

Analisis Kelayakan *Website* Penjualan Aksesoris dan Peralatan Komputer pada Toko Sentra Computer

Alinsa Novsagita

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
Alinsanovsagita7@gmail.com

Abstract

The growth of websites in Indonesia is growing very rapidly, marked by various new websites that continue to emerge, one of which is Sentracomputer.Com, which is a website or online media for selling computer accessories and equipment. The Sentracomputer.com website presents various kinds of accessories and electronic equipment at once with prices that are directly displayed so that it can make it easier for users to determine the products they need. Sentrakomputer.Com is a website that was developed to increase sales efficiency where initially everyone who needed computer accessories and equipment had to buy directly, but with the existence of the website, everyone can now buy online without having to come directly. Sentrakomputer.com is a website that is developed in accordance with changes in people's attitudes where currently people tend to switch to online-based shopping activities because they are considered easier without having to come directly to the location that sells their needs. With the sentracomputer.com website, everyone can buy their needs without having to come to the location directly and this certainly makes it easier for them because it can be done from anywhere and anytime. A website must of course have a quality that meets the criteria so that it can be said to be a good and decent website. The quality of the website will greatly affect user satisfaction where the higher the quality of the website, the more users will access the website. Conversely, if the website has poor quality and feasibility, users tend not to access the website because they will not get satisfaction and convenience, so in this case the author is very interested in analyzing the feasibility of the website selling accessories and computers at the Sentra Komputer store.

Keywords: *Analysis; Feasibility; Website; Sentracomputer.com*

Abstrak

Pertumbuhan *website* di Indonesia berkembang sangat pesat ditandai dengan berbagai *website-website* baru yang terus bermunculan salah satunya adalah Sentracomputer.Com yang merupakan *website* atau media *online* penjualan aksesoris dan peralatan komputer. *Website* Sentracomputer.com menyajikan berbagai macam aksesoris dan peralatan elektronik sekaligus dengan harga yang langsung ditampilkan sehingga dapat memudahkan user/penggunanya dalam menentukan produk yang mereka butuhkan. Sentrakomputer.Com adalah *website* yang dikembangkan guna meningkatkan efisiensi penjualan dimana pada awalnya setiap orang yang membutuhkan aksesoris dan peralatan komputer harus membeli secara langsung, namun dengan adanya *website* saat ini setiap orang dapat membeli secara *online* tanpa harus datang secara langsung. Sentrakomputer.com merupakan sebuah *website* yang dikembangkan sesuai dengan perubahan sikap masyarakat dimana saat ini masyarakat lebih cenderung beralih pada aktivitas belanja berbasis *online* karena dianggap lebih mudah tanpa harus datang langsung ke lokasi yang menjual keperluan mereka. Dengan adanya *website* sentracomputer.com setiap orang dapat membeli kebutuhan mereka tanpa harus datang ke lokasi secara langsung dan hal ini tentunya memudahkan mereka karena dapat dilakukan darimana saja dan kapan saja. Sebuah *website* tentunya harus memiliki kualitas yang terpenuhi kriterianya sehingga dapat dikatakan sebagai *website* yang baik dan layak. Kualitas *website* akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dimana semakin tinggi kualitas *website* maka akan semakin banyak user yang mengakses *website* tersebut. Sebaliknya apabila *website* memiliki kualitas dan kelayakan yang buruk maka user/pengguna cenderung tidak akan mengakses *website* tersebut karena tidak akan mendapatkan kepuasan dan kemudahan sehingga dalam hal ini penulis sangat tertarik untuk menganalisis kelayakan *website* penjualan aksesoris dan komputer pada toko Sentra Komputer.

Kata kunci: *Analisis; Kelayakan; Website; Sentracomputer.com*

1. Pendahuluan

Sentra Komputer merupakan toko penjualan aksesoris dan peralatan komputer yang terletak di Jl. Mayor Salim Batubara 87 Kupang TebaTeluk Betung Utara Bandar Lampung. awalnya toko Sentra Komputer melakukan penjualan secara offline dimana konsumen harus datang langsung untuk melakukan pembelian, seiring dengan perkembangan teknologi dalam dunia bisnis yang sangat cepat, dengan berbagai kondisi yang harus dihadapi para pebisnis untuk mengembangkan bisnisnya dan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Salah satu cara untuk mengembangkan bisnis adalah dengan memperhatikan kenyamanan, kemudahan dan kepuasan konsumen sehingga

diperlukan sebuah inovasi guna mencapai harapan tersebut, salah satu inovasi yang dikembangkan adalah sebuah *website* yang merupakan kumpulan dari halaman-halaman *Web* yang mengandung berbagai macam informasi yang ditampilkan dalam bentuk teks, gambar, foto, video atau multimedia (Ahmad, 2019).

Sejak 2018 toko Sentra Komputer menyediakan layanan *website* guna memudahkan user dalam melakukan pembelian. *Website* Sentracomputer.Com menyajikan berbagai macam aksesoris dan peralatan elektronik sekaligus dengan harga yang langsung ditampilkan sehingga dapat memudahkan user dalam menentukan produk yang mereka butuhkan. Sentrakomputer.Com adalah *website* yang dikembangkan guna meningkatkan efisiensi penjualan dimana setiap orang yang membutuhkan aksesoris dan peralatan komputer dapat membeli secara *online* kapan saja dan dimana saja tanpa harus datang secara langsung ke lokasi penjual.

Pada prakteknya, *website* Sentracomputer.Com masih dijumpai beberapa kekurangan, yang menjadi pusat perhatian penulis seperti *system website* yang kurang optimal dimana konsumen kurang puas karena belum dapat melakukan pembelian secara *online* melalui *website* melainkan harus konfirmasi via *whatsapp* terlebih dahulu kepada penjual untuk melakukan pembelian. Meski demikian, ternyata terdapat beberapa konsumen yang menyatakan bahwa meskipun dalam melakukan pembelian harus konfirmasi via *whatsapp* terlebih dahulu namun user sudah cukup mudah dan mendapatkan pelayanan yang baik sehingga menimbulkan *confused* apakah sebuah *website* yang belum bisa melakukan pembelian secara *online* menjadi suatu permasalahan. Selain itu terdapat beberapa user yang mengeluhkan tampilan *website* dan kesulitan dalam menggunakan *website* Sentracomputer.com, namun apakah hal ini menjadi sebuah masalah yang akan mempengaruhi tingkat penjualan aksesoris dan peralatan komputer yang disediakan di *website* tersebut.

Sebuah *website* tentunya harus memiliki kualitas yang terpenuhi kriterianya sehingga dapat dikatakan sebagai *website* yang baik dan layak (Murhada & Yo Ceng Giap, 2019). Kualitas *website* akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (*usability*), semakin tinggi kualitas *website* maka akan semakin banyak user yang mengakses *website* tersebut. Kepuasan pengguna merupakan “sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu dengan efektif, efisien, dan memuaskan dalam konteks penggunaan tertentu.” Sebuah *website* yang *usable* atau mudah digunakan akan memungkinkan pengunjung untuk menemukan informasi atau melakukan transaksi tanpa kesulitan yang berkontribusi pada kepuasan pengguna dan peningkatan konversi penjualan (Nielsen, 1993).

Kualitas sebuah *website* tentunya akan memberikan pengalaman terhadap pengguna. Pengalaman pengguna yang baik sangat bergantung pada desain visual, alur navigasi, serta kecepatan dan keamanan situs tersebut (Hassenzahl, 2010). Kualitas sebuah *website* bergantung pada desain visual dimana desain sebuah *website* yang baik adalah desain yang meminimalkan kerumitan dan mempermudah pengguna (Krug, 2014). *Website* yang memiliki kualitas dan kelayakan yang baik tentunya akan memberikan persepsi nilai yang akan memberikan keputusan pembelian terhadap pengguna sebagaimana. Sebuah *website* tentunya harus memiliki kualitas yang terpenuhi kriterianya sehingga dapat dikatakan sebagai *website* yang baik dan layak sehingga kualitas *website* perlu dianalisis sebelum digunakan secara luas.

2. Kerangka Teori

2.1. Teori Usability

Usability merupakan salah satu aspek utama dalam mengevaluasi kelayakan atau kualitas sebuah *website*. Nielsen (1993) mendefinisikan *usability* sebagai “sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu dengan efektif, efisien, dan memuaskan dalam konteks penggunaan tertentu.” Sebuah *website* yang *usable* atau mudah digunakan akan memungkinkan pengunjung untuk menemukan informasi atau melakukan transaksi tanpa kesulitan, yang berkontribusi pada kepuasan pengguna dan peningkatan konversi penjualan.

2.2. Teori User Experience

User Experience (UX) adalah pengalaman yang dirasakan pengguna ketika berinteraksi dengan produk, dalam hal ini adalah *website*. Hassenzahl (2010) mengemukakan bahwa *User Experience* adalah keseluruhan pengalaman yang dimiliki pengguna dengan produk, yang mencakup aspek emosional dan kognitif. Sebuah pengalaman pengguna yang baik sangat bergantung pada desain visual, alur navigasi yang intuitif, serta kecepatan dan keamanan situs.

2.3. Teori Desain Web yang Efektif

Desain web yang efektif berfokus pada menciptakan *website* yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional dan *user-friendly*. Krug (2014) dalam bukunya “Don’t Make Me Think” menyatakan bahwa desain *website* yang baik adalah desain yang meminimalkan kerumitan dan mempermudah pengguna untuk mencapai

tujuannya. Dalam hal ini, desain yang jelas, navigasi yang sederhana, dan fokus terhadap pengguna menjadi elemen kunci untuk memastikan *website* dapat digunakan dengan nyaman.

2.4. Teori E-Commerce dan Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dalam *E-commerce* dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk persepsi terhadap *website*, kemudahan bertransaksi, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Schiffman dan Kanuk (2010) menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi nilai, kebutuhan, serta faktor emosional yang tercipta selama proses berbelanja. Ulasan dan rekomendasi *online*, serta kemudahan bertransaksi berperan penting dalam mendorong keputusan pembelian konsumen (Dube, Hitsch, dan Chintagunta, 2010).

3. Metodologi

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud memahami fenomena yang dialami subjek oleh penelitian, misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah. dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Sugiyono, 2014).

Metode pendekatan yang digunakan adalah metode survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data (Sugiyono, 2014). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling* yaitu responden yang dipilih hanya orang-orang yang memiliki kriteria tertentu dengan kata lain yang dapat dijadikan sampel hanya orang-orang yang berkaitan dengan topik pembahasan (Maleong, 2010). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah administrator *website* Sentracomputer.Com dan beberapa user/pengguna *website* Sentracomputer.com sebagai perbandingan sehingga data yang diperoleh akan relevan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi, yaitu mengadakan pengamatan langsung ke lokasi penelitian, yaitu pada *website* Sentracomputer.Com, teknik wawancara, yaitu melakukan percakapan dengan dan untuk maksud tertentu, yaitu dengan administrator *website* Sentracomputer.Com untuk memperoleh informasi tentang permasalahan yang ada.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model Miles dan Huberman yang terbagi dalam beberapa tahap yaitu Reduksi data adalah tahap penyederhanaan data sesuai dengan kebutuhan agar mudah mendapatkan informasi. Data yang sudah dikumpulkan akan dikategorikan atau dikelompokkan menjadi data yang sangat penting, kurang penting, dan tidak penting.

Selanjutnya peneliti bisa menyimpan mana data yang perlu dan membuang data yang tidak perlu untuk penelitian. Dengan begitu data akan lebih sederhana dan jelas sehingga mudah ke tahap selanjutnya, Penyajian data dilakukan untuk menampilkan data yang sudah direduksi ke dalam bentuk grafik, chart, dan lainnya. Tujuannya agar lebih mudah disampaikan dan dipahami oleh pihak lain. Ini juga akan memudahkan pembaca dalam menyerap informasi yang terdapat dalam data.

Penarikan kesimpulan atau *conclusion drawing* adalah informasi yang diperoleh dari data yang sudah disusun dan dikelompokkan yang kemudian disajikan menggunakan teknik tertentu. Kesimpulan dapat diletakkan paling akhir atau sebagai penutup sehingga pembaca dapat menemukan kesimpulan dari seluruh penelitian (Milles dan Huberman, 1992).

4. Hasil Dan Pembahasan

Kualitas *website* adalah hal yang sangat perlu diperhatikan oleh semua yang melakukan proses penjualan secara *online*, salah satunya online travel agent. Tidak hanya dilihat dari kemasannya yang menarik, tetapi bagaimana membuat konsumen berpikir bahwa apa yang mereka butuhkan dapat mereka temukan dalam *website* tersebut, sehingga pelanggan akan merasa puas. Kualitas *website* merupakan faktor yang sangat penting dalam pemasaran dan penjualan secara online dan memiliki nilai tersendiri bagi konsumen. *Website* yang baik memiliki kualitas operasional yang memungkinkan pembeli untuk melakukan aktivitas *e-shopping* dengan mudah dan efisien.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan penulis, *website* *sentracomputer.com* merupakan sebuah situs penjualan berbasis online yang pada prakteknya *website* *sentracomputer.com* belum dapat melakukan pembelian secara online melalui layanan *website* melainkan pembeli harus melakukan konfirmasi terlebih dahulu kepada penjual sehingga memberikan pengalaman yang kurang memuaskan terhadap pengguna. Meski demikian, ternyata berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa pengguna *website* *sentracomputer.com*, terdapat beberapa konsumen yang menyatakan bahwa meskipun mereka tidak dapat melakukan pembelian secara langsung melalui layanan *website* dan harus melakukan konfirmasi via *whatsapp* terlebih dahulu namun user sudah cukup puas karena tetap mendapatkan pelayanan yang baik.

Desain *website* *sentracomputer.com* cukup baik karena informasi yang dimuat didalamnya dapat memenuhi kebutuhan konsumen seperti jenis barang, ketersediaan stok, harga barang, hingga spesifikasi produk yang dijual, berdasarkan hasil wawancara, *website* *sentracomputer.com* cukup mudah untuk digunakan (*usability*).

Kualitas *website* *sentracomputer.com* dapat dikatakan sudah cukup baik meskipun masih terdapat kekurangan yaitu *website* *sentracomputer.com* belum mampu melakukan pembelian melalui layanan *website*, meski demikian faktanya pengguna tidak merasa keberatan dan tidak menjadi masalah yang besar karena pengguna tetap dapat melakukan transaksi pembelian dengan cukup mudah dengan konfirmasi via *whatsapp*, hal ini diperkuat dengan beberapa hasil wawancara yang menyatakan bahwa meskipun tidak dapat melakukan pembelian secara langsung melalui layanan *website* namun pengguna tetap mendapatkan pelayanan yang baik dan barang yang berkualitas sehingga hal ini memberikan pengalaman (*user experience*) yang baik terhadap pengguna sehingga mendorong pengguna untuk melakukan pembelian secara berulang.

5. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas *website* *sentracomputer.com* dapat dikatakan sudah cukup baik meskipun masih terdapat kekurangan yaitu *website* *sentracomputer.com* belum mampu melakukan pembelian melalui layanan *website*, meski demikian faktanya pengguna tidak merasa keberatan dan tidak menjadi masalah yang besar karena pengguna tetap dapat melakukan transaksi pembelian dengan cukup mudah dengan konfirmasi via *whatsapp*. Desain *website* *sentracomputer.com* cukup baik karena informasi yang dimuat didalamnya dapat memenuhi kebutuhan konsumen seperti jenis barang, ketersediaan stok, harga barang, hingga spesifikasi produk yang dijual, berdasarkan hasil wawancara, *website* *sentracomputer.com* cukup mudah untuk digunakan (*usability*), hal ini diperkuat dengan beberapa hasil wawancara yang menyatakan bahwa meskipun tidak dapat melakukan pembelian secara langsung melalui layanan *website* namun pengguna tetap mendapatkan pelayanan yang baik dan barang yang berkualitas sehingga hal ini memberikan pengalaman (*user experience*) yang baik terhadap pengguna sehingga mendorong pengguna untuk melakukan pembelian secara berulang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Pemilik Toko Sentra Computer yang telah mengizinkan penelitian ini dilakukan, terima kasih kepada pegawai Sentra Computer yang telah turut membantu hingga pelaksanaan kegiatan dapat dijalankan secara sukses.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel jurnal

- Ahmad, Robi & Rosliana, 2019. Perkembangan teknologi komunikasi dan kesenjangan informasi. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13 (1): 137-149.
- Arifin, S. R., Nugroho, E., & Hantono, B. S., 2015. Analisis Kualitas Layanan Website Universitas Hasanuddin Dengan Metode Webqual 4.0 Modifikasi. *JurnalTEKNOMATIKA*, 8 (1): 81-92.
- Arifin, Z., 2017. Kriteria Instrumen dalam suatu Penelitian. *Jurnal Theorems (The Original Research of Mathematics)*. 2 (1) : 28-36.
-

- Diana, & Veronika, N. D., 2018. Analisis Kualitas Website Provinsi Bengkulu Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Pseudocode*, 1 (1): 2355-5920.
- Damayanti, A. S., Mursityo, Y. T., & Herlambang, A. D., 2018. Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi Tapp Market Menggunakan Metode EUCS (End User Computing Satisfaction). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2 (11): 4833–4839.
- Davis, F. D., 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13 (3); 319–339.
- Desy S. & Burhanudin, 2016. Analisa Kualitas Website Stmik Bina Mulia Palu Menggunakan Framework Webqual, *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2 (2): 53-64.
- Hasan, L., 2014. Evaluating the Usability of Educational Websites Based on Students' Preferences of Design Characteristics. *International Arab Journal of E- Technology*, 2 (3) :223-246.
- Heti Mulyani & Nurmawati, 2023. Analisis Kualitas Website dengan Metode Webqual (Studi Kasus : Website Politeknik Enjinereng Indorama), *Jurnal RAMATEKNO*, 3 (1): 81-87.
- Husain, T., & Budiyantra, 2018. Analisis End-User Computing Satisfaction (EUCS) Dan WebQual 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 4(2): 164–176.
- Kurniawati, R. A., Kusyanti, A., & Mursityo, Y. T., 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Mister Aladin Dengan Menggunakan Webqual 4.0. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(3): 1151–1160.
- Nugroho, A. K., & Sari, P. K., 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *E-Proceeding of Management*, 3 (3): 2930–2937.
- Ngafifi, M., 2014. Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan*, 2 (1): 33-47.
- Rezkiyani, A. Y., 2018. Pengukuran Kualitas Website Unit Pengembangan Karir dan Kewirausahaan Universitas Brawijaya Menggunakan Metode WebQual. *Jurnal Pengembangan Tteknologi dan Informasi*, 2 (2), 523-532.
- Shahizan, H., & Feng, L., 2005. Evaluating the Usability and Content Usefulness of Web Sites: A Benchmarking Approach. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 3(2): 46.
- Sanjaya, Imam. 2016. Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian KOMINFO dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM*, 14 (1): 223-227.
- Syaifullah & Soemantri, 2016. Pengukuran Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual 4.0 (Studi Kasus: CV. Zamrud Multimedia Network). *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(1): 19–25.
- Utami, IS, & Setiadi, H., 2021. Analysis The Effect of Website Quality on User Satisfaction with The WebQual 4.0 Method and Importance-Performance Analysis (IPA)(Case Study: SPMB Sebelas, *Journal of Physics: Conference Series*, 2 (2) : 25-29.
- Warjiyono, W., & Hellyana, C. M., 2018. Pengukuran Kualitas Website Pemerintah Desa Jagalempeni Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(2): 139.
- Yudistira, B. T. Hanggara, and H. M. Az-Zahra, 2020. Pengukuran Kualitas Website Program Studi Sistem Informasi Menggunakan Metode WebQual dan Importance and Performance Analysis, *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 4 (10): 3571–3579.
- Yazid, M. A., Wijoyo, S. H., & Rokhmawati, R. I., 2019. Evaluasi Kualitas Aplikasi Ruangguru Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode EUCS (End- User Computing Satisfaction) dan IPA (Importance Performance Analysis). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(9): 8496– 8505.

Buku

Dumas, Joseph S. dan Janice C. Redish, 1999. *A Practical Guide to Usability Testing. Revised Edition.* Bethesda, USA: Redish & Associates, Inc.

Kotler, P., 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Jakarta: PT. Indeks.

Lexy J. Moleong, 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Milles dan Huberman, 1992. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Murhada & Yo Ceng Giap, 2019. *Pengantar Teknologi Informasi*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A, Berry, L.L., 1990. *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.