

ABSTRAK

Seiring dengan era teknologi modern yang terus berkembang pesat, penting bagi para pelaku industri pariwisata untuk mengetahui perkembangan tren teknologi informasi terkini dan terus berinovasi dalam strategi pemasaran mereka agar tetap kompetitif dan untuk memenuhi permintaan pariwisata yang semakin meningkat. Oleh karena itu, organisasi manajemen destinasi atau dikenal dengan *Destination Marketing Organization* (DMO) perlu mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif dalam mempromosikan berbagai destinasi wisata dan potensi pariwisata, termasuk penggunaan website sebagai media pemasaran destinasi wisata secara digital. Website tidak hanya berfungsi sebagai media dan sarana informasi bagi para wisatawan, akan tetapi juga berguna sebagai sarana pemasaran dan promosi suatu destinasi wisata. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi kualitas situs web Pesona Karanganyar, yang merupakan salah satu situs web pariwisata resmi milik Kabupaten Karanganyar dan di kelola oleh Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Karanganyar, berdasarkan persepsi pengguna dengan menggunakan pendekatan model WebQual 4.0.

Metode WebQual 4.0 ini digunakan untuk mengukur kualitas situs web berdasarkan persepsi pengguna melalui tiga dimensi, yaitu kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner secara daring melalui Google Formulir. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden yang diperoleh melalui teknik *convenience sampling*. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara seluruh dimensi kualitas sebuah website yang meliputi aspek kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan dengan kepuasan pengguna dari situs web Pesona Karanganyar. Lebih lanjut, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan bagi DMO dalam meningkatkan visibilitas destinasi wisata secara digital dan mengoptimalkan efektivitas situs web sebagai alat pemasaran destinasi, terutama dalam konteks era pasca pandemi COVID-19.

Kata kunci: WebQual 4.0, Pemasaran Digital, Situs Web Pariwisata, Era Pasca-Pandemi

ABSTRACT

Since modern technology continues to advance and shift at a pace, tourism industry stakeholders must stay on top of these technological developments and need to get more creative with their marketing strategies in order to stay competitive and to catch up with increasing tourist demand. Destination marketing organizations, or DMOs for short, need to develop and implement effective digital marketing strategies to promote the destinations to potential tourists, including using websites as a tourism marketing medium. Tourism websites not only function as a prominent source of information for tourists, but also as a marketing and promotion tool for a tourist destination and its development. The current study aims to assess the perceived quality of the Pesona Karanganyar website by adopting a website quality assessment framework, WebQual 4.0 scale which is an instrument for measuring the quality of websites through users' perception. The WebQual 4.0 scale comprises of three main website quality dimensions as follows: usability, information quality, and service interaction quality. This present study follows a quantitative research design with the required primary data gathered through a self-administered questionnaire using Google Forms. A sample size of 110 respondents is drawn through a nonprobability or convenience method of sampling. The results of this study suggested all dimensions of website quality were positively associated with user satisfaction. Furthermore, this study provides practical insights for DMOs to enhance the destination's online presence and optimize the effectiveness of their websites as destination marketing tools, particularly in the context of post-pandemic tourism.

Keywords: WebQual 4.0, Digital Marketing, Official Tourism Website, Post-Pandemic Era