

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Toko Minang Kayo Showroom Central Kulit adalah suatu toko yang bergerak dalam bidang penjualan barang seperti tas kulit, dompet kulit, sepatu kulit dan lainnya. Dalam proses penjualannya toko ini menggunakan *system* informasi sebagai alat bantu dalam pemasaran barang yang mereka jual yaitu menggunakan media marketing. Media marketing seperti *website* juga dapat dimanfaatkan sebagai media dan sarana promosi bisnis perusahaan. *Website* merupakan jaringan dari beberapa jaringan yang memberikan kesempatan bagi para pengguna untuk akses, view dan maintain dokumen baik berupa teks, data, suara dan video (Adriansyah, 2020). Dengan adanya promosi secara berkelanjutan, maka akan berpengaruh pada proses dan produktivitas perusahaan. Promosi disini berupa iklan, konten, informasi, dan layanan terkait dengan produk perusahaan. Hal ini dipicu karena kebutuhan akan data dan informasi dituntut untuk lebih cepat didapatkan oleh individu, kelompok, maupun organisasi. Saat ini aplikasi *website* sudah banyak digunakan oleh organisasi-organisasi sebagai media dalam melakukan berbagai aktivitas pengolahan data untuk menghasilkan informasi yang tujuannya untuk dilihat dan digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan.

Media online seperti *website* pada saat ini telah banyak digunakan untuk mendukung kegiatan pada berbagai bidang salah satunya kegiatan pada bidang bisnis. Dewasa ini tumbuh kembang penggunaan media online semakin

meningkat, apalagi dalam kehidupan saat ini semua orang hampir menggunakan media internet untuk membantu kehidupannya (Takau, 2020). Media online digunakan oleh para pelaku bisnis untuk mempromosikan produk yang dihasilkan supaya dapat dikenal oleh masyarakat luas (Agustien, 2018). Media promosi *website* juga dapat diakses kapan saja dan dimana saja, baik melalui perangkat web, mobile, maupun desktop. Merembaknya fasilitas internet diberbagai kalangan sehingga mengugah para pengusaha-pengusaha untuk meningkatkan pemasarannya secara online melalui media Internet, hal ini memungkinkan untuk memasarkan produk lokal yang mereka buat sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas. (Djabir Hamzah, 2019). Perkembangan bisnis akan mulai terlihat dari seberapa sering perusahaan untuk mempromosikan dan mengenalkan produk dan usaha pada media digital. Sehingga web marketing menjadi solusi efektif bagi peningkatan kinerja dan kualitas kerja bisnis di era digitalisasi. Disana mereka memposting barang-barang yang mereka jual sehingga dapat menarik perhatian pelanggan dan kepuasan pelanggan dalam promosi tersebut.

Pada dunia bisnis *website* seringkali digunakan untuk media promosi suatu produk ataupun jasa. Selain itu, dibalik alasan suatu perusahaan menggunakan website adalah informasi yang ada pada website mudah diakses, cepat, handal dan murah. Website menjadi sebuah media informasi yang efisien karena dengan biaya murah informasi yang disajikan bisa diakses oleh semua kalangan dimuka bumi yang pastinya terhubung dengan koneksi internet. (Rinata, 2020).

Metode WebQual merupakan salah satu teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna. Dalam pengembangan Webqual 4.0 ditemukan bahwa kualitas sebuah website dapat dikelompokan ke dalam tiga area

atau dimensi yaitu *usability quality*, *information quality*, dan *interaction quality* (Rahmaini, 2018). Metode ini digunakan pada penelitian ini karena WebQual 4.0 pada dasarnya mengukur sebuah website berdasarkan persepsi pengguna atau pengunjung untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat ditingkatkan pada website tersebut sehingga mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengguna.

Webqual merupakan salah satu metode yang sesuai untuk mengevaluasi kualitas suatu *website* karena kriteria penilaian yang diberikan meliputi keseluruhan *website*. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu layanan. Webqual merupakan metode untuk mengetahui kualitas website berdasarkan persepsi pelanggan atau pengguna. Hasil analisis diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi manajemen perusahaan dalam mengembangkan website yang berkualitas sehingga perkembangan website toko meningkat menjadi tingkat pematangan, pemantapan dan pada akhirnya mencapai tingkat pemanfaatan.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Kualitas Website Minang Kayo Showroom Central Kulit Menggunakan Metode Webqual 4.0**”.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan masalah yang dihadapi, yaitu :

1. Bagaimana Kualitas website Minang Kayo menurut tanggapan pengguna?
2. Apakah website toko Minang Kayo sudah memenuhi atribut kualitas

usability (kegunaan), *information quality* (kualitas informasi) dan *interaction quality* (kualitas interaksi)?

3. Apakah kualitas website toko Minang Kayo sudah sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pemilik toko?
4. Mendapatkan nilai tingkat kepuasan pengguna website Minang Kayo berdasarkan metode WebQual.
5. Seberapa besar faktor-faktor yang terdapat pada hipotesis mempengaruhi kepuasan pengunjung website Minang Kayo?

1.3. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka perkiraan sementara dari penelitian ini yaitu:

1. Dengan adanya analisis ini diharapkan membantu perusahaan dalam memberikan rekomendasi apa saja yang perlu di upgrade pada websitenya.
2. Dengan adanya analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran kedepannya kepada pemilik perusahaan untuk meninjau website Minang Kayo.
3. Dengan metode Webqual 4.0 diharapkan mempermudah dalam menyelesaikan permasalahan pada proses evaluasi website Minang Kayo.
4. Dengan metode WebQual diharapkan bisa mengidentifikasi nilai-nilai yang mempengaruhi kepuasan penggunaan website Minang Kayo.
5. Dengan metode Webqual diharapkan bisa mengetahui apa saja kekurangan yang ada dalam website Minang Kayo.

1.4. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tercapai sesuai yang diharapkan,

maka penulis memberikan pembatasan masalah terhadap sistem yang dibuat, yaitu :

1. Website yang akan dianalisis adalah website Minang Kayo Showroom Central Kulit.
2. Metode yang digunakan untuk analisis website adalah metode webqual 4.0.
3. Responden diambil dari anggota dan pelanggan yang datang ke *website* Minang Kayo.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Mengetahui adakah pengaruh variabel *usability quality* terhadap variabel kepuasan pengguna.
2. Mengetahui adakah pengaruh variabel *information quality* terhadap variabel kepuasan pengguna.
3. Mengetahui adakah pengaruh variabel *interaction quality* terhadap variabel kepuasan pengguna.
4. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang di alami oleh Toko dalam proses promosi produk-produk yang mereka jual.
5. Bertujuan untuk mengetahui segala permasalahan yang terjadi serta memudahkan dalam menjalankan tahap-tahap selanjutnya.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis
 - a. Menambah pengalaman serta wawasan penulis dalam

pemanfaatan teknologi informasi.

- b. Dapat menerapkan ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan kedalam suatu sistem yang diterapkan.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui tingkat kemudahan penggunaan *website* Minang Kayo yang digunakan sekarang dengan metode Webqual 4.0.

1.7. Tinjauan Umum Perusahaan

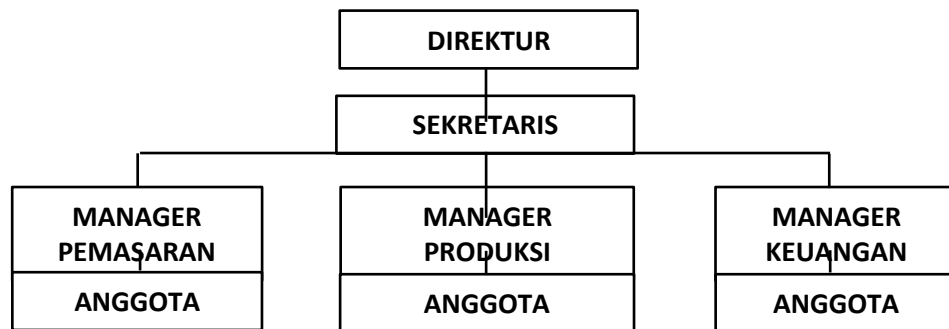
1.7.1 Sejarah PT Minang Kayo Showroom Central Kulit

Minang Kayo Showroom Central Kulit berdiri pada tahun 2018. Awal mula berdiri karena melihat potensi kota Padang Panjang yang merupakan central UPTD kulit se-Sumatera Barat. Tetapi hanya berakhir pada pengloahan kulit dan tidak diteruskan menjadi produk jadi, oleh karena itu Ibu Pris Kurniawati dengan suaminya punya keinginan membuat sebuah *gallery* yang nantinya sebagai penampung industri kecil menengah untuk memasarkan produk mereka yang awalnya mereka hanya kepasar local dan sejak adanya Minang Kayo Showroom produk mereka bisa menembus hingga pasar luar negeri.

Dan dengan berkembang nya teknologi masa sekarang Minang kayo dapat berkembang dengan cepat, yaitu dengan adanya *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee dan Bukalapak. Dengan adanya *e-commerce* tersebut Minang Kayo dapat Memasarkan produk yang mereka jual kepada konsumen yang ada di luar sana dengan mudah. Dan sekarang jenis produk yang di pasarkan oleh Minang Kayo sudah bertambah banyak.

Minang Kayo Showroom Central Kulit berlokasi di Jalan Sutan Syahrir Mifan Gang Sepakat, Silaing Bawah, Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang. Minang Kayo Showroom Central Kulit menyediakan berbagai macam oleh oleh sentral kulit dengan kualitas bagus. Minang Kayo Showroom Central Kulit mampu bersaing dengan bisnis lainnya. Minang Kayo Showroom Central Kulit memberikan pelayanan yang bagus kepada Pelanggan setianya.

1.7.2 Struktur Oragnisasi



Gambar 1.1 Struktur Organisasi

Adapun tugas dari masing-masing bagian pada struktur organisasi secara umum adalah sebagai berikut:

1. Direktur

Direktur bertugas untuk memimpin, mengarahkan, dan mengawasi staf untuk bekerja sama mencapai tujuan perusahaan. Direktur juga bertugas dalam mengajari staf agar staf dapat bekerja sesuai dengan jabatan mereka.

2. Sekretaris

Sekretaris bertugas dalam menjaga kegiatan dalam perusahaan dan menyambut tamu perusahaan apabila ada kunjungan. Dan sekretaris juga mengatur dokumen-dokumen penting perusahaan.

3. Manajer Pemasaran

Manajer pemasaran bertugas untuk menghasilkan penjualan dari produk yang

dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan dari setiap penjualan.

4. Manajer Produksi

Bertanggung jawab atas setiap pelaksanaan proses produksi mulai dari awal sampai barang jadi yang layak dijual dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan.

5. Manajer Keuangan

Manajer keuangan memegang kendali dalam pencatatan dana yang masuk maupun keluar lalu di laporkan kepada direktur perusahaan.