

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU BELAJAR MAHASISWA E-LEARNING

**Enggal Sriwardiningsih**

Management Department, School of Business Management, BINUS University  
Jln. K.H. Syahdan No.9, Palmerah, Jakarta Barat 11480  
enggalnabeel@yahoo.com

## ABSTRACT

*E-learning becomes one alternative for limited education infrastructure in Indonesia. So technological innovation website is used as one alternative content educational. So that the effectiveness of e-learning system should have constructivism approach when they use this system. This research aims to find variables that could influence e-learning students' behavior when they use the system. Survey was conducted on e-learning students from Online Binus University and Indonesia Open University (UT). The result of the primary data was processed using Wraps 3.0 to process the structure equation model of the frame research. Ten hypotheses were proposed but only some hypotheses were valid. Variables such as motivation, digital literacy, and satisfaction affected directly to the attitude of understanding student learning, while the curriculum material product and interaction e-learning website did not influence the behavior of student e-learning attitude.*

**Keywords:** *e-learning website, content curriculum, digital literacy*

## ABSTRAK

*E-learning menjadi salah satu alternatif penyampaian sistem belajar di Indonesia. Materi perkuliahan disampaikan via teknologi website. Oleh karena itu, sistem ini akan efektif dengan pendekatan konstruksif pendidikan. Penelitian bertujuan untuk menemukan variabel apa saja yang akan memengaruhi perilaku belajar mahasiswa e-learning. Survei dilakukan terhadap mahasiswa online. Olah data menggunakan Wraps 3.0 untuk konstruksi Structure Equation Model basis varian atau Partial Least Square. Dari sepuluh hipotesis yang ada hanya empat hipotesis yang signifikan dan enam hipotesis yang tidak signifikan. Variabel motivasi, literasi digital, dan kepuasan memengaruhi perilaku belajar mahasiswa e-learning. Sementara konten materi ajar, interaksi via website tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku belajar mahasiswa e-learning.*

**Kata kunci:** *e-learning website, konten perkuliahan, literasi digital*

## PENDAHULUAN

Perilaku belajar mahasiswa *e-learning* menjadi sorotan akhir-akhir ini. Perilaku belajar mahasiswa *e-learning* sangat mementingkan individu mandiri untuk sukses dalam proses belajar. Kemandirian mahasiswa tidak datang secara otomatis, tetapi kemandirian mahasiswa dipengaruhi berbagai faktor. Proses mandiri penting khususnya mahasiswa *e-learning* yang berkomunikasi dengan *websites*. Keuntungan dari sistem *e-learning* ini adalah kebebasan akan waktu dan pencarian informasi yang tidak ada batas. Sistem *e-learning* ini cocok untuk individu yang sudah bekerja namun masih ingin melanjutkan pendidikan. Oleh karena itu, Direktorat Pendidikan Perguruan Tinggi mendukung sistem ini untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja di Indonesia (The World Bank, 2013). Departemen ini memberikan dukungan penuh pada universitas penyedia proses *e-learning* (Wiek, 2008). Karena pada faktanya, *e-learning* akan menjadi metode pembelajaran masa depan (Yen & Lee, 2011).

*E-learning* adalah metode penyampaian materi perkuliahan secara *online* yang proses tatap mukanya sedikit (Poon, 2013). Sistem *e-learning website* harus mengakomodasi kebutuhan dan juga preferensi mahasiswa (Williams et al., 2008). Untuk itu, *website e-learning* mendorong mahasiswa untuk belajar interaktif dan kolaborasi (Graham, 2006). Harapan akan kesuksesan sistem ini perlu adanya pengujian lebih lanjut. Salah satu indikator suksesnya sistem ini akan terlihat dari perilaku belajar mahasiswa *e-learning*. Mahasiswa akan melakukan tindakan positif jika mahasiswa merasa puas setelah berinteraksi dengan *website* tersebut. Perasaan puas juga dipengaruhi oleh motivasi, interaksi selama proses belajar, konten kurikulum ajar, dan literasi digital.

Persepsi kepuasan mahasiswa setelah belajar *online* berpengaruh pada perilaku positif akan proses pemahaman belajarnya, kepuasan merupakan salah satu aspek sosial (Collier & Bienstock, 2006), tetapi Al Qeisi (2009) tidak menemukan kepuasan sebagai variabel *intervening* untuk memengaruhi perilaku belajar mahasiswa *e-learning*. Al Qeisi (2009) dan Venkatesh (2000) menemukan bahwa motivasi sebagai faktor psikologis hubungan antara kualitas dan *website*. Aspek sosial lainnya adalah tingkat kemampuan digital pengguna *website* Indonesia sangat rendah. Rendahnya kemampuan mahasiswa, dalam hal ini, adalah kemampuan komputer, teknologi digital, membaca, berpikir kritis, komunikasi tertulis, etika dan tanggung jawab sosial, kreativitas dan inovatif.

Sebenarnya, mempelajari hubungan kemampuan digital mahasiswa merupakan hal yang menarik. Penelitian terdahulu hanya berfokus pada kinerja teknologi *website*. *E-learning* membutuhkan lebih banyak pemahaman dari penelitian sebelumnya. Penelitian komprehensif tentang suksesnya implementasi *e-learning* terhadap variabel kualitas interaksi layanan *website*, materi kurikulum, motivasi, pengetahuan digital dan kepuasan diperlukan. Pentingnya penelitian ini adalah perilaku belajar mahasiswa menggunakan sistem *e-learning*. Tujuan penelitian ini menemukan variabel yang memengaruhi perilaku belajar mahasiswa *e-learning*.

### Studi Pustaka

Pembelajaran bukan hanya mengingat melainkan juga memahami. Proses pendidikan mampu menerima ragam pikir dari yang sudah ada selama ini. Pola belajar merupakan rutinitas pola pikir kreatif manusia (Degeng, 2005). Evolusi ilmu konstruktif pendidikan menekankan konsep, inovasi informasi, dan model belajar efektif sehari-hari (Kim, 2005). Momen ini mengacu pada proses belajar dalam grup, motivasi, dan kritis (Kim, 2005). Elemen penting dari sebuah konstruktif adalah kebebasan dan keragaman individu. Individu bebas membuat sebuah keputusan.

Kepuasan adalah rasa puas atau tidak puas konsumen akan harapannya terhadap kinerja jasa atau barang. Hal ini mengacu pada perasaan individu akan persepsi kinerja dan harapan sebuah produk atau jasa (Kotler & Keller, 2006). Identifikasi rasa puas yaitu tanpa keluhan, kesetiaan, dan mulut ke mulut. Tanpa adanya keluhan dari konsumen menunjukkan puasnya konsumen. Puasnya konsumen akan layanan website adalah jika konsumen berinteraksi dengan baik sehingga konsumen merasa puas. Konsumen merasakan kualitas hidupnya dari layanan itu. Perusahaan menyadari bahwa orientasi pemasaran saat ini tidak hanya aspek transaksi saja tetapi juga hubungan konsumen. Empat kunci keberhasilan perusahaan dalam menjalin hubungan dengan konsumen adalah nilai yang didapatkan konsumen. Nilai konsumen tercermin dari rasa puas konsumen, rasa percaya konsumen pada perusahaan dan ingatan konsumen pada perusahaan.

Pengembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan cepat. Konsumen memerlukan mekanisme suatu pembelajaran berbasis difusi inovasi menjadi sangat penting. Konsep tersebut dikenal sebagai transformasi dari pendidikan konvensional ke model sistem digital dalam proses interaksi pembelajaran. Konsep *e-learning* telah diterima dengan luas di seluruh dunia sejak 1970. Konsep *e-learning* menyampaikan konten materi ajar dari instruktur ke mahasiswa dengan jarak jauh dan tidak dibatasi oleh waktu. Banyak sekali definisi dari *e-learning* namun semua definisi tersebut mengacu pada penggunaan *website* sebagai sarana *e-learning*. Pemanfaat *website* digunakan sebagai komunikasi, kolaborasi, multimedia, transfer pengetahuan, transfer dan training untuk mendukung aktifitas mahasiswa dalam belajar tanpa dibatasi oleh tempat dan waktu.

Interaksi adalah hubungan komunikasi antara dua pihak (Morgan & Hunt, 1994). Interaksi menggunakan sistem informasi *website* merupakan efek dari inovasi agar lebih efektif dalam penyebaran jaringan komunikasi secara global (Parasuraman & Zeithaml, 2005). Kualitas layanan terdiri dari 10 dimensi yaitu: *tangible (intangible)*, *reliability*, *responsiveness*, *competence (knowledge and skills)*, *courtesy (behavior)*, *credibility*, *security*, *easy to access*, *communication* dan *understanding the customer*.

Teori motivasi Maslow (Maslow, 1968) berasumsi bahwa individu mengembangkan diri atau tidak mengembangkannya. Individu yang mengambil tantangan ini karena ingin maju, suka hal unik, fungsi, kemampuan dan kepercayaan diri terhadap pengaruh dari luar. Teori Maslow mengacu pada lima tingkatan kebutuhan individu.

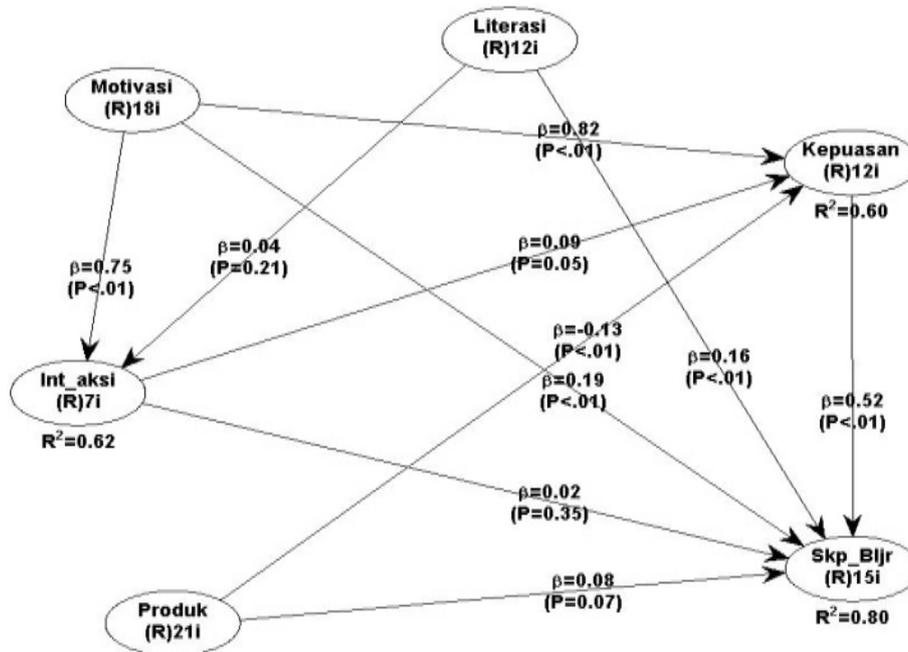
Konsep literasi dari *The International Literacy Institute* menyatakan bahwa teknologi inovasi memiliki kemampuan baca, tulis, komunikasi, dan pikir yang kritis (Eisenberg, 2008). Kemampuan literasi informasi individu memengaruhi interaksi *Internet* (Turban & Cable, 2003; Mcleod, 2012).

## METODE

Survei untuk pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada mahasiswa *online*. Operasi konstruksi variabel merupakan variabel laten eksogen, yaitu produk kurikulum, motivasi dan literasi digital serta kualitas interaksi *e-learning*. Variabel mediasi adalah kepuasan dan variabel endogen adalah perilaku belajar. *Partial Least Square* digunakan untuk memprediksi variabel-variabel tersebut. PLS digunakan dengan alasan PLS tidak hanya untuk mengonfirmasi teori saja tetapi juga bisa untuk prediksi hubungan antarvariabel (Fornell & Bookstein, 1982; Hair, et. al, 2010). Penelitian dilakukan dari Februari 2013 – Mei 2013. Sampel terdiri dari 435 mahasiswa *e-learning* dari berbagai jurusan dan tingkat semester.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar 1 menunjukkan bagan dan hasil penelitian.



Gambar 1 Bagan dan Hasil Penelitian

Keterangan:

Int\_aksi = layanan website yang disediakan kampus

Motivasi = motivasi mahasiswa untuk menggunakan website yang disediakan kampus

Produk = kurikulum sesuai dengan Satuan Acara Perkuliahan

Literasi = literasi Internet

Kepuasan = kepuasan konsumen pada saat interaksi dengan website yang disediakan kampus

skp\_bjr = sikap belajar mahasiswa dalam dalam adopsi website yang dikeluarkan kampus

Berdasarkan kerangka penelitian, ada sepuluh hipotesis penelitian:

H1 = Kualitas interaksi mahasiswa dalam *e-learning* menggunakan situs *website* berpengaruh positif terhadap Perilaku belajar mahasiswa *e-learning* (tidak terbukti)

H2 = Konten perkuliahan disampaikan melalui *website* berpengaruh positif terhadap perilaku belajar mahasiswa *e-learning* (tidak terbukti)

H3 = Motivasi *e-learning* berpengaruh positif terhadap Perilaku belajar mahasiswa *e-learning* (terbukti)

H4 = Literasi digital akan berpengaruh positif terhadap Perilaku belajar mahasiswa *e-learning* (terbukti)

H5 = Kepuasan berpengaruh positif terhadap Perilaku belajar mahasiswa *e-learning* (terbukti)

H6 = Kepuasan memediasi interaksi antara kualitas interaksi *website* terhadap perilaku belajar mahasiswa *e-learning* (terbukti)

- H7 = Kepuasan memediasi konten perkuliahan yang disampaikan melalui *website* terhadap perilaku belajar mahasiswa *e-learning* (tidak terbukti)
- H8 = Kepuasan memediasi antara motivasi terhadap perilaku belajar mahasiswa *e-learning* (terbukti)
- H9 = Interaksi *e-learning* memediasi motivasi terhadap kepuasan (terbukti)
- H10 = Interaksi *e-learning* memediasi motivasi terhadap Perilaku belajar mahasiswa *e-learning* (tidak terbukti)

Hasil hipotesis membuktikan bahwa tiga hipotesis terbukti tidak signifikan dan tujuh hipotesis terbukti signifikan. Hipotesis ini menunjukkan bahwa Perilaku belajar mahasiswa *e-learning* dipengaruhi secara langsung oleh variabel konten kurikulum, variabel interaksi via *website* dengan pihak fakultas yaitu dosen, staf admin, mahasiswa, dan variabel motivasi. Satu sisi, mahasiswa tidak puas dengan materi pengajaran yang disampaikan melalui *website* dan tidak adanya kualitas interaksi komunikasi yang baik dua arah antara mahasiswa dan staf universitas atau pun guru. Di sisi lain, motivasi kuat mahasiswa membuat dia puas dan berusaha untuk berperilaku positif. Mahasiswa tersebut akan berinteraksi dengan sesama mahasiswa dan staf perguruan tinggi meskipun interaksi itu tidak memuaskan. Tingkat kepuasan mahasiswa dijelaskan dengan nilai determinan  $R^2 = 0,60$ . Variabel motivasi dan produk melalui *website* dijelaskan oleh  $R^2 = 0,60$ .

Perilaku belajar mahasiswa dipengaruhi oleh aspek sosial, yaitu motivasi dan kepuasan dan literasi digital menjadi faktor dominan dalam perilaku belajar mahasiswa. Perilaku belajar mahasiswa dalam proses dialami oleh  $R^2 = 0,80$  yang kuat. Implikasinya adalah bahwa mahasiswa dari jurusan yang berbeda dan siap untuk menerima *website* sebagai bagian dari layanan yang ditawarkan oleh kampus. Kesiapan ini harus mempertimbangkan aspek-aspek sosial yang terlibat dalam motivasi dan kepuasan yang dirasakan dan literasi digital.

Jika dikupas lebih rinci, indikator yang membentuk variabel laten perilaku belajar mahasiswa adalah kebebasan, kebaruan, dan perilaku ulang. Indikator yang membentuk variabel interaksi *website* itu sendiri yang baik adalah isi materi pengajaran yang jelas dan objektif, mudah digunakan *website*, grafis dan video yang bervariasi, keamanan, dapat disesuaikan dengan format lain. Indikator yang membentuk kualitas respons dari interaksi dua arah yaitu tanggapan kembali dari tutor atau admin perguruan tinggi. Indikator yang membentuk variabel kepuasan adalah rasa manfaatnya sesuai dengan harapan, dan potensi keuntungan moral percaya diri. Indikator yang membentuk motivasi adalah kontrol diri (regulasi integrasi) yang menggerakkan mahasiswa akan roh kehidupannya akan kebiasaan kegiatan ini, menerima hal-hal baru untuk membawa nilai kepada konsumen, mengacu pada semangat dan dikendalikan oleh lingkungan di luar diri yang adalah kemampuan alasan konsumen sendiri, karena mereka ingin menghindari hukuman, mengacu pada keterkaitan manusia. Indikator yang membentuk variabel literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi, cara mengakses informasi melalui *Internet*, dapat menggunakan sumber daya lain yang terkait, tahu menggunakan *website* untuk melakukan pekerjaan dan belajar secara sintesis oleh *website*, dan dapat berinteraksi dengan orang lain secara *online*. Idealnya teknologi *Internet* membuat mahasiswa, staf kampus dan fakultas serta tutor berkomunikasi data dengan mudah. Idealnya data informasi lewat teknologi *Internet* dikemas dan dikirim dengan cepat namun kenyataannya hal ini belum berjalan dengan baik.

Kegiatan manajemen dalam organisasi pada dasarnya harus fokus pada sumber daya secara efektif dan efisien dalam proses pembelajaran, karena hal ini diproduksi secara besar-besaran dan hasil yang diharapkan akan tinggi efeknya bagi mahasiswa. Kegiatan pengelolaan konten materi ajar, sisten penyampaian materi konten dan juga hubungan ideal dengan mahasiswa akan menciptakan citra perguruan tinggi dalam mengelola proses manajemen. Hal ini terlihat dari kemampuan manajemen universitas dari sistem websitenya dalam melayani komunikasi saat penerimaan mahasiswa baru sampai layanan proses kelulusannya.

Ketergantungan antara individu yang terbiasa layanan terkomunikasi secara konvensional tatap muka yang berubah menjadi layanan non tatap muka sering menimbulkan kekacauan sehingga output

akhir yang terjadi seriang terjadi kekacauan. Idealnya sistem pendidikan konvensional ke dalam pendaftaran *online* untuk tujuan yang lebih baik karena faktor fleksibilitas, waktu, dan jarak. Kondisi ini akan menjadi baik ketika monitoring dan mekanisme evaluasi dari proses tahapannya. Bagusnya manajemen jika pengawasan penyimpangan bisa langsung ditangani, sehingga tidak mengakibatkan penyimpangan dari evaluasi proses ke depannya.

## SIMPULAN

Model penelitian ini mengacu pada perilaku belajar mahasiswa *e-learning*. Fokus penelitian ini pada dua pertanyaan. Pertama, bagaimana perilaku belajar mahasiswa *e-learning*. Kedua, bagaimana kepuasan sebagai kunci dari kesuksesan belajar mahasiswa *e-learning*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, 80 % responden memiliki perilaku positif dalam memahami proses belajar dengan menggunakan media *website*. Perilaku belajar mahasiswa *e-learning* dipengaruhi oleh motivasi, literasi digital dan kepuasan. Kedua, 60 % responden merasa puas karena motivasi interaksi via *website* dan materi kurikulum.

## Implikasi

Mahasiswa puas ketika *website* itu menyenangkan, mendorong untuk proses belajar, dan sukses dibandingkan dengan perkuliahan konvensional. Penelitian menyarankan; pertama, kepuasan akan terjadi jika hadirnya *website* selalu di *upgrade* sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, kenyamanan dan juga tampilan yang dinamis. Hal ini penting untuk adanya departemen yang spesifik untuk mengatur agar tepat dan efisien. Kedua, kepuasan konsumen berorientasi pada kampus dimana motivasi mahasiswa, fakultas, dan staf.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qeisi K . I. (2009). *Analyzing the Use of UTAUT Model in Explaining an Online Behaviour: Internet Banking Adoption*. A thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy, Department of Marketing and Branding. Brunel University.
- Collier J. E. and Bienstock C. C. (2006). Measuring service quality in e-retailing. *Journal of Service Research*, 8(3), 260–275. doi: 10.1177/1094670505278867.
- Degeng, N. (2005). Paradigma membangun kewibawaan guru dalam pengembangan profesi di era global. *Seminar Nasional Universitas PGRI Adibuana, Madiun, 10 September 2005*.
- Eisenberg, M. (2008). Information literacy: essential skills for the information age. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 28(2), 39–47.
- Fornell, C., and Bookstein, F. (1982). A comparative analysis of two structural equation models: LISREL and PLS applied to market data. Dalam In C. Fornell (Ed.), *A second generation of multivariate analysis* (hal. 289-394). New York: Praeger.
- Graham, C. R. (2006). Blended learning systems: Definition, current trends, and future directions. In C. J. Bonk & C. R. Graham (Eds.), *Handbook of blended learning: Global perspectives, local designs* (pp. 3-21). San Francisco, CA: Pfeiffer.

- Hair, J. F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis a Global Perspective*. Pearson Prentice Hall.
- Kim. (2005). The Effects on constructivist teaching approach on student academic achievement, self-concept, and learning strategies. *Asia Pacific Education Review*, 6(1), 7–19. doi: 10.1007/bf03024963.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*, 12<sup>th</sup> Ed. Singapore: Pearson International.
- Maslow, A. H. (1968). *Toward a Psychology of Being*. New York: D. Van Nostrand Company.
- McLeod, J. (2012). What do clients want from therapy? A practice-friendly review of research into client preferences. *European Journal of Psychotherapy & Counselling*, 14(1), 19–32.
- Morgan, R. M. and Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.
- Poon, J. (2013). Blended Learning: an institutional approach for enhancing students' learning experiences. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, 9(2).
- The World Bank, (2013, 16 Desember). *Indonesia Economic Quarterly: Slower growth; high risks*. Diakses dari <http://www.worldbank.org/en/news/feature/2013/12/16/indonesia-economic-quarterly-december-2013>
- Turban, D.B. & Cable, D.M. (2003). [Firm reputation and applicant pool characteristics](#). *Journal of Organizational Behavior*, 24(6), 733–751.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information System Research*, 11(4), 342–365.
- Wiek. (2008, 12 September). *Plastik Tipis untuk Baca eBook*. Diakses dari <http://tekno.kompas.com/read/2008/09/12/11511970/Plastik.Tipis.untuk.Baca.eBook>.
- Williams, N. A., Bland, W., & Christie, G. (2008). Improving student achievement and satisfaction by adopting a blended learning approach to inorganic chemistry. *Chemistry Education Research and Practice*, 9(1), 43–50. doi:10.1039/B801290N
- Yen, J. C. & Lee, C.Y. (2011). Exploring problem solving patterns and their impact on learning achievement in a blended learning environment. *Computers & Education*, 56(1), 138–145. doi:10.1016/j.compedu.2010.08.012