

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perubahan bisnis perusahaan terutama dalam bidang pemasaran telah bergeser dari bentuk pemasaran konvensional menjadi bentuk pemasaran digital. Perkembangan teknologi saat ini pesat, kebutuhan sistem untuk organisasi dan bisnis menjadi semakin penting. Teknologi informasi memegang peranan penting dan menjadi kebutuhan krusial bagi organisasi. Perkembangan teknologi memberikan informasi akurat yang dapat diterima secara instan, sehingga pengguna perlu beradaptasi dengan perkembangan saat ini [1]. Selain itu, perkembangan teknologi juga dapat membantu perusahaan dan lembaga pendidikan meningkatkan efisiensi proses bisnisnya. Selain itu, teknologi membantu organisasi dan bisnis mengembangkan sistem khusus mereka sendiri. Pelayanan informasi kini dapat diberikan secara online sehingga memudahkan pengguna dalam menggunakan dan memperoleh informasi. Salah satu teknologi yang digunakan dalam menunjang pemasaran perusahaan yaitu *website*.

Website adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung dan file-filenya saling terkait [2]. Fungsi-fungsi yang dimiliki *website* yaitu fungsi komunikasi, fungsi informasi, fungsi hiburan, dan fungsi transaksi [3]. Dalam era digital seperti saat ini, *website* menjadi salah satu media penting bagi suatu organisasi atau perusahaan untuk berinteraksi dengan para pengguna atau pelanggan. *Website* tidak hanya sekadar menjadi alat untuk memberikan informasi kepada pengguna, tetapi juga menjadi platform untuk berinteraksi dengan konsumen. Situs *Website* yang baik adalah situs web yang banyak diminati oleh penggunanya [4].

Kualitas layanan yang baik tidak hanya berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pihak penyedia layanan, tetapi juga berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi masyarakat[5]. Kualitas *website* telah menjadi salah satu isu strategis dalam komunikasi dan transaksi dengan pelanggan/pengguna [6]. Ini berarti kualitas *website* yang baik akan mempengaruhi citra perusahaan, serta mendukung pencapaian tujuan bisnis. Pentingnya kualitas *website* sebagai elemen strategis bisnis mengemuka akibat perkembangan teknologi dan semakin tingginya ekspektasi pengguna terhadap pengalaman online. Kualitas *website* terbukti memiliki pengaruh terhadap nilai yang

dipersepsikan pada pelanggan [7]. Sebuah *website* yang memiliki tampilan visual menarik namun tidak memenuhi standar kualitas dalam hal fungsionalitas, navigasi, dan kecepatan akses akan berdampak negatif pada pengalaman pengguna. Namun, tidak semua *website* memiliki kualitas yang baik dalam memberikan pengalaman kepada pengguna. Fenomena yang sering ditemukan adalah adanya *website* yang sulit diakses, lambat dalam loading, tampilan yang tidak menarik, serta informasi yang kurang akurat atau lengkap. Konten *website* yang mudah digunakan, informasi yang jelas, serta keamanan perlu diperhatikan untuk dapat membuat pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan [8].

Ada berbagai metode yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas *website*. Di bawah ini tercantum beberapa metode yang mungkin dapat digunakan untuk mengukur kualitas sebuah *website*: metode *Servqual (Quality of Service)*, metrik *User Experience (UX)*, dan metode *Website Quality 4.0 (WebQual 4.0)*, metode *Servqual (Service Quality)* digunakan untuk mengukur kualitas layanan dengan fokus pada kualitas layanan. [9]. Teknik metrik pengalaman pengguna (UX) mengukur nilai hubungan antara pengguna dan situs web dan hanya berfokus pada pengalaman pengguna (kegunaan) saat menggunakan situs web.[10]. Meskipun kedua pendekatan, baik itu metode pengukuran pengalaman pengguna (*User Experience or UX Metrics*) maupun metode kualitas layanan (*Servqual or Service Quality*), memiliki nilai dan keunggulan mereka masing-masing, keduanya ternyata belum sepenuhnya mampu untuk menyelidiki dan menganalisis kepuasan pengguna melalui tiga dimensi kritis, yakni *Usability, Information Quality, dan Service Interaction Quality*, dari sudut pandang langsung pengguna. Kemudian, muncullah *WebQual* sebagai suatu pendekatan yang merangkul pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi dan pengalaman akhir pengguna. [11]. *WebQual*, sebagai suatu metode unik, memberikan ruang untuk mengeksplorasi kepuasan pengguna dengan fokus pada elemen-elemen yang mencakup kejelasan penggunaan (*Usability*), kualitas informasi (*Information Quality*), dan interaksi layanan (*Service Interaction Quality*). Pendekatan ini mengisi celah yang ada dalam analisis pengalaman pengguna, memungkinkan peneliti untuk lebih mendalam dalam memahami bagaimana pengguna menilai dan berinteraksi dengan suatu *website*. Dengan merangkul *WebQual*, pengukuran kualitas *website* menjadi lebih holistik, mencakup aspek-aspek yang relevan dan signifikan bagi kepuasan pengguna,

sehingga memberikan wawasan yang lebih komprehensif bagi pengembangan dan perbaikan *website*.

Berijalan adalah branding dari PT Cipta Sedaya Digital Indonesia yang bergerak di bidang layanan dan pengembangan teknologi informasi. Perusahaan ini memiliki *website* yaitu www.berijalan.co.id yang baru diluncurkan pada bulan Juli tahun 2022. *Website* ini menjadi sarana pelayanan informasi bagi para mitra ataupun pengunjung *website* perusahaan ini. Tersedia informasi mengenai Berijalan, seputar karir di Berijalan, Berijalan *customer service* dan Berijalan Festival. Sampai saat ini belum ada pengukuran kualitas *website* tersebut. *Website* ini sangat penting untuk menjaga relasi dengan mitra dan menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Berijalan perlu memastikan bahwa *website* yang dimilikinya mampu memberikan pengalaman yang baik kepada pengunjung.



1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, persoalan yang perlu diselesaikan adalah perlu dilakukan pengukuran kualitas *website* Berijalan dengan aspek *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality*.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka pertanyaan : Bagaimana hasil pengukuran *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality* dari *website* Berijalan?

1.4. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kualitas *website* Berijalan dengan indikator-indikator yang menentukan kualitas *website* tersebut.

1.5. Batasan Masalah

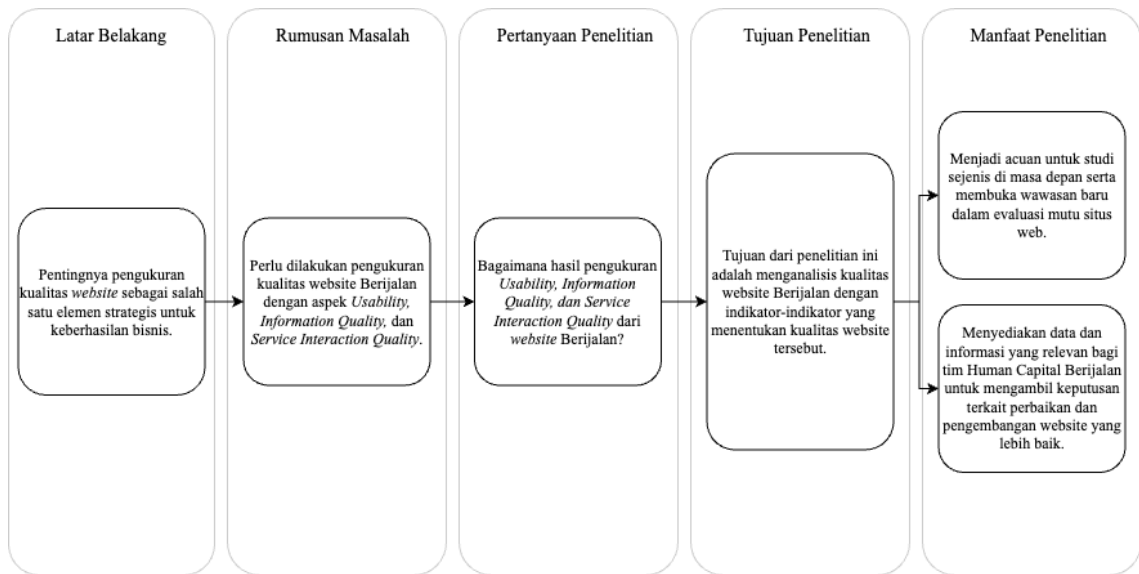
Berdasarkan rumusan masalah di atas, terdapat beberapa batasan penelitian yaitu :

1. Penelitian ini tidak akan membahas aspek teknis pengembangan *website* seperti pemrograman, desain visual, strategi bisnis atau dampak finansial dari perbaikan kualitas *website*.
2. Penelitian ini akan berfokus pada indikator pengukuran kualitas *website* dengan pendekatan *WebQual 4.0*.

1.6. Manfaat Penelitian

- a. Menjadi acuan untuk studi sejenis di masa depan serta membuka wawasan baru dalam evaluasi mutu *website*.
- b. Menyediakan data, informasi dan rekomendasi yang relevan bagi tim Human Capital Berijalan untuk mengambil keputusan terkait perbaikan dan pengembangan *website* yang lebih baik.

1.7. Bagan Keterkaitan



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan

