

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi dan informasi di era globalisasi saat ini terjadi secara cepat. Pertukaran arus informasi terus bergulir sepanjang harinya. Perkembangan teknologi dan informasi berperan penting dalam kehidupan manusia. Salah satu contoh dampak positif dari perkembangan teknologi saat ini adalah adanya internet yang telah menjadi suatu kebutuhan wajib yang tidak dapat dipisahkan dari manusia-manusia modern saat ini. Dengan didukung oleh beberapa keunggulan seperti biaya yang relatif murah, tidak memiliki batas ruang dan waktu, dapat diakses kapanpun, dan arus informasi yang tidak memiliki batas tertentu membuat internet dijadikan simbol kebebasan dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi.

Jumlah pengguna internet di Indonesia yang semakin hari semakin bertambah banyak seperti yang dilansir dari wearesocial.com, dari jumlah total populasi di Indonesia sebanyak 132,7 juta orang merupakan pengguna internet aktif atau dengan presentase sebesar 50%. Hal ini memberi dampak yang sangat besar bagi dunia bisnis, komunikasi dan informasi dimana arus pertukaran informasi terjadi secara masif. Hal ini dimanfaatkan oleh banyak pelaku bisnis untuk mengambil keuntungan melalui dunia digital, dengan cara membuat website resmi yang berguna untuk mendekati diri dengan pelanggan ataupun sebagai wadah untuk transaksi pembelian produknya.

**Gambar 1. 1**  
**Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia**



sumber : wearesocial.com

Untuk seluruh pelaku bisnis saat ini kehadiran internet dianggap menjadi hal yang sangat menguntungkan karena banyak terdapat keunggulan dari internet seperti hal kenyamanan dalam berinteraksi, jangkauan yang global, alternatif saluran digital yang beraneka ragam, dan pertukaran arus informasi yang potensial. Seperti yang dikutip dari *informatics-media.com* yaitu website merupakan alat penting di era digital untuk membangun sebuah brand. Ada banyak cara membangun *brand image* untuk sebuah produk dan perusahaan, namun dengan menggunakan website menjadi salah satu hal yang penting karena dengan memiliki website perusahaan dapat memperoleh beberapa keuntungan seperti :

1. Website dapat menjangkau lebih luas
2. Kemungkinan untuk ditemukan lebih besar
3. Website membangun kredibilitas perusahaan
4. Ukuran perusahaan lain tidak terlalu penting

Melihat dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan website untuk branding sebuah produk atau perusahaan adalah hal yang penting. Ada banyak keunggulan yang dapat dilakukan website dibandingkan dengan metode konvensional.

Pada saat ini banyak berkembang sebuah perusahaan yang bergerak dalam jasa pembuatan produk dan *service* dalam dunia digital yang berguna untuk untuk branding. Salah satunya yaitu jasa untuk pembuatan website serta sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam memantau *traffic website* dan juga sebagai pihak yang mengisi konten yang ada di dalam website yang dibuat. Banyak perusahaan yang mempercayakan pihak ketiga yaitu perusahaan *digital creative agency* untuk membuat dan mengembangkan website mereka yang berfungsi sebagai tempat atau sarana untuk memperkenalkan perusahaan atau produknya ke pasar sebagai strategi *branding* untuk produk atau nama perusahaan. Peran perusahaan *digital creative agency* saat ini telah menjadi salah satu mitra kerjasama yang penting bagi sebuah perusahaan untuk membantu mereka dalam membuat strategi yang berguna untuk melakukan *branding* dan memenangkan persaingan di pasar.

Dengan menggunakan jasa *digital creative agency*, perusahaan dapat membuat alur kerja perusahaan menjadi lebih efektif dan mempermudah dalam proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan strategi pemasaran yang mereka buat. Dengan mengoptimalkan penggunaan website sebagai sarana branding dan ajang memperkenalkan merek kepada pasar sasaran maka perusahaan patut untuk mempercayakan kinerja perusahaan *digital creative*

*agency* untuk membuat, mengatur dan mengontrol website perusahaan atau merek yang mereka miliki agar lebih efektif dan tepat sasaran serta menghemat biaya dan waktu.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *digital creative agency* adalah PT Ajita Indonesia, PT Ajita Indonesia sebagai perusahaan digital creative agency yang telah banyak banyak memiliki *client* dari berbagai macam jenis perusahaan seperti perusahaan telekomunikasi, perusahaan rokok, perusahaan *pharmacy*, perusahaan *furniture*, perusahaan *financial*, dll. Saat ini PT Ajita Indonesia sedang menangani kegiatan digital marketing sebuah brand dari suatu perusahaan yaitu brand dari PT XYZ. Kegiatan *digital marketing* tersebut antara lain penanganan konten instagram, konten website, *activation online*, *campaign online*, promosi event dll.

Dalam hal ini PT XYZ, mempercayakan PT Ajita Indonesia untuk membuat website resmi dari sebuah brand produk mereka dan juga sebagai operator atau provider yang bertugas untuk mengisi konten-konten website, memantau *traffic* website dan juga sebagai pihak yang melakukan desain dari website brand yang mereka miliki. Dalam website tersebut terdapat beberapa fitur yang disediakan antara lain konten *news artikel*, kuis, *event online* dan *offline*, wadah komunitas, dsb. Selama ini pt ajita indonesia belum mengetahui secara langsung bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas website [superadventure.co.id](http://superadventure.co.id) yang mereka buat.

Untuk memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan atau penggunanya, perusahaan harus mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas website mereka baik dalam segi fisik tampilan, kelengkapan informasi dan interaksi layanan yang disediakan di dalam website mereka. Pengukuran kualitas website dapat dilakukan dengan metode webqual yaitu dengan cara mengukur kualitas berdasarkan persepsi pengguna akhir. Pengukuran ini merupakan pengembangan dari metode Rvqual yang sebelumnya banyak digunakan untuk pengukuran kualitas jasa. (Barnes Dan Vidgen, 2000).

Untuk melihat bagaimana kualitas website dimata pengguna akhirnya juga dapat disajikan dari grafik perkembangan kunjungan website atau *traffic* website itu tersendiri. Berikut grafik pengunjung website [superadventure.co.id](http://superadventure.co.id).

**Gambar 1. 2**  
**Grafik kunjungan website superadventure.co.id**



Sumber : data semrush.com

Dapat dilihat dari gambar di atas jumlah pengguna yang mengunjungi website superadventure.co.id mengalami penurunan yang signifikan sebesar 33,94% dari bulan sebelumnya yaitu maret 2018. Jika melihat dari grafik diatas dapat terlihat adanya penurunan minat pengunjung terhadap website superadventure.co.id, namun apakah benar jika penurunan tersebut juga berdampak pada persepsi pengguna atau konsumen website tersebut mengenai kualitas website superadventure.co.id

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka penulis ini melakukan penelitian yang berjudul “*persepsi konsumen terhadap kualitas website (studi pada website superadventure.co.id dengan PT Ajita Indonesia di jakarta barat yang berperan sebagai digital creative agency)*”

### 1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dalam penulisan laporan penelitian ini penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:  
Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas website super adventure

### 1.3 Batasan masalah

Dilihat begitu luasnya objek penelitian yang dilakukan, maka penulis ingin membatasi pembahasan masalah hanya mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas superadventure.co.id dengan dimensi kualitas website *usability, information quality dan interactions quality.*

#### **1.4 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas website superadventure. Co.id

#### **1.5 Manfaat penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

A) bagi akademi

1. Mengetahui seberapa besar keberhasilan akademi dalam mendidik mahasiswa sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan perusahaan berkaitan dengan ilmu-ilmu yang diaplikasikan.

B) bagi perusahaan

1. Dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak manajemen di perusahaan
2. Hasil dari penelitian dapat dijadikan acuan pertimbangan untuk mengetahui terlebih bagaimana persepsi konsumen mereka terhadap Kualitas website yang telah mereka buat sebagai sarana evaluasi.

C) bagi penulis

1. Dapat mengetahui persepsi konsumen mengenai kualitas website
2. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti untuk Mengaplikasikan ilmu yang didapat di masa perkuliahan

D) bagi pembaca

Menjadi sarana untuk memperluas pengetahuan mengenai dunia digital serta dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lainnya dalam rangka melakukan penelitian lebih lanjut.