence*) pelanggan sebesar 0,13. Artinya, kehadiran e-learning di tengah-tengah pelayanan akademik Universitas Al-Ghifari belum mampu meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa terhadap almamaternya sendiri.

Dari deskripsi tersebut, maka dimensi yang kinerjanya sudah melampaui harapan user yaitu pada dimensi keandalan (kemampuan menunjukkan kejujuran bukan kebohongan, kemampuan memberikan pelayanan secara bertanggungjawab, dan komitmen untuk memberikan pelayanan secara konsisten) yang perlu dipertahankan dalam pengelolaan e-learning Universitas Al-Ghifari, serta perlu ditingkatkan dari sisi konsistensinya dalam memberikan pelayanan terhadap keluhan dan masalah mahasiswa.

Adapun dimensi yang kinerjanya paling rendah dan tidak melampaui harapan user yaitu dimensi empati yang dari temuan penelitian ini disebabkan oleh pandangan mahasiswa bahwa mahasiswa masih kesulitan untuk menghubungi operator, informasi disampaikan belum menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh mahasiswa, serta operator kurang respon dalam mendengarkan tanggapan dan pertanyaan dari pelanggan.

Selanjutnya dilakukan analisis menggunakan CSI terhadap ServQual yang terdiri dari dimensi Bukti Fisik (*tangible*), Empati (*empathy*), Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*) Jaminan (*assurance*), yang kemudian diukur dengan indicator kelengkapan fasilitas layanan, menu dan fitur mudah digunakan penampilan yang menarik dan artistic, kemudahan untuk menghubungi operator, informasi disampaikan dengan bahasa yang dapat dimengerti, mendengarkan tanggapan dan pertanyaan pelanggan, kemampuan menunjukkan kejujuran bukan kebohongan (tepat janji), kemampuan memberikan pelayanan secara akurat dan handal (bertanggungjawab), komitmen untuk memberikan pelayanan secara konsisten, membantu pelanggan menyelesaikan masalah, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, memberikan perhatian yang serius, tepat dan segera, kemampuan menjalin kepercayaan (*trust*) akan layanan dan keamanan data pelanggan, mampu membangun kepercayaan diri (*confidence*) pelanggan dan kesopanan dalam pelayanan (*courtesy*) memperoleh hasil nilai rata-rata dari setiap masing-masing atribut yang selanjutnya digunakan untuk menghitung *Costumer Satisfaction Index* (CSI). Hal ini dapat dilihat dari table sebagai berikut :

Tabel 7. Analisis *Costumer Satisfaction Index* (CSI)

| Dimensi | Kode Indikator | MIS | Importance WF | MSS | WS |
|--|----------------|------|---------------|------|---------------|
| Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | TA1 | 4,04 | 6,95 | 4,01 | 27,86 |
| | TA2 | 3,98 | 6,85 | 3,95 | 27,04 |
| | TA3 | 3,66 | 6,30 | 3,55 | 22,35 |
| Empati (<i>empathy</i>) | EM1 | 3,85 | 6,62 | 3,67 | 24,30 |
| | EM2 | 3,61 | 6,21 | 3,46 | 21,48 |
| | EM3 | 4,05 | 6,97 | 3,95 | 27,52 |
| Keandalan (<i>reliability</i>) | RL1 | 3,78 | 6,50 | 3,79 | 24,64 |
| | RL2 | 3,62 | 6,23 | 3,67 | 22,85 |
| | RL3 | 4,07 | 7,00 | 4,05 | 28,35 |
| Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) | RS1 | 3,64 | 6,26 | 3,66 | 22,91 |
| | RS2 | 3,9 | 6,71 | 3,85 | 25,83 |
| | RS3 | 4,37 | 7,52 | 4,31 | 32,40 |
| Jaminan (<i>assurance</i>) | AS1 | 3,83 | 6,59 | 3,75 | 24,70 |
| | AS2 | 3,69 | 6,35 | 3,56 | 22,59 |
| | AS3 | 4,05 | 6,97 | 3,98 | 27,72 |
| WMT | | | | | 382,55 |
| CSI (%) | | | | | 76,51% |

Pada Tabel 7, dapat dilihat bahwa nilai *Costumer Satisfaction Index* (CSI) e-learning Universitas Al-Ghifari adalah 76,51%. Nilai *Costumer Satisfaction Index* (CSI) ini diperoleh dengan membagi nilai *Weighting Total* dengan skala maksimum yang digunakan dalam penelitian ini (skala maksimum 5), kemudian dikalikan 100%. Pada

atribut yang memiliki nilai *Weighted Score* (WS) tertinggi adalah atribu memberikan perhatian yang serius, tepat dan segera pada dimensi daya tanggap, artinya pemberian perhatian yang serius, tepat dan segera memberikan kepuasan yang sangat diharapkan oleh pelanggan. Pada atribut yang memiliki nilai *Weighted Score* (WS) terendah adalah atribut informasi disampaikan dengan bahasa yang dapat dimengerti pada dimensi empati, artinya informasi disampaikan dengan bahasa yang dapat dimengerti kurang memberikan kepuasan yang sangat diharapkan oleh pelanggan, karena informasi yang diberikan oleh operator masih belum bersifat informatif dan mudah dimengerti.

Nilai indeks kepuasan pelanggan berada pada kriteria puas, pihak pengelola e-learning masih harus meningkatkan kinerjanya karena dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 76,51% berarti masih ada 23,49% mahasiswa yang belum mampu dipuaskan sepenuhnya dalam penggunaan e-learning. Oleh sebab itu, Universitas Al-Ghifari perlu menelusuri dimensi kepuasan pelanggan lain yang berpengaruh terhadap atribut-atribut kinerja e-learning yang belum diukur dalam penelitian ini, selain itu tingkat kepuasan pelanggan dapat berubah tiap waktu, tergantung dari tingkat kepentingan yang dibutuhkan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan kinerja dari kualitas pelayanan penerapan e-learning pada kampus Universitas Al-Ghifari Bandung telah berada pada kategori baik atau puas dengan nilai rata-rata kesenjangan *servqual* sebesar 0,06. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi yang kinerjanya sudah melampaui harapan user yaitu pada dimensi keandalan yang perlu dipertahankan dalam pengelolaan e-learning Universitas Al-Ghifari, serta perlu ditingkatkan dari sisi konsistensinya dalam memberikan pelayanan terhadap keluhan dan masalah mahasiswa. Adapun dimensi yang kinerjanya paling rendah dan tidak melampaui harapan user yaitu dimensi empati yang dikarenakan mahasiswa masih kesulitan untuk menghubungi operator, informasi disampaikan belum menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh mahasiswa, serta operator kurang respon dalam mendengarkan tanggapan dan pertanyaan dari pelanggan.

Hasil analisis metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh bahwa atribut memberikan perhatian yang serius, tepat dan segera pada dimensi daya tanggap, memberikan pengaruh paling tinggi terhadap kepuasan yang sangat diharapkan oleh pelanggan. Atribut informasi disampaikan dengan bahasa yang dapat dimengerti pada dimensi empati memberikan pengaruh yang masih rendah terhadap kepuasan yang sangat diharapkan oleh pelanggan. Selanjutnya, diperoleh nilai CSI sebesar 76,51% yang dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pengguna merasa puas terhadap kinerja dari atribut-atribut *ServQual* dalam penerapan e-learning di Universitas Al-Ghifari selama masa adaptasi kebiasaan baru pandemic covid-19.

Pada prospek penelitian lebih lanjut, perlu adanya pengembangan responden yang diperluas pada persepsi dosen sebagai salah satu user e-learning sehingga mampu memberikan penilaian yang lebih detail yang dapat meningkatkan kualitas kinerja penerapan e-learning di Universitas Al-Ghifari. Selain itu juga perlu dilakukan pengembangan kapasitas sumber daya manusia pengelola e-learning berbasis e-service, pengembangan e-learning yang memiliki tampilan yang menarik dan berbasis kompetensi skema KKNi sehingga kedepan pembelajaran daring mampu memberikan jaminan bagi mahasiswa untuk bersaing di dunia usaha, serta pengembangan penelitian tentang adaptasi kebiasaan mahasiswa dalam menggunakan e-learning melalui literasi manajemen digital untuk menghadapi era industry 4.0 dan society 5.0.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboagye, E., Yawson, J. A., & Appiah, K. N. (2021). COVID-19 and E-learning: The challenges of students in tertiary institutions. *Social Education Research*, 1–8.
- Al-Fraihat, D., Joy, M., & Sinclair, J. (2020). Evaluating E-learning systems success: An empirical study. *Computers in Human Behavior*, 102, 67–86.
- Almaiah, M. A., Al-Khasawneh, A., & Althunibat, A. (2020). Exploring the critical challenges and factors influencing the E-learning system usage during COVID-19 pandemic. *Education and Information Technologies*, 25, 5261–5280.
- Aparicio, M., Bacao, F., & Oliveira, T. (2017). Grit in the path to e-learning success. *Computers in Human Behavior*, 66, 388–399.
- Cidral, W. A., Oliveira, T., Di Felice, M., & Aparicio, M. (2018). E-learning success determinants: Brazilian empirical study. *Computers & Education*, 122, 273–290.
- Cope, B., & Kalantzis, M. (2017). *E-learning ecologies: Principles for new learning and assessment*. Taylor & Francis.
- Favale, T., Soro, F., Trevisan, M., Drago, I., & Mellia, M. (2020). Campus traffic and e-Learning during COVID-19 pandemic. *Computer Networks*, 176, 107290.
- Group, W. H. O. W. (2006). Nonpharmaceutical interventions for pandemic influenza, national and community measures. *Emerging Infectious Diseases*, 12(1), 88.
- Hermanto, A., Supangat, S., & Mandita, F. (2017). Evaluasi Usabilitas Layanan Sistem Informasi Akademik Berdasarkan Kombinasi ServQual dan Webqual Studi Kasus: SIAKAD Politeknik XYZ. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 3(1), 33–39.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Metodologi Penelitian*, 2.
- Idayati, I., Kesuma, I. M., Aprianto, R., & Suwarno, S. (2020). The Effect of Service Quality on Citizen's Expectation Through Dimension of Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness and Assurance (TERRA). *SRIWIJAYA INTERNATIONAL JOURNAL OF DYNAMIC ECONOMICS AND BUSINESS*, 4(3), 241–252.
- Long, P., O'Connor, A., & Tuyen, P. D. (2017). The development and measurement of a Customer Satisfaction Index (E-CSI) in electronic banking: An application to the Central Vietnam Region. *International Journal of Strategic Decision Sciences (IJSDS)*, 8(3), 45–58.
- Mseleku, Z. (2020). A literature review of E-learning and E-teaching in the era of Covid-19 pandemic. *SAGE*, 57(52), 588–597.
- Nielsen, J. (2016). Nielsen norman group. *Internet: [Https://Www. Nngroup. Com](https://www.nngroup.com)*, 24.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *1988*, 64(1), 12–40.
- Pham, H.-H., & Ho, T.-T.-H. (2020). Toward a 'new normal' with e-learning in Vietnamese higher education during the post COVID-19 pandemic. *Higher Education Research & Development*, 39(7), 1327–1331.

- Qualls, N., Levitt, A., Kanade, N., Wright-Jegede, N., Dopson, S., Biggerstaff, M., Reed, C., Uzicanin, A., Group, C. D. C. C. M. G. W., & Group, C. D. C. C. M. G. W. (2017). Community mitigation guidelines to prevent pandemic influenza—United States, 2017. *MMWR Recommendations and Reports*, 66(1), 1.
- Rahmat, Taufiq. (2020). Peranan Branding Promotion Wonderful Indonesia Pada Asean Tourism Forum (ATF) dalam Meningkatkan Pariwisata di Indonesia. *KarismaPro: Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Rahmat, T, Nuryani, E., Siswanto, D., & Undang, G. (2021). {ServQual} and {WebQual} 4.0 for usability check academic information system of private university. *Journal of Physics: Conference Series*, 1869(1), 12097. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1869/1/012097>
- Raude, J., & Setbon, M. (2009). Lay perceptions of the pandemic influenza threat. *European Journal of Epidemiology*, 24(7), 339–342.
- Ryu, S., Gao, H., Wong, J. Y., Shiu, E. Y. C., Xiao, J., Fong, M. W., & Cowling, B. J. (2020). Nonpharmaceutical measures for pandemic influenza in nonhealthcare settings—international travel-related measures. *Emerging Infectious Diseases*, 26(5), 961.
- Seebode, J. (2015). *Emotional feedback for mobile devices*. Springer.
- Sinnun, A. (2017). Analisis Kepuasan Pengguna LMS Berbasis Web Dengan Metode Servqual, IPA dan CSI. *Jurnal Informatika*, 4(1).
- Sugiyono, M. S. (2018). *Metodologi Penelitian Dilengkapi dengan Metode R&D*. Deepublish.
- Tristiyanto, T., Saputri, D., & Iqbal, M. (2020). Implementasi Metode Webqual dan Customer Satisfaction Index Untuk Mengevaluasi Website Perguruan Tinggi Negeri di Bandar Lampung. *Kumpulan Jurnal Ilmu Komputer (KLIK)*, 7(1), 57–69.