

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Detikcom adalah sebuah portal web yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia. Detikcom merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, Detikcom hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Meskipun begitu, Detikcom merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru (*breaking news*). Sejak tanggal 3 Agustus 2011, Detikcom menjadi bagian dari PT Trans Corporation, salah satu anak perusahaan CT Corp (detikCom, 2019).



Gambar 1.1 Logo Detikcom

Sumber : (detikCom, 2019)

Server Detikcom sebenarnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun mulai daring dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Tanggal 9 Juli itu akhirnya ditetapkan sebagai hari lahir Detikcom yang didirikan Budiono Darsono (eks wartawan Detik), Yayan Sopyan (eks wartawan Detik), Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo), dan Didi Nugrahadi. Semula peliputan utama Detikcom terfokus pada berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Baru setelah situasi politik mulai reda dan ekonomi mulai membaik, Detikcom memutuskan untuk juga melampirkan berita hiburan, dan olahraga (detikCom, 2019).

Detikcom sebagai *pioneer* dari situs berita *online* di Indonesia membuat peneliti memilih Detikcom sebagai objek yang akan diteliti.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

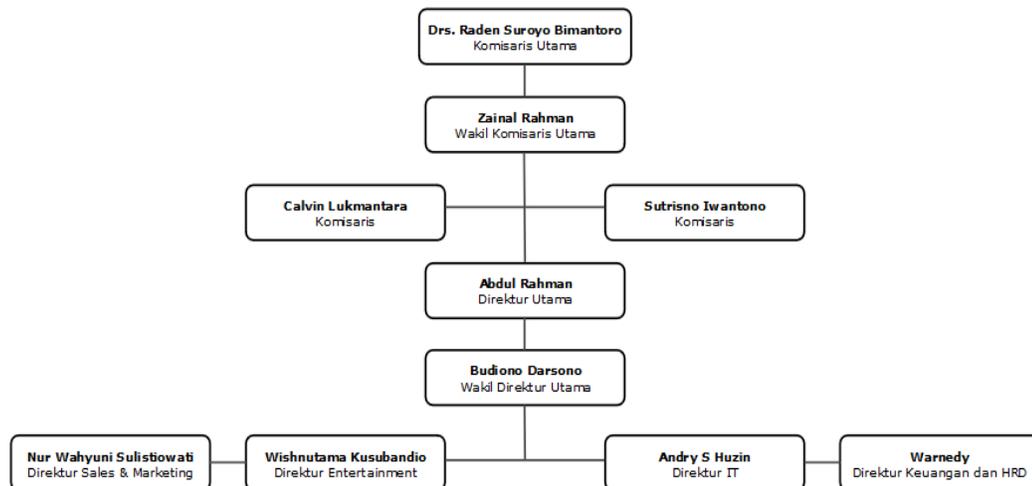
Adapun visi dari Detikcom adalah menjadi tujuan utama orang Indonesia untuk mendapatkan konten dan layanan digital, baik melalui internet maupun selular/ *mobile*.

Sedangkan misi dari Detikcom adalah:

1. Memiliki komitmen tinggi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.
2. Memberikan kesejahteraan kepada karyawan dan menjadi tempat yang baik untuk berkarier.
3. Memberikan hasil optimal yang berkesinambungan bagi pemegang saham.

1.1.3 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan Detikcom dapat dilihat pada Gambar 1.2.

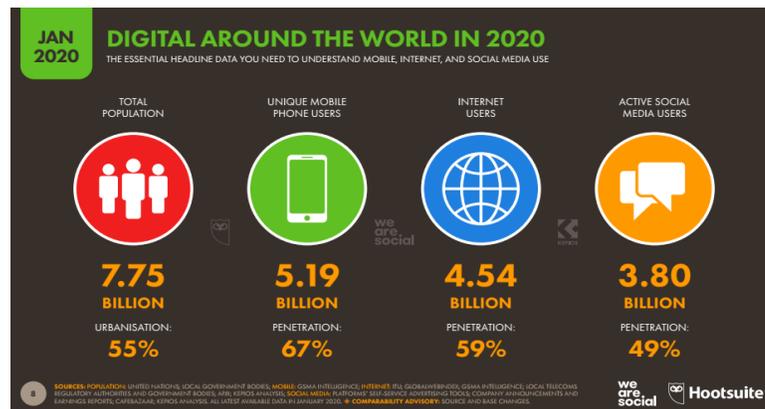


Gambar 1.2 Struktur Organisasi Detikcom

Sumber : (detikCom, 2019)

1.2 Latar Belakang

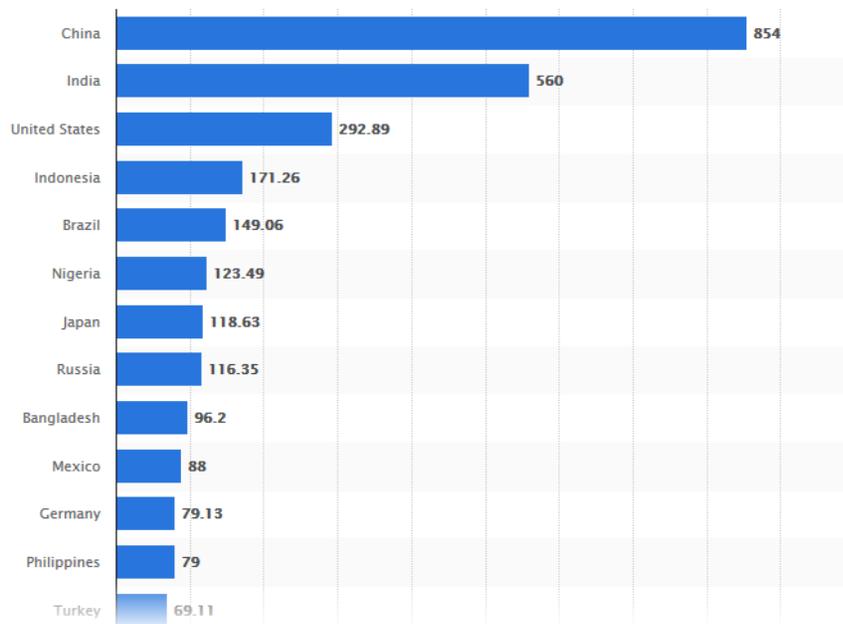
Setiap tahunnya teknologi informasi dan komunikasi berkembang begitu pesat termasuk diantaranya adalah internet dan *website*. Akses yang begitu mudah dan cepat yang dapat digunakan dimana saja, kapan saja, dan oleh siapa saja menjadi beberapa alasan berkembangnya dua hal ini.



Gambar 1.3 Pengguna Internet di dunia

Sumber: (WeAreSocial, 2020)

Berdasarkan data yang didapatkan oleh Hootsuite, jumlah pengguna internet diseluruh dunia pada Januari 2020 menyentuh angka 4,54 Miliar pengguna dengan penetrasi sebesar 59% dari tahun sebelumnya.



Gambar 1.4 Peringkat Pengguna Internet di Dunia

Sumber : (Statista, 2020)

Pada Maret 2019, Tiongkok masih menempati peringkat pertama sebagai negara dengan pengguna internet terbanyak di dunia sebanyak 854 juta pengguna. Jumlah pengguna internet di Tiongkok hampir dua kali lipat dari peringkat ke-2 yaitu India sebanyak 560 juta pengguna. Indonesia sendiri menempati peringkat ke-4 dengan total pengguna sebanyak 171,26 juta.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet tahun 2018 telah mencapai 171,17 juta jiwa atau setara dengan 64,8 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 27,91 juta jiwa dari hasil survei pada tahun 2017.

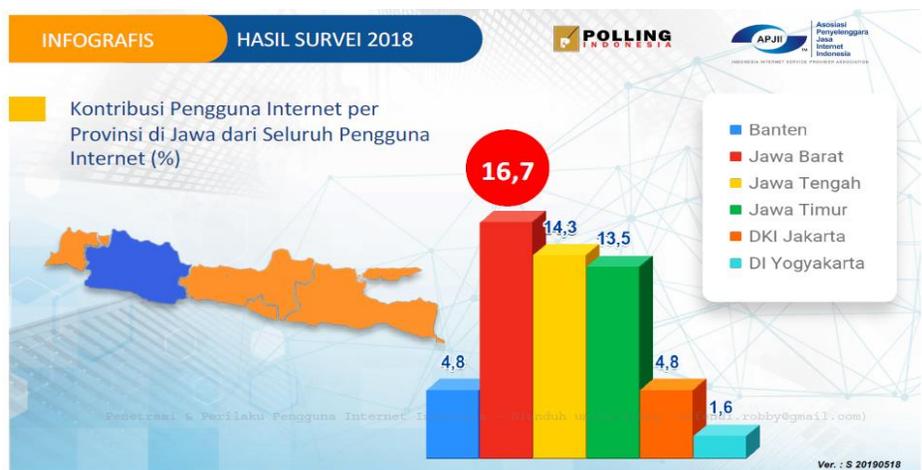
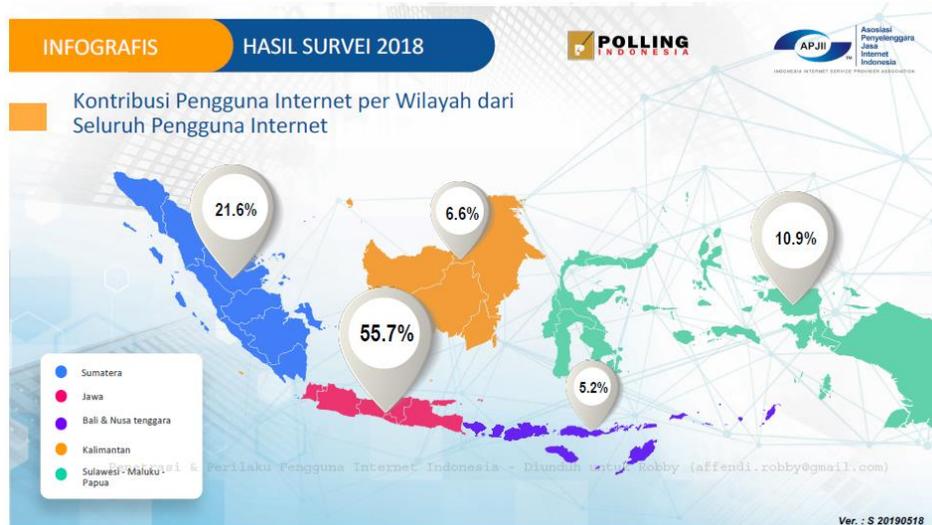


Gambar 1.5 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia

Sumber : (APJII, 2018)

Salah satu pemanfaatan internet adalah dengan adanya *website*. *Website* menjadi jembatan bagi banyak pihak untuk menyediakan dan memberikan pelayanan *online* bagi para pelanggannya (Shia, *et al.* 2016). Salah satu pihak yang memanfaatkan *website* adalah Detikcom.

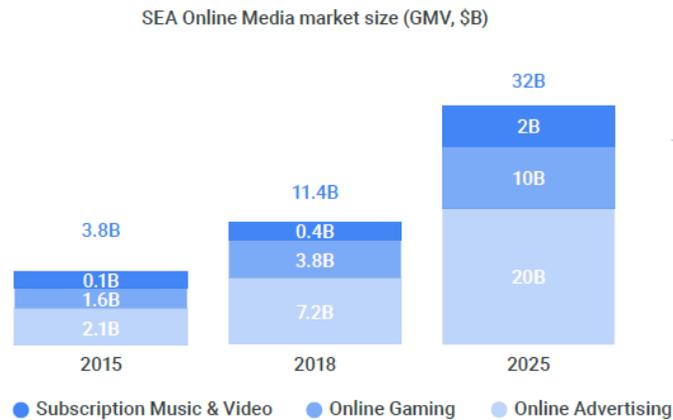
Detikcom adalah sebuah portal web yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia. Detikcom merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia yang merupakan perintis media berita *online* di Indonesia. Kalangan remaja yang biasanya sangat sulit minat untuk membaca berita menjadi pengunjung mayoritas Detikcom. Menurut Budiono Darsono selaku pendiri Detikcom, saat ini pengunjung Detikcom per harinya dapat mencapai angka 3 juta hits (ukuran jumlah pengunjung ke sebuah situs). Untuk dapat terus berkembang dan menjadi situs berita terpopuler di Indonesia, kualitas dalam segala hal tentu harus selalu diperhatikan. Apalagi Detikcom tidak memiliki *platform* media cetak dan hanya mengandalkan iklan yang masuk ke situs untuk menambah pendapatan.



Gambar 1.6 Komposisi Pengguna Internet di Indonesia dan Jawa Barat

Sumber : (APJII, 2018)

Statistik pada Gambar 1.4 memaparkan bahwa Pulau Jawa menjadi pulau dengan pengguna internet terbanyak di Indonesia sebesar 55,7% dari total keseluruhan, tepatnya Provinsi Jawa Barat menjadi provinsi dengan kontribusi pengguna internet terbesar di Pulau Jawa dengan persentase sebesar 16,7% dari seluruh pengguna internet di Pulau Jawa.



Gambar 1.7 Penyebaran Pasar Media Online

Sumber : (Google & Temasek, 2018)

Statistik pada Gambar 1.2 menjelaskan tentang statistik segmen pasar di internet atau media *online*. *Online Advertising* atau Periklanan *Online* menjadi segmen pasar terbesar media *online* yang pada tahun 2018 mencapai angka \$7 Miliar. Tingginya angka pendapatan itu didorong oleh investasi pemasaran digital pada berbagai platform seperti app store, situs berita, search engine, media sosial dan video streaming. *Online Advertising* diproyeksikan akan mencapai angka \$20 Miliar pada tahun 2025.

Dominasi *online advertising* di internet membawa keuntungan bagi berbagai pihak, terutama menguntungkan bagi jasa situs berita *online*. Dengan adanya situs berita *online*, kebutuhan masyarakat mengenai informasi apapun yang sedang atau telah terjadi menjadi semakin mudah untuk didapatkan. Masyarakat tinggal mengakses situs yang telah disediakan oleh penyedia jasa situs berita *online* untuk menemukan informasi yang diinginkan.

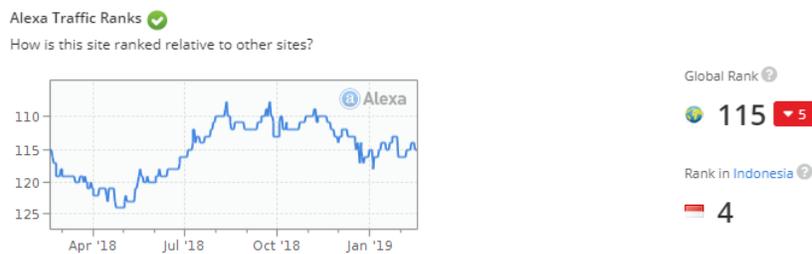
Tabel 1.1 Ranking Situs Berita di Indonesia

Peringkat	Situs Berita
1	Tribunnews

2	Detikcom
3	Kompas
4	Liputan6

Sumber: (SimilarWeb, 2020)

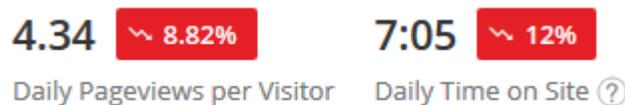
Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa Tribunnews merupakan situs berita *online* terpopuler di Indonesia, diikuti oleh Detikcom sebagai *pioneer* situs berita *online* hanya berada di urutan kedua, kemudian Kompas di urutan ketiga dan urutan terakhir Liputan6. Pemingkatan ini diperoleh dari banyaknya kunjungan *website* tersebut.



Gambar 1.8 Ranking Detik.com di Alexa per Januari 2019

Sumber: (Alexa, 2019)

Berdasarkan data dari alexa.com menunjukkan bahwa Detikcom menempati urutan ke-4 di Indonesia dan ke-115 di dunia sebagai *website* yang paling sering dikunjungi. Peringkat Detikcom secara global menurun lima peringkat dari pembaharuan peringkat sebelumnya.



Gambar 1.9 Engagement Detikcom 2020

Sumber: (Alexa, 2020)

Namun dari data diatas dapat dilihat bahwa *daily page views per visitor* dan *daily time on site* Detikcom 2020 mengalami penurunan. Jumlah kunjungan ke halaman Detikcom per pengunjung sebesar 4,34 atau turun 8,82%. Serta lamanya pengunjung berada di situs Detikcom yaitu 7 menit 5 detik yang mana turun sebesar 12% dari 3 bulan terakhir.

Website Detikcom menyediakan berbagai informasi atau berita dari berbagai lingkup mulai dari olahraga, otomotif, makanan, kesehatan dan lainnya. Pengunjung dapat memilih sendiri berita jenis apa yang ingin dicari pada sub-menu yang ditampilkan. Pengunjung yang telah memiliki akun pada *website* Detikcom dapat menggunakan berbagai fitur yang disediakan seperti Forum, LiveTv, serta Kalender Event. Pengunjung juga dapat melakukan pencarian berita pada kolom pencarian yang tersedia.

(Burby & Brown, 2006) menyebutkan ada tiga matriks yang paling penting dalam melihat kualitas situs web yaitu *unique visitors*, *visits/sessions*, dan *page views*. (Laudon & Traver, 2009) menyatakan bahwa matriks yang disebutkan oleh (Burby & Brown, 2006) masih kurang tepat karena meningkatnya fitur pada halaman *website* yang menyebabkan suatu halaman dapat memiliki banyak halaman lagi didalamnya. Kemudian, (Laudon & Traver, 2009) menyarankan matriks lain untuk mengukur kualitas dan kinerja situs web yang disebut durasi. Durasi adalah rata-rata lama waktu yang dihabiskan pengunjung di situs web. Durasi sangat penting karena semakin lama pengunjung berada di situs web, semakin besar kemungkinan pengunjung untuk mengambil tindakan di situs tersebut.

Kualitas *website* merupakan faktor penting untuk mendorong bisnis *online* yang telah diakui secara umum (Xie & Barnes, 2009). Oleh karena itu, memahami kualitas *website* Detikcom dengan variabel terkait yang mempengaruhi kepuasan menjadi fokus utama dari penelitian ini. Pengukuran kualitas *website* yang dilakukan dapat membantu perusahaan. Perusahaan dapat melakukan pemeliharaan dan perbaikan

terhadap *website* berdasarkan hasil yang didapatkan dari pengukuran kualitas *website*. Perusahaan juga dapat meningkatkan pelayanan terhadap konsumennya. Pelayanan yang dilakukan perusahaan berupa interaksi antara perusahaan dan konsumen yang dimulai dari web *e-commerce* tersebut (Alhasanah, 2014).

Menurut (Barnes & Vidgen, 2002) kualitas *website* memiliki tiga komponen tolak ukur yaitu *usability quality* (kegunaan), *information quality* (kualitas informasi), dan *service interaction quality* (kualitas interaksi layanan) . Ketiga komponen tersebut merupakan bagian dari komponen tolak ukur kualitas *website* yang ada pada metode Webqual 4.0.

WebQual merupakan salah satu metode pengukuran kualitas *website* menurut persepsi pengguna akhir yang dikembangkan oleh (Barnes & Vidgen, 2000). Metode ini sudah banyak digunakan untuk penelitian kualitas layanan sebuah *website* berdasarkan persepsi pengguna atau pengunjung (Tjiptono & Chandra, 2012). Pada penelitian yang dilakukan oleh (Barus, 2018) terhadap situs *tribunnews.com* bahwa dimensi WebQual 4.0 dapat digunakan dalam melihat kualitas *website* atau situs jurnalisme yang juga memberikan pengaruh pada tingkat kepuasan pengguna.

(Rahayu & Utami, 2018) mengatakan bahwa layanan dari sebuah *website* menjadi kebutuhan bagi penggunanya, sehingga kualitas *website* menjadi parameter atau tolak ukur kegunaan sebuah *website*. Berdasarkan *daily page views per visitor* dan *daily time on site*, *website* Detikcom mengalami penurunan yang cukup signifikan. Kualitas *website* Detikcom perlu diukur dan dievaluasi, agar dapat terus bersaing dengan tiga kompetitor besarnya. Kualitas *website* dapat diukur melalui tiga variabel yaitu, *usability*, *information quality*, dan *service interaction*. Ketiga variabel yang digunakan pada *WebQual* 4.0 dapat menjawab permasalahan perusahaan dalam menjawab kebutuhan pelanggan terhadap kualitas *website* yang dikelola perusahaan (Yaghoubi & Armesh, 2011). Berdasarkan fenomena dan fakta yang telah dijelaskan,

maka diambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Website Detik.com Terhadap Kepuasan Pengguna di Kota Bandung”**.

1.3 Rumusan Masalah

Pengguna internet di dunia setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hingga Januari 2020 saja pengguna internet di dunia telah mencapai angka 4,54 Miliar pengguna. Indonesia menempati peringkat ke-4 negara yang memiliki pengguna internet terbanyak dengan total 171,26 juta. Internet menjadi wadah bagi perusahaan untuk memanfaatkan *online advertising* untuk meraup keuntungan. Salah satu pihak yang memanfaatkan ini adalah penyedia situs berita *online*. Situs berita *online* menyediakan berita atau informasi mengenai apa yang sedang atau telah terjadi dengan cepat dan terkini.

Ada 4 jasa penyedia situs berita *online* terpopuler di Indonesia yaitu Tribunnews, Detikcom, Kompas, dan Liputan6. Detikcom sebagai *pioneer* sebagai penyedia situs berita *online* sedang mengalami penurunan yang cukup signifikan pada *daily page views per visitor* dan *daily time on site website* nya.

Detikcom seharusnya melakukan evaluasi terhadap *website* nya, karena menurut (Rahayu & Utami, 2018) layanan dari sebuah *website* menjadi kebutuhan bagi penggunanya, sehingga kualitas *website* menjadi parameter atau tolak ukur kegunaan sebuah *website*. Menurut (Xie & Barnes, 2009) kualitas *website* merupakan faktor penting untuk mendorong bisnis *online* yang telah diakui secara umum. *WebQual* 4.0 merupakan sebuah alat untuk mengukur kualitas dari sebuah *website*, yang terdiri dari tiga dimensi yaitu, *Usability*, *Information Quality* dan *Service Interaction*. Kualitas *website* Detikcom dapat diukur dan dievaluasi menggunakan *WebQual* 4.0. Mulai dari dimensi *usability* agar dapat diketahui kualitas dari desain *website*, tampilan *website*, pesan dan gambar yang diperlukan oleh pengguna, serta kemudahan dalam menggunakan *website*. Kemudian dari dimensi *information quality*, kualitas *website* mengenai konten dan informasi yang relevan bagi pengguna dapat diukur dan

dievaluasi. Serta dimensi *service interaction*, dimana kepercayaan dan empati menjadi bagian dalam pengukuran kualitas *website*.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka pertanyaan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Apakah *Usability Quality* secara parsial berpengaruh positif signifikan pada tingkat kepuasan pengguna *website* Detikcom?
2. Apakah *Information Quality* secara parsial berpengaruh positif signifikan pada tingkat kepuasan pengguna *website* Detikcom?
3. Apakah *Service Interaction Quality* secara parsial berpengaruh positif signifikan pada tingkat kepuasan pengguna *website* Detikcom?
4. Apakah dimensi WebQual 4.0 secara simultan berpengaruh positif signifikan pada tingkat kepuasan pengguna *website* Detikcom?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang akan dibahas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Usability Quality* secara positif signifikan pada *website* Detikcom terhadap kepuasan pengguna.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Information Quality* secara positif signifikan pada *website* Detikcom terhadap kepuasan pengguna.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Service Interaction Quality* secara positif signifikan pada *website* Detikcom terhadap kepuasan pengguna.
4. Untuk mengetahui pengaruh dimensi WebQual 4.0 secara simultan dan positif signifikan pada *website* Detikcom terhadap kepuasan pengguna.

1.6 Kegunaan Penelitian

Terdapat dua kegunaan penelitian, baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu :

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk kemajuan akademik dalam kajian pengembangan sistem bisnis *online* untuk menumbuhkan rasa kepuasan terhadap konsumen, serta pemahaman teoritis dalam mengukur kualitas *website* menggunakan metode Webqual 4.0

2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan portal berita *online* khususnya Detikcom dalam peningkatan kualitas *website* dimasa yang akan datang.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam penyusunan laporan pembahasan akan terbagi menjadi lima bab, yang secara singkat akan diuraikan sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistem penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

Bab ini berisi pembahasan tentang teori mengenai, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, variabel operasional, populasi dan sampel,

BAB IV Analisis Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang pembahasan yang berisi data-data yang telah dikumpulkan dan diolah, kemudian untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini akan memberikan kesimpulan dari hasil pembahasan, serta memberikan masukan atau saran yang bisa diimplementasikan oleh perusahaan.