

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek penelitian

PT. Parametrik Solusi Integrasi merupakan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) bergerak dalam bidang jasa solusi dan integrasi permasalahan – permasalahan pada penelitian dan pengembangan, teknik, alat-alat teknik dan manufaktur. Tidak hanya itu Parametrik juga menjual beberapa *software* serta investasi teknologi yang meliputi *Technical Support, Training, Consulting* dan *Engineering Services*.

Adapun beberapa *software* yang diperjualkan oleh PT. Parametrik Solusi Integrasi diantaranya merupakan *software*:

- CAD (*Computer Aided Design*) meliputi CREO PARAMETRIC, CREO VIEW MCAD, CREO VIEW ECAD, CREO SCHEMATICS, CREO LAYOUT, CREO SKETCH, CREO ILLUSTRATE, CREO OPTION MODELER dan CREO DIRECT
- CAE (*Computer Aided Engineering*) meliputi ALTAIR HYPERWORKS, CREO SIMULATE, MATHCAD, MIDAS dan SIGMASOFT.
- CAM meliputi CREO CAM dan NCGCAM.
- PLM (*Product Lifecycle Management*)

PT. Parametrik Solusi Integrasi juga menawarkan produk barang diantaranya berupa:

**TABEL 1.1** Tabel Detail Produk Barang Parametrik

Nama Produk	Keterangan
<p data-bbox="411 506 544 533">Ventilator</p> 	<p data-bbox="986 506 1361 1413">Ventilator medis adalah perangkat kesehatan revolusioner yang menjadi pilar dalam dunia perawatan kesehatan. Ini adalah mesin canggih yang dirancang untuk memberikan bantuan pernapasan kepada pasien yang mengalami kesulitan bernapas atau bahkan kegagalan pernapasan total. Ventilator ini berperan sebagai "penyelamat kehidupan" yang tak tergantikan dalam situasi darurat dan perawatan intensif.</p> <p data-bbox="986 1547 1361 1919">Namun, ventilator medis bukan hanya sekadar alat teknologi. Ini adalah simbol harapan dan kesempatan. Ventilator menghadirkan kesempatan bagi pasien untuk bernapas dengan</p>


	<p>bebas dan pulih. Ini adalah alat yang memungkinkan tim medis untuk memberikan perawatan yang sangat penting dan presisi kepada pasien yang membutuhkan.</p> <p>Ventilator juga menjadi cermin inovasi dalam dunia medis. Terus menerus dikembangkan dan diperbarui, ventilator medis adalah contoh sempurna dari bagaimana teknologi terus memajukan perawatan kesehatan.</p> <p>Berbeda dengan ventilator medis yang telah umum dipasaran. Ventilator produk parametrik telah berkembang menjadi perangkat yang ringan, mudah dibawa, dan ditenagai oleh baterai. Ini adalah terobosan penting yang memungkinkan perawat dan dokter untuk memberikan perawatan</p>
--	--

	<p>kesehatan yang terbaik tanpa harus terbatas oleh batasan daya listrik atau infrastruktur khusus. Dengan ventilator yang dapat digunakan secara portable, pasien yang memerlukan bantuan pernapasan tidak perlu lagi terbatas di ruang perawatan intensif atau di lingkungan klinik yang terbatas</p>
<p>Paratap-40</p> 	<p>Mesin ini adalah perangkat otomatis yang digunakan dalam industri perkebunan khususnya oleh Perhutani untuk mengekstrak getah dari pohon karet. Mesin ini membantu menggantikan pekerjaan manual dalam proses penyadapan getah yang biasanya dilakukan oleh pekerja perkebunan, menggunakan cangkul sadap.</p> <p>Mesin penyadap getah otomatis dilengkapi dengan pisau yang melintir atau</p>

	<p>pahat kecil yang memotong kulit pohon karet untuk menghasilkan sayatan yang dalam. Getah alami kemudian mengalir keluar dari sayatan tersebut dan dikumpulkan dalam wadah yang terpasang pada mesin. Proses ini biasanya berlangsung secara terus-menerus dan efisien.</p> <p>Keuntungan dari penggunaan mesin penyadap getah otomatis termasuk peningkatan produktivitas, pengurangan ketergantungan pada pekerjaan manual yang berat, dan kemampuan untuk menghasilkan getah dengan kualitas yang lebih konsisten. Mesin ini juga membantu mengurangi risiko cedera pekerja dan mengoptimalkan produksi perkebunan karet.</p>
Desalinasi	Desalinasi adalah solusi inovatif yang memadukan



teknologi desalinasi, energi matahari, dan penyimpanan energi baterai aki untuk menghasilkan air tawar yang aman dan garam sebagai produk sampingan. Mesin ini dilengkapi dengan panel surya terintegrasi yang mengubah sinar matahari menjadi listrik untuk menggerakkan proses desalinasi pada siang hari. Energi berlebih dari panel surya disimpan dalam baterai aki yang dapat digunakan saat matahari tidak tersedia, seperti di malam hari atau saat cuaca buruk. Desalinator menggunakan proses desalinasi terkini, seperti Reverse Osmosis (RO), untuk menghilangkan garam dan kontaminan dari air laut, menghasilkan air tawar yang aman untuk berbagai keperluan. Produk ini juga menghasilkan garam yang dapat digunakan dalam berbagai aplikasi industri. Dengan

	<p>portabilitasnya yang mudah, Desalinator adalah solusi ramah lingkungan yang dapat digunakan di daerah-daerah yang mengalami kekurangan air tawar alami, membantu meningkatkan akses ke air bersih sambil mengurangi ketergantungan pada sumber daya fosil.</p>
<p>Parapump-50</p> 	<p>Parapump-50: Parapump-50 adalah sebuah mesin pompa air dinamo yang dirancang untuk mengangkat air dari sungai ke tempat yang lebih tinggi, memanfaatkan aliran sungai sebagai sumber daya energi utamanya. Mesin ini adalah solusi inovatif untuk memenuhi kebutuhan air di daerah-daerah yang memiliki aliran sungai yang andal namun terletak di dataran yang lebih tinggi.</p> <p>Dengan konsep yang sederhana, Parapump-50</p>

	<p>berfungsi ketika air sungai mengalir melewati perangkat ini. Aliran air sungai menggerakkan dinamo atau generator khusus, yang kemudian digunakan untuk mengoperasikan pompa air. Pompa air mengambil air dari sungai dan mengangkutnya ke tempat yang lebih tinggi, mengatasi perbedaan ketinggian yang mungkin ada.</p> <p>Keunggulan utama dari Parapump-50 adalah kemampuannya untuk memompa air menggunakan tenaga aliran sungai itu sendiri, tanpa memerlukan sumber energi eksternal seperti listrik atau bahan bakar. Produk ini sangat bermanfaat untuk pertanian di lereng bukit atau daerah yang tidak memiliki akses mudah ke air bersih. Dengan minimnya pemeliharaan</p>
--	---



	<p>yang diperlukan, Parapump-50 dapat menjadi solusi yang efisien dan berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan air dalam berbagai konteks.</p> <p>Mesin Parapump-50 adalah contoh nyata dari bagaimana teknologi sederhana dapat digunakan untuk mengatasi tantangan ketersediaan air, sambil tetap memperhatikan dampak lingkungan dan efisiensi energi yang tinggi. Produk ini membantu menghubungkan masyarakat dengan sumber air yang berharga, menjembatani kesenjangan akses air di daerah yang membutuhkannya.</p>
--	---

PT. Parametrik Solusi Integrasi juga menyediakan solusi berupa produk maupun jasa bagi konsumen perusahaan industri yang bergerak di bidang:

- *Research and Development (RnD)*
- *Tools and Engineer*

- *Manufacture*
- *Transportation*
- *Consumer Electronics*
- *Heavy Equipment*
- *Home Appliances & Equipment*
- *Industrial & Automation Equipment*
- *Oil & Gas*

Dalam mengembangkan teknologi maupun menyediakan jasa solusi Parametrik terbagi menjadi dua divisi yaitu *Mechanical* dan *IoT (Internet of Things)*. Dalam rangka meningkatkan kemampuan pengembangan teknologi, Parametrik juga menciptakan kemitraan terhadap akademisi, industri maupun pemerintah. Luasnya kemitraan yang dibangun akan menghasilkan pelayanan produk maupun jasa yang memuaskan.

### 1.1.1. Profil dan Sejarah Berdirinya Perusahaan



**GAMBAR 1. 1** Gambar Gedung Perusahaan Parametrik

*Sumber : Data Perusahaan, 2023*

PT. Parametrik Solusi Integrasi berdiri pada tahun 1998, berlokasi di Alam Sutera, Tangerang, Provinsi Banten. Latar belakang berdirinya perusahaan ini bermula dari PTC (*Parametric Technology Corporation*), perusahaan dari Amerika yang membuka cabang di Indonesia untuk menjualkan *software*. Dikarenakan tragedi kerusuhan yang terjadi di tahun 1998 membuat para *engineer* dari luar negeri tersebut kembali ke negaranya. Perusahaan ini berdiri karena inisiatif dari pegawai PTC yang bernama Aris Budiarto dan Dani. Sebelum tragedi 1998 Aris Budiarto bekerja di PTC sebagai *engineer* dan Dani sebagai *salesman software*. Mereka berdua merupakan pelopor berdirinya PTC di Indonesia hingga saat ini, dengan mempunyai hubungan secara langsung dengan PTC, mereka melanjutkan perusahaan PTC ini dengan nama PT. Parametrik Solusi Integrasi. Perusahaan mulanya berkembang sebagai perusahaan penjual *software*. Namun, seiring berjalannya waktu PT. Parametrik Solusi Integrasi juga menyediakan layanan *consultant* bagi perusahaan-perusahaan yang membutuhkan.

Adanya layanan *consultant* dapat menjembatani perusahaan yang membutuhkan solusi dalam sebuah *project*. Parametrik Solusi Integrasi dalam perjalanannya juga melakukan beberapa pengembangan teknologi.

PT. Parametrik Solusi Integrasi juga bekerja sama dengan berbagai mitra seperti industri dan akademisi. Pengembangan Teknologi dilakukan dengan berbagai mitra untuk mencapai keuntungan yang maksimal. Salah satu contoh pemngembangan teknologi PT.Parametrik beserta kerjasama mitra akademisi ITB adalah pembuatan torpedo.

PT. Parametrik Solusi Integrasi menjual beberapa *software* PTC seperti CAD, CAE, CAM, Maintenance dan PLM. Selain menjual beberapa *software* PT. Parametrik Solusi Integrasi menyediakan beberapa layanan servis seperti *workshop* dan training. PT. Parametrik Solusi Integrasi juga memiliki cabang perusahaan di Kota Bandung.

### **1.1.2. Visi Perusahaan**

Menjadi sebuah perusahaan yang memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan teknologi Indonesia.

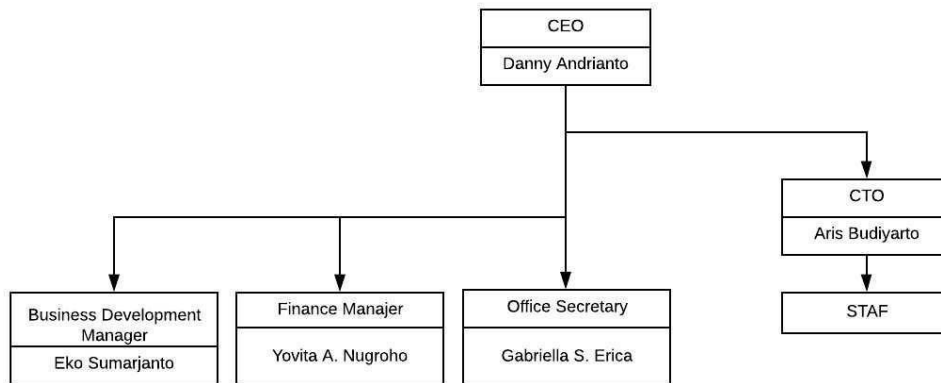
### **1.1.3. Misi Perusahaan**

- Memberikan solusi pada setiap permasalahan pada perusahaan • Melakukan riset dan pengembangan teknologi terkini.
- Menyalurkan pemanfaatan teknologi kepada elemen masyarakat yang tepat
- Memaksimalkan hasil pengembangan teknologi

### **1.1.4. Tujuan Perusahaan**

- Menjual *software* PTC seperti CAD, CAE, CAM, Maintenance dan PLM.
- PT. Parametrik Solusi Integrasi ingin dapat membantu beberapa permasalahan yang dialami perusahaan-perusahaan dengan layanan *consultant*, solusi dan integrasi.
- Pengembangan teknologi yang terus dilakukan PT. Parametrik Solusi Integrasi juga bertujuan untuk membantu permasalahan-permasalahan di Indonesia.
- Pengembangan teknologi dilakukan untuk memberikan peluang negara Indonesia untuk menciptakan sebuah produk yang belum pernah diciptakan di Indonesia.

### 1.1.5. Struktur Organisasi



**GAMBAR 1. 2** Struktur Organisasi di Parametrik

*Sumber : Data Perusahaan, 2024*

#### 1. Linkup Staff Pekerjaan

##### 1. CEO

- Merencanakan, mengelola, menganalisis segala aktifitas fungsional.
- Merencanakan dan mengelola proses anggaran.
- Membuat keputusan.

##### 2. CTO

- Memotivasi anggota tim.
- Merekrut anggota tim

- Membangun hubungan dengan investor
- Melakukan pengembangan produk
- Melakukan penelitian guna mendapatkan inovasi produk

### 3. *Business Development Manager*

- Melakukan branding perusahaan
- Menawarkan produk perusahaan ke klien
- Mencari klien

### 4. *Office Secretary*

- Menerima dan melayani telepon
- Menata arsip.

### 5. *Finance Manager*

- Memeriksa pembukuan.
- Menyusun Rencana Anggaran Pengeluaran Belanja Organisasi (RAPBO).
- Mengelola bukti transaksi.

### 6. Staff

- Melakukan penelitian dan pengembangan produk
- Melakukan pekerjaan ke lapangan • Melakukan koordinasi hasil pekerjaan.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Kebanyakan *website* saat ini, dianggap sebagai sebuah media *digital* yang lama atau tradisional, jika kita mengacu atau membicarakan tentang peranya dalam fungsi *Camapign* di era *digital* di tahun 2024, (saat tulisan ini diketik). Seperti yang dikemukakan oleh seorang direktur sekaligus ahli strategi *digital* pada perusahaan “Amsive” dalam artikel jurnalnya yang berjudul “*When Search Isn’t Search Anymore, But It Is Still Search*” (Jonathan Kagan, 2024), dalam artikel panjangnya dia beropini “*Bidding ads in a social media platform the way you used to bid on search ads 20 years ago*” pada artikel panjangnya makna opini ini menyiratkan jika penawaran iklan di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, X, dan sebagainya, kurang lebih memiliki cara penawaran dan teknik menampilkannya, masih sama seperti penawaran iklan yang ditampilkan pada *website* oleh para ahli marketing *digital* sejak 20 tahun sebelumnya. Secara tidak langsung pendapat ini mengatakan jika *website* saat ini, jika dibandingkan dengan media sosial, peranya sudah dianggap ketinggalan jaman dan kurang dilirik oleh orang-orang di masa sekarang (2024), meskipun penerapan dan teknik promosi yang dikerahkan masih sama

Secara tidak langsung, *digital* ditahun 2024 ini lebih didominasi tentang upaya untuk meningkatkan kesadaran merk atau *brand awwarness* yang diprioritaskan pada media sosial saja. Dan upaya untuk menggunakan *website* sebagai media *brandding* dianggap kurang menguntungkan atau kurang populer.

Pada mulanya *website* pertama di dunia dibuat oleh Tim Berners-Lee, seorang ilmuwan komputer asal Inggris yang bekerja di CERN (*European Organization for Nuclear Research*). Pada tahun 1990, Berners-Lee mengembangkan *World Wide Web* (WWW), sebuah sistem yang memungkinkan pengaksesan informasi melalui internet menggunakan URL (*Uniform Resource Locator*). *Website* pertama ini, diluncurkan pada 6 Agustus 1991. Awal dari *website* ini hanyalah sebuah halaman sederhana berupa artikel tulisan yang menjelaskan konsep dasar World Wide Web dan bagaimana cara membuat situs web yang serupa. Bahkan sampai saat ini



halaman *website* pertama kali di dunia ini masih bisa kita akses dengan laman <https://info.cern.ch/>



**GAMBAR 1. 3** Tampilan *Website* Pertama Di Dunia

*Sumber : Data Penulis, 2024*

Berdasarkan catatan sejarah dan penuturan langsung oleh Berners-Lee yang tertulis pada sebuah artikel berjudul “*Lunch with the FT: Tim Berners-Lee*” yang ditulis pada tahun 2012 oleh Andrew Edgecliffe. Penggunaan *website* sebagai artikel mulai terjadi pada pertengahan hingga akhir 1990-an.

Sebelum adanya *Chrome, Microsoft Edge, Mozilla Firefox*, dll. Berdasarkan artikel sejarah yang berjudul “*The First Global Web Browser*” yang ditulis langsung oleh Marc Andreessen, pada tahun 1993, Marc Andreessen dan Eric Bina menciptakan sebuah peramban atau *browser* pertama di dunia bernama “Mosaic” salah satu web browser yang memiliki antarmuka terstruktur pertama, yang sangat memudahkan akses ke internet bagi orang-orang di seluruh dunia. Karena sebelum keberadaan Mosaic, web browser yang ada, pada umumnya berbasis teks dan tidak memiliki antarmuka visual yang terstruktur sehingga bisa dikatakan kurang ramah atau akan menyulitkan bagi pengguna orang awam atau publik, yang tidak terlalu memahami bahasa sebuah sistem operasi. Dengan munculnya *website* pertama, terjadi perkembangan internet yang pesat, orang-orang, organisasi, ataupun perusahaan mulai menciptakan sendiri *website* mereka, sehingga kebutuhan akan browser yang lebih mudah digunakan dengan tampilan yang mudah dipahami, semakin

dibutuhkan dan terus mengalami perkembangan. Hingga pada tahun 1994, Netscape Navigator diperkenalkan dan dengan cepat menjadi salah satu browser paling populer di era 90-an. Dari era ini kepopuleran Mosaic mulai menurun dan akhirnya terus tergantikan oleh *browser-browser* yang lebih baru dan modern yang mulai bermunculan. Seperti munculnya Microsoft Explorer, dan *Google search engine*.

Dengan munculnya berbagai *browser-browser* yang lebih modern dan semakin beragam, keberadaan *website* pun juga semakin bertambah banyak, dan fungsi dari *website* pun juga mulai meningkat. Dari yang awalnya *website* hanya berupa tulisan, atau halaman berbasis teks sederhana, menjadi sebuah halaman yang bisa menampilkan gambar, video, ataupun media lain seperti musik, dan sebagainya. Pengembangan, dan peningkatan fungsi *website* mulai terjadi pada tahun 2004, dimana istilah peningkatan *website* ini disebut dengan “Web 2.0”

Web 2.0 adalah istilah yang pertama kali dipopulerkan oleh Tim O'Reilly pada tahun 2004. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan berbagai kemunculan sebuah *website* atau situs baru, dengan fungsi yang ditingkatkan menjadi sebuah aplikasi web yang lebih interaktif, kolaboratif, dan berbasis komunitas. Dibandingkan dengan *website* pertama di dunia yang sebelumnya telah dibahas, atau istilah penyebutannya “Web 1.0”. Web 1.0 sebagian besar terdiri dari halaman web statis yang dibuat oleh beberapa individu atau perusahaan dan diakses oleh pengguna dalam bentuk yang tidak dapat diubah. Dengan Web 2.0, fokus bergeser ke konten yang dihasilkan pengguna (*user-generated content*), interaksi sosial, dan layanan berbasis web yang lebih dinamis.

Web 2.0 telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam dunia bisnis. Dengan memfasilitasi interaksi, kolaborasi, dan konten yang dihasilkan pengguna, Web 2.0 telah membuka peluang baru dan membentuk ulang cara perusahaan beroperasi.

Dalam penulisan tugas akhir ini fokus penelitian web akan didasarkan pada web 2.0 yang lebih spesifik pada pembuatan *website landing page* atau *Homepage*

Perusahaan. Dan meneliti seberapa besar fungsi dan manfaat yang bisa di ambil dari pembuatan *homepage website* perusahaan. Sebab dengan adanya *homepage* Perusahaan berbasis web 2.0 Pelanggan atau konsumen dapat memberikan umpan balik secara langsung, mengajukan pertanyaan, dan berinteraksi dengan merek langsung melalui situs web resmi perusahaan. Selain itu, Web 2.0 memungkinkan perusahaan untuk menjual produk dan layanan secara online, dan mendesain sendiri bagaimana tampilan halaman pembelian produk mereka. Dikarenakan jika menggunakan bantuan E-commerce pihak ketiga, tampilan halaman pembelian akan terlihat sama antar perusahaan. Dalam era *digital* yang semakin maju, pilihan platform untuk berkomunikasi dan memasarkan produk atau layanan sangat beragam. Dua jenis platform yang sering menjadi perbandingan adalah *website* tradisional dan media sosial seperti Instagram atau TikTok. Kedua platform ini memiliki kelebihan masing-masing, namun penting untuk memahami alasan di balik penggunaan *website* sebagai media utama dibandingkan media sosial dalam konteks tertentu.

Hal pertama yang bisa menjadi acuan kenapa *website* lebih dipertimbangkan dibandingkan platform lain dalam mengembangkan *Brand Image*. Karena *website* memberikan kontrol penuh kepada pemilik atas konten yang dipublikasikan, tampilan, dan interaksi dengan pengunjung. Berbeda dengan media sosial atau e-commerce yang sering kali memiliki aturan dan algoritma yang terus berubah, *website* memungkinkan perusahaan atau individu untuk menentukan sendiri bagaimana informasi disajikan dan diatur. Dengan kata lain, sebuah *website* adalah properti *digital* yang sepenuhnya dimiliki oleh perusahaan, tanpa risiko kehilangan akses karena perubahan kebijakan platform lain

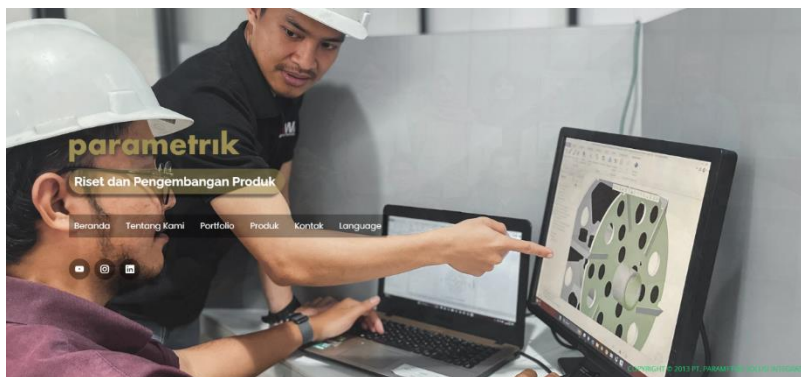
Selain itu, *website* seringkali dianggap sebagai tanda profesionalisme dan kredibilitas yang lebih tinggi. Sebuah *website* yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan potensial, memberikan kesan yang lebih serius, dan menunjukkan komitmen perusahaan dalam memberikan informasi yang lengkap dan mendalam.

Jika dilihat dari segi fungsi, *website* juga menawarkan fungsionalitas yang lebih luas. Misalnya, *website* dapat mencakup berbagai fitur seperti e-commerce, blog, forum, sistem manajemen konten, serta integrasi dengan alat analitik yang lebih mendalam. Fitur-fitur ini memungkinkan bisnis untuk tidak hanya berinteraksi dengan pelanggan tetapi juga melakukan transaksi langsung, mengelola komunitas, dan menganalisis data pengunjung dengan lebih rinci.

Salah satu keunggulan utama dari *website* adalah kemampuannya untuk dioptimalkan untuk mesin pencari (SEO). Dengan teknik SEO yang tepat, sebuah *website* dapat muncul di hasil pencarian Google atau mesin pencari lainnya, yang dapat meningkatkan visibilitas dan menarik pengunjung baru secara organik.

Dan *website* memungkinkan personalisasi yang lebih mendalam, termasuk konten yang disesuaikan dengan preferensi pengunjung, tampilan yang disesuaikan dengan branding perusahaan, dan pengalaman yang dirancang untuk memandu pengguna melalui jalur konversi yang diinginkan.

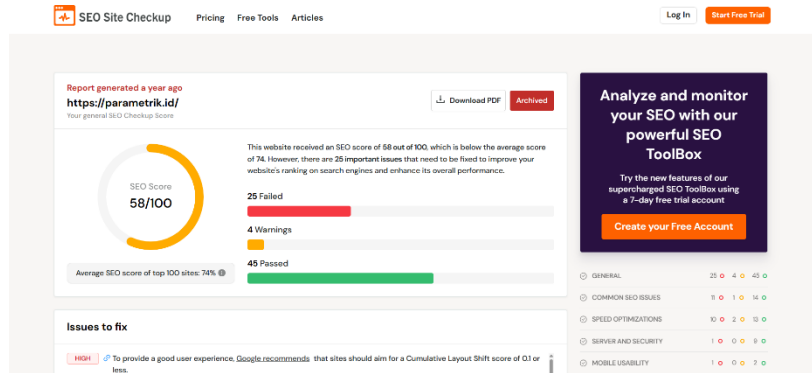
Pada tugas akhir ini, penulis bekerja sama dengan PT.Parametrik Solusi Integrasi dalam mengembangkan dan membangun *website* PT.Parametrik yang akan penulis gunakan sebagai acuan standar sebuah *website company profiling*. Parametrik sendiri sebelumnya sudah memiliki *website* resmi mereka, pada link <https://parametrik.id>.



**GAMBAR 1. 4** Tampilan *Website* Parametrik

*Sumber : Data Penulis, 2024*

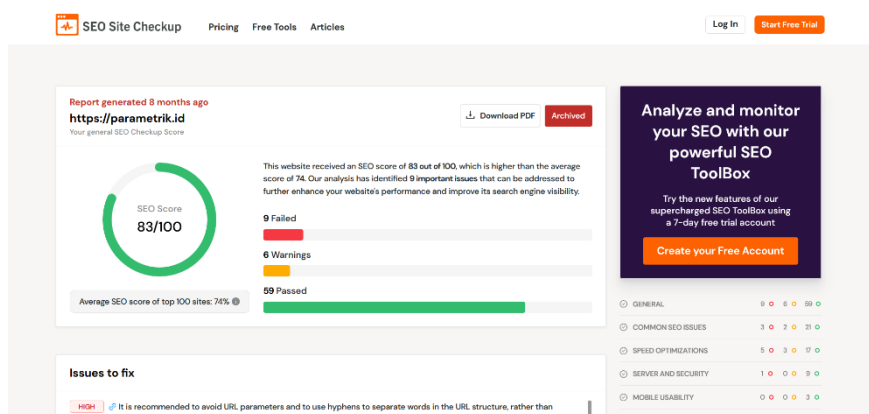
Tetapi berdasarkan data rating SEO yang diterbitkan *SEO Site checkup* ditahun 2023. Situs utama web parametrik memiliki penilaian yang sangat minimum yaitu hanya sebesar 56 poin dari 100 poin



**GAMBAR 1. 5** Gambar Total Skor SEO *Website* Parametrik Sebelum dilakukan perbaikan

*Sumber : Data Penulis, 2024*

Setelah beberapa bulan penulis lakukan perbaikan, peningkatan score seo berdasar data situs yang sama menunjukkan peningkatan skor yang lebih baik



**GAMBAR 1. 6** Gambar Total Skor SEO *Website* Parametrik Sebelum dilakukan perbaikan

*Sumber : Data Penulis, 2024*

Dikarenakan masih banyak berbagai UMKM menengah yang telah memiliki merk atau *brand* sendiri tetapi belum memiliki halaman *website*. Itulah mengapa, pada penulisan tugas akhir ini penulis mencoba untuk mengangkat judul MENGEFEKTIFKAN FUNGSI *WEBSITE* DALAM *DIGITAL* . Dengan harapan adanya penulisan tugas akhir ini mampu memberikan gambaran umum tentang peran *website* dan kelebihanya dalam membangun *image* perusahaan. Sehingga kemanfaatnya dapat diterapkan

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jelaskan sebelumnya, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Seberapa efektifkah sebuah *website* jika digunakan untuk meningkatkan *brand image* suatu perusahaan
- b. Seberapa efektifkah *website* parametrik untuk menjadi acuan dalam meningkatkan *brand image* Perusahaan berdasarkan tanggapan masyarakat/responden.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis jelaskan sebelumnya, maka penulis menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisa keefektifan sebuah *website* untuk meningkatkan *brand image* suatu perusahaan
2. Menganalisa keefektifan *website* parametrik untuk menjadi acuan dalam meningkatkan *brand image* Perusahaan berdasarkan tanggapan masyarakat/responden.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai peran dan efektivitas berbagai platform *digital*, khususnya dalam konteks penggunaan *website* dibandingkan platform lain. Ini akan membantu memperjelas pemahaman teoritis tentang bagaimana platform berbeda mempengaruhi kontrol, kredibilitas, fungsionalitas, dan pengalaman pengguna.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mendukung pengembangan teori dalam bidang pemasaran *digital* dengan menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih platform untuk kehadiran online. Penelitian ini dapat mengidentifikasi kondisi-kondisi tertentu di mana kapan sebuah perusahaan memerlukan *website* untuk meningkatkan *brand image* mereka

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pengusaha, pemasar, dan praktisi bisnis dalam menentukan platform *digital* yang paling efektif untuk membangun kehadiran online mereka. Dengan memahami fungsi paling efektif sebuah *website*, mereka dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam mengalokasikan sumber daya *digital* mereka.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dan organisasi untuk merancang strategi *digital* yang lebih efektif dengan memanfaatkan *website* secara optimal. Informasi tentang kontrol konten, SEO, dan personalisasi pengguna yang ditawarkan oleh *website* dapat meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran dan interaksi dengan pelanggan.

## 1.6 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat pembahasan masalah yang dilakukan agar penelitian lebih fokus dan dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan perumusan masalah.

Dalam penelitian ini memiliki Batasan sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif.
2. Penelitian ini hanya menganalisa *website* perusahaan PT.Parametrik Solusi Integrasi bila dijadikan acuan minimal sebuah *website official* perusahaan semisal
3. Sasaran penyebaran kuesioner penelitian ini adalah semua pengguna mesin pencari seperti google, bing, dll dengan penyempitan pengambilan populasi dan sampel yang dibahas di bab 3
4. Penelitian ini hanya sebatas menganalisa efektifitas *website* dalam membangun *brand image* perusahaan. Berbagai kemungkinan lain sebuah *website* memiliki efektifitas dalam hal selain *brand image*, tidak akan dibahas di penelitian ini
5. Penelitian ini hanya didasarkan pada algoritma dan teknologi *website* di tahun 2024 saat penulisan ini dibuat

## 1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek akhir

Umumnya sistematika menjelaskan proses dan Langkah-langkah setiap bab yang ada dalam laporan yang ditulis. Pada penulisan penelitian ini penulis membagi dalam 5 bab sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, peneliti akan membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan proyek akhir.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**



Dalam bab ini menjelaskan mengenai teori – teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, penelitian terdahulu, serta dilengkapi dengan kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai metode penelitian yang peneliti gunakan. Dimulai dengan pembahasan mengenai Pendekatan Penelitian, Jenis Penelitian, Tahapan penelitian, Populasi dan Sampel, Pengumpulan data, Teknik Pengumpulan data, Teknik keabsahan data dan pembahasan mengenai Teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan pembahasan dari hasil penelitian melalui analisi kuisisioner responden mengenai permasalahan yang sedang di teliti dan hasil akhir dalam penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari pembahasan tentang mengefektifkan fungsi *website* dalam penggunaanya di perusahaan.