

ABSTRAK

Website prakerja.karier.mu adalah platform digital Karier.mu yang bekerja sama dengan pemerintah untuk mendukung pelaksanaan program Kartu Prakerja dengan menawarkan beragam pelatihan dari mitra lembaga pelatihan. *Website* prakerja.karier.mu memiliki target untuk menjadi yang terunggul, tetapi pada kenyataannya mengalami kesulitan bersaing dengan pesaing yang hanya berperan sebagai *marketplace* tanpa menjadi platform khusus penyedia pelatihan, hal tersebut ditunjukkan dengan rendahnya penjualan dari tahun 2020 hingga 2023, rendahnya *traffic and engagement* pada bulan September hingga November 2023 dan terdapat keluhan mengenai layanan *website* yang belum optimal yang teridentifikasi melalui survei terbuka. Kondisi ini mencerminkan bahwa *website* belum menjadi pilihan utama dan belum sepenuhnya memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan pengguna.

Untuk memperbaiki kualitas *website*, maka dilakukan penelitian mengenai perbaikan atribut kebutuhan layanan *website* dengan menggunakan pendekatan metode *website quality* dan model Kano. Berdasarkan hasil survei terbuka dan studi literatur penelitian terdahulu diidentifikasi 20 atribut kebutuhan yang dikelompokkan menjadi 5 dimensi *website quality*, yaitu dimensi *fulfillment*, *usability*, *system availability*, *responsiveness*, dan *information quality*. Dengan atribut kebutuhan tersebut, dilakukan perancangan dan penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan telah berhasil mengumpulkan sebanyak 104 responden.

Hasil pengolahan data dengan metode *website quality* menghasilkan 11 atribut kuat dan 9 atribut lemah, yang kemudian dikategorisasi dengan model Kano dan dihasilkan 2 atribut berkategori *attractive*, 1 atribut berkategori *indifferent*, 4 atribut berkategori *must-be*, dan 13 atribut berkategori *one-dimensional*. Selanjutnya, dilakukan integrasi *website quality* dan model Kano yang menghasilkan 11 atribut direkomendasikan untuk dipertahankan dan 9 atribut direkomendasikan untuk ditingkatkan. Atribut yang direkomendasikan untuk ditingkatkan disebut sebagai *True Customer Needs (TCN)* yang terdiri dari: *customer service* yang tanggap, kecepatan dalam pelayanan, pemberian insentif bagi pengguna, *website* memberikan notifikasi apabila transaksi

telah selesai, mudah dinavigasi atau menu mudah ditemukan, memiliki fungsi yang terjaga, beroperasi dengan baik, tidak *crash* atau stabil, dan memiliki halaman yang responsif.

Kata Kunci: Kartu Prakerja, Website, Website Quality, Model Kano, True Customer Needs