

INTISARI

Latar belakang: Di tengah era JKN, pelayanan kesehatan swasta seperti klinik gigi yang belum bekerjasama dengan BPJS perlu memiliki strategi promosi agar tetap mendapatkan pasien. Promosi berbasis internet sangat penting bagi klinik gigi swasta untuk mempromosikan layanan kepada konsumen secara luas (Jurišić, 2018). Penggunaan *website* menjadi media pemasaran yang teruji ampuh, murah, cepat dan tepat digunakan saat ini. *Website* perlu mendapat perhatian karena dapat membentuk kesan pertama pada pengguna. Tampilan dan isi *website* dapat membuka potensi untuk mendapatkan perhatian pengguna maupun konsekuensi hilangnya peluang. Sejauh ini belum ada penelitian mengenai kualitas *website* klinik gigi di Indonesia, khususnya klinik gigi swasta. Evaluasi kualitas *website* dan pengembangan *website* berdasarkan sudut pandang pengguna dapat menjadi langkah awal untuk membuka jalan informasi calon pasien dan mempertahankan pasien lama.

Tujuan: mengembangkan *website* Syaify Dental dari sudut pandang pengguna.

Metode: Desain penelitian yang digunakan adalah *action research*. Tahap *diagnosing action* dilakukan pengambilan data primer dan data sekunder. Pengambilan data primer dengan kuesioner *WebQual 4.0* sebanyak 84 responden dan wawancara mendalam pada empat responden yaitu pemilik Klinik Syaify Dental, pengelola internal *website* Klinik Syaify Dental, pasien lama dan pasien baru Klinik Syaify Dental. Data kuesioner akan diolah untuk mendapatkan *WebQual Index (WQI) website* dan *importance-performance analysis (IPA)*. Pengambilan data sekunder dari laporan *google analytics* dan *cpanel website* Syaify Dental. Tahap awal ini akan menentukan tahapan selanjutnya yaitu *planning action, taking action* dan *evaluation* dengan cara pengukuran kembali skor *webqual index*.

Hasil dan kesimpulan: skor *webqual index (WQI) website* Syaify Dental sebelum pengembangan adalah 0,4719 (<1,00 skor maksimum). Hasil *importance-performance analysis* menunjukkan indikator pemahaman interaksi (US_2), kemudahan navigasi (US_3), dan kelengkapan fitur (US_7) menjadi prioritas utama karena memiliki *importance* yang tinggi sedangkan kinerja dinilai rendah oleh responden. *Website Syaify Dental* setelah pengembangan berdasarkan sudut pandang pengguna mengalami peningkatan skor *WebQual Index* menjadi 0,710.

Kata kunci: *website, webqual index, IPA, webqual 4.0, action research*

ABSTRACT

Background: *In the middle of the JKN era, private health services such as dental clinics that have not collaborated with BPJS need to have a promotion strategy to keep getting patients. Internet-based marketing is very important for private dental clinics to promote services to consumers widely (Jurišić, 2018). The use of the website into a marketing medium that is proven effective, cheap, fast and appropriate to use today. Website needs attention because it can form a first impression on users. The appearance and content of the website can open up the potential to get users attention and the consequences of lost opportunities.. So far there has been no research on the quality of dental clinic websites in Indonesia, especially private dental clinics. Website quality evaluation and website development based on the user's perspective can be the first step to open the path of prospective patient information and retain old patients.*

Objective: *developing the Syaify Dental website from the user's perspective.*

Method: *The research design used was action research. The diagnosing action stage involves taking primary and secondary data. Retrieval of primary data using WebQual 4.0 questionnaire was 84 respondents and in-depth interviews with four respondents namely the owner of the Syaify Dental Clinic, internal manager of the Syaify Dental Clinic website, old patients and new patients of the Syaify Dental Clinic. Questionnaire data will be processed to obtain a WebQual Index (WQI) website and importance-performance analysis (IPA). Retrieval of secondary data from google analytics reports and cpanel of Syaify Dental's website. This initial stage will determine the next stage, namely planning action, taking action and evaluation by re-measuring the webqual index score.*

Results: *Syaify Dental's website webqual index (WQI) score before development was 0.4719 (< 1,00 the maximum score). The results of importance-performance analysis show indicators of interaction understanding (US_2), ease of navigation (US_3), and feature completeness (US_7) are the main priorities because they have high importance while the performance is considered low by respondents. The Syaify Dental website after development based on the user's perspective has increased the WebQual Index score to 0.710.*

Keywords: *website, webqual index, IPA, webqual 4.0, action research*