

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi sekarang ini ditandai oleh berbagai macam perubahan. Sebagai contoh yang sangat terlihat adalah perkembangan di bidang teknologi. Teknologi merupakan hal yang tidak terlepas dari kehidupan kita sehari-hari, baik dalam pekerjaan, sekolah maupun sekedar hiburan. Salah satu fenomena yang menarik dari perkembangan teknologi adalah munculnya internet (Putra, Astuti dan Riyadi 2015). Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat, jumlah pengguna [internet](#) di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 23,5 juta atau 8,9% dibandingkan pada 2018 lalu.

Pada saat ini banyak hal yang bisa dilakukan dengan mudah melalui perkembangan internet yang semakin pesat. Internet sebagai media informasi dan komunikasi sudah sangat dikenal dikalangan masyarakat dalam menawarkan kemudahan dan fleksibilitas yang cukup memadai ketika menjadi media karena dari itu internet digunakan berbagai kalangan masyarakat untuk memenuhi informasi yang mereka butuhkan. Menurut Sunarto (2009:25) teknologi yang muncul pada saat ini tidak lagi sebagai kebutuhan untuk memudahkan dalam melakukan aktivitas saja, tetapi sebagai alat untuk mendukung aktivitas bisnis disebuah perusahaan.

Sejak internet dikembangkan untuk tujuan komersial, perusahaan mengadopsi dalam kegiatan operasional bisnisnya. Salah satu penggunaan internet adalah untuk pemasaran. Internet dapat digunakan untuk menjual berbagai produk yang siap dipasarkan. Hal ini dapat dicapai melalui penggunaan internet untuk mengiklankan produk guna meningkatkan kesadaran produk dan profil perusahaan di antara konsumen potensial dalam suatu pasar. Internet dapat menampilkan profil perusahaan sebagai sarana promosi dalam dunia bisnis. Perusahaan menggunakan internet untuk memberikan informasi pada konsumen dan rekan kerjanya secara langsung

tanpa melalui perantara. *Online store* merupakan salah satu contoh kehadiran perusahaan di internet (Aribowo dan Nugroho, 2013).

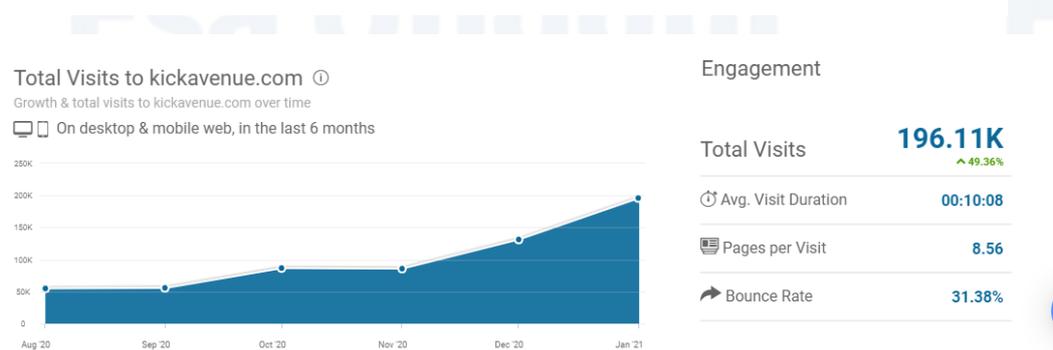
Perkembangan internet yang semakin marak ini menyebabkan adanya perubahan-perubahan dalam banyak hal, salah satu perubahan yang cukup terlihat jelas ada pada sektor bisnis, dimana pembelian atau belanja barang ataupun jasa secara *online* atau yang bisa disebut *online shopping*. Belanja *online* atau *e-commerce* merupakan salah satu cara berbelanja melalui alat komunikasi elektronik atau jejaring sosial yang digunakan dalam transaksi jual beli, di mana pembeli tidak perlu susah payah datang ke toko untuk melihat dan membeli apa yang mereka cari, hanya tinggal melihat barang yang diinginkan melalui internet kemudian memesan barang sesuai pilihan dan mentransfer uangnya dan kemudian barang tersebut akan dikirim oleh toko *online* tersebut kerumah (Nusarika dan Purnami, 2015)

Dengan adanya *e-commerce* ialah salah satu bentuk perubahan yang disajikan oleh internet dari yang berinovasi dalam berbelanja dengan memberikan berbagai kemudahan dalam segala prosesnya. *E-commerce* pada saat ini tidak hanya menjual barang-barang kebutuhan rumah tangga tetapi tersedia beberapa *e-commerce* khusus untuk fashion style. Salah satu jenis *e-commerce* di Indonesia yang menjual produk fashion style khususnya produk sneakers adalah *E-commerce Kick Avenue*. *Kickavenue.com* adalah tempat belanja *sneakers* berbasis *online* yang memungkinkan setiap orang yang ingin menjual ataupun membeli *sneakers* melakukan transaksi dengan mudah, sekaligus memberikan sebuah pengalaman jual beli sneakers dengan aman dan nyaman. Salah satu cara *Kick Avenue* mengembangkan, merawat, mengenalkan dan menarik konsumen untuk membeli produk sneakers yang ada di *e-commerce* nya adalah dengan mempermudah setiap pembelian *sneakers* yang ada melalui *website* dengan *tools* yang lebih menarik dan mempermudah konsumen untuk membeli sneakers yang diinginkan melalui *website* nya. Dalam *website* *Kickavenue* tersebut konsumen atau pencinta *sneakers* dapat mencari jenis *sneakers* apapun dari berbagai merek sepatu yang ada dalam berbagai jenis ukuran dan harga yang dicantumkan dalam

*website* tersebut, hal itu dilakukan agar konsumen lebih mudah untuk mengakses *sneakers* yang ditawarkan dan mendapatkan informasi yang lengkap mengenai Kickavenue.com.

Menurut Christopher Eko, CEO dari Kick Avenue mengatakan Kehadiran Kick Avenue menurut Chrishtopher untuk menjawab keresahan para sneakerhead *dalam* permasalahan aftermarket seperti garansi keaslian, harga yang kompetitif, dan efisiensi pencarian produk melalui *website* yang sangat memudahkan para sneakerhead. Dalam *website* Kick Avenue sendiri menciptakan harga yang kompetitif, Kick Avenue membuat sistem *website marketplace* menjadi lebih unik ketimbang *website marketplace* pada umumnya dengan mengadopsi sistem bursa dengan harga produk yang terendah yang akan ditampilkan terlebih dahulu dalam *website*.

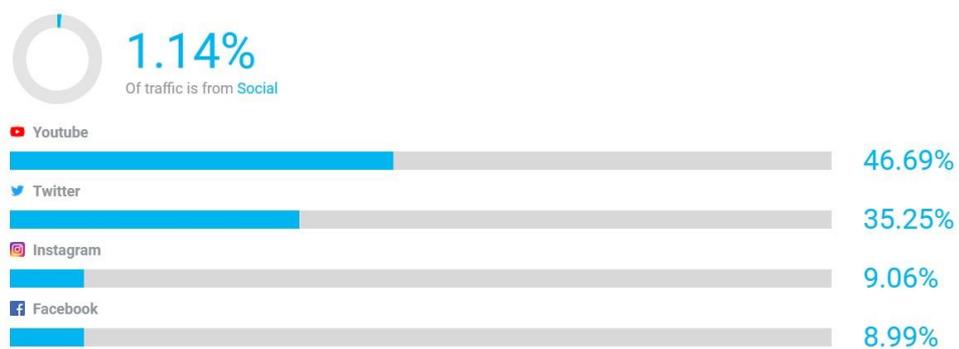
Menurut Shin *et al* (2013) dan Tandon *et al* (2017), kualitas *website* ini diartikan sebagai persepsi dari keseluruhan kualitas situs pusat perbelanjaan internet yang sesuai sudut pandang pelanggan. Sedangkan menurut Bavarsad *et al* (2013), *website* yang baik mempunyai kualitas operasional yang memungkinkan konsumen untuk melakukan kegiatan *e-shopping* dengan lebih mudah dan efisien. Dalam hal ini Kick Avenue memaksimalkan kualitas *website* nya dan juga memiliki keunikan tersendiri yang membedakan Kick Avenue dengan *e-commerce sneakers* lainnya.



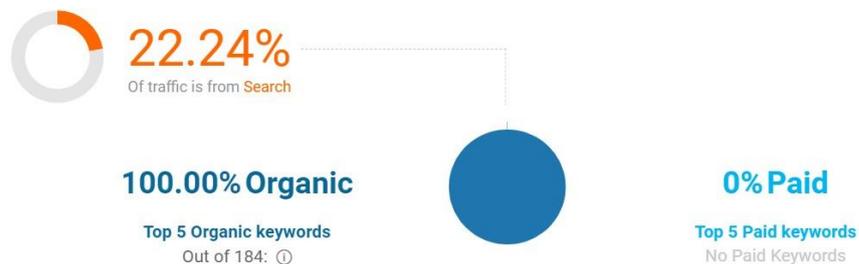
Gambar 1.1 Traffic Pengunjung Website kickavenue.com

Dari gambar diatas menjelaskan bahwa website kickavenue.com mendapatkan kenaikan total visit pada bulan Januari 2020 sebanyak 49,36% dari 196,11 jiwa di Indonesia dengan kualitas website yang disuguhkan oleh kickavenue. Dengan jumlah visitor website yang banyak dan mengalami kenaikan tersebut kickavenue.com mendapatkan keluhan yang disampaikan oleh para pengguna website melalui feedback yang diberikan pada halaman Google Play Store dan App Store, permasalahan yang dikeluhkan pengguna yaitu sering terjadi crash dengan presentase keluhan 37%, terjadinya lelet 21%, respon customer service yang lambat 26%, dan beberapa pengguna juga mengeluhkan kesulitan dalam melakukan login 15%.

### Social <sup>①</sup>



Gambar 1.2 Traffic Social Website Kick Avenue



Gambar 1.3 Traffic Search Website Kickavenue

Dari keluhan yang ada, sangat disayangkan terjadi penurunan traffic sosial dan pencarian dimana kickavenue hanya mendapatkan presentase sosial sebesar 1,14% dan juga traffic dari pencarian keywords kick avenue yang hanya mendapatkan 22,24%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen kickavenue.com memberikan umpan balik terkait ketidakpuasan mereka terhadap kickavenue.com. image yang buruk akan berpengaruh terhadap perusahaan itu sendiri sebaliknya image yang baik akan berpengaruh baik pula terhadap perusahaan.

Citra merupakan cara pandang pihak lain terhadap segala kegiatan, perencanaan serta aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi. Frank Jefkins mengatakan citra adalah kesan yang muncul sebagai hasil dari pengalaman dan perasaan yang dialami atau dirasakan oleh seseorang (Ardianto, 2011:62). Dengan adanya citra, publik dapat dengan lebih mudah memberi penilaian atas sebuah organisasi. Keberadaan citra ini juga mampu mendukung eksistensi sebuah organisasi.

Citra dalam sebuah perusahaan dapat diukur dalam berbagai macam tampilan yang dapat dilihat di media massa, baik melalui media cetak maupun media elektronik. Keberadaan citra ini juga mampu mendukung eksistensi sebuah organisasi Perusahaan yang mempunyai citra baik di mata konsumen, produk dan jasanya relatif lebih bisa di terima konsumen dari pada perusahaan yang tidak mempunyai citra.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa segala sesuatu yang ada dalam tampilan media sosial sebuah e-commerce khususnya dalam hal ini kualitas website sangat berpengaruh besar terhadap citra perusahaan. Maka dari itu image positif sangat perlu untuk dipertahankan dan dikembangkan agar marketplace kickavenue bisa terus menjadi e-commerce sneakers nomor satu di Indonesia. Tentunya dengan website tersebut Kick Avenue di harapkan dapat menambah daya tarik sekaligus minat beli para *sneakerhead* untuk melakukan pembelian suatu produk melalui *website* Kickavenue.com

## 1.2 Rumusan Masalah

Kualitas website dalam sebuah perusahaan menjadi salah satu hal yang penting dan juga bisa berpengaruh terhadap citra perusahaan, apakah dengan kualitas *website* yang baik akan berpengaruh dan juga dapat meningkatkan serta mempertahankan citra perusahaan karena saat ini konsumen sangat selektif dalam memilih tempat untuk melakukan transaksi jual beli suatu produk melalui media online, dan apakah dengan *website* yang disediakan akan berdampak pada citra positif dari konsumen Kickavenue.com.

Dari fenomena yang sudah dipaparkan di atas peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul ‘ Hubungan Kualitas *Website* Kickavenue.com Dengan citra perusahaan *E-Commerce* Kick Avenue ‘

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka terdapat beberapa tujuan dari penelitian ini diantaranya yaitu :

1. Untuk mengetahui kualitas *website* Kickavenue.com
2. Untuk mengetahui apakah ada hubungan kualitas *website* terhadap citra perusahaan dimata konsumen dengan adanya *website* di *platform* Kick Avenue.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian yang dilakukan oleh penulis, diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis sebagai berikut :

1. Dapat bermanfaat dan menambah wawasan mengenai kualitas website dalam membangun citra perusahaan Kick Avenue.
2. Penelitian ini juga bertujuan untuk menambah informasi tentang pengaruh kualitas website terhadap citra perusahaan.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Melalui penelitian yang dilakukan oleh penulis, diharapkan dapat memberikan manfaat praktis sebagai berikut :

1. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi bagi praktisi komunikasi hubungan masyarakat mengenai bagaimana pengaruh kualitas *website* terhadap suatu perusahaan.
2. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi ilmu serta tambahan referensi yang dapat dipertimbangkan untuk menjadi bahan bagi peneliti selanjutnya.