

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

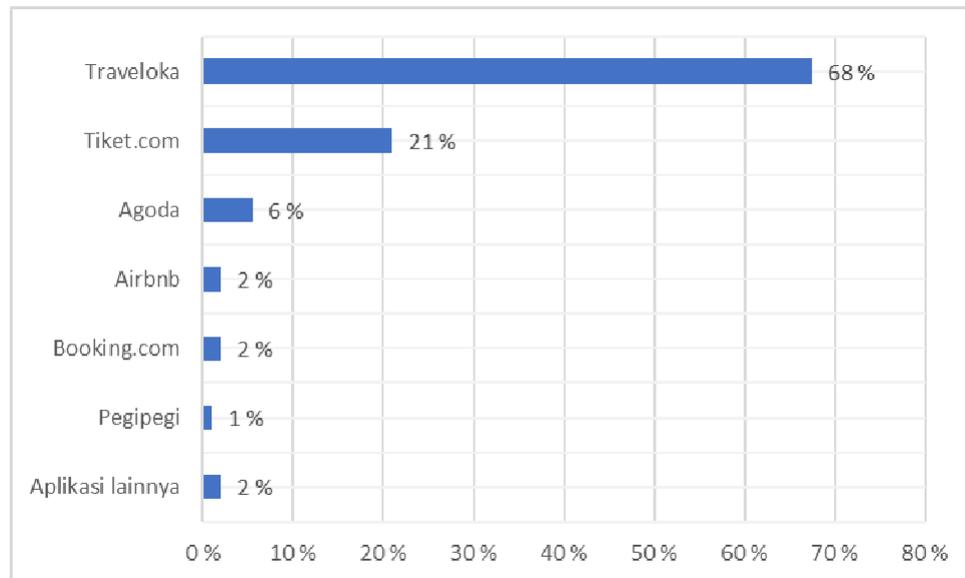
### **1.1 Latar Belakang**

*Travel industry* menjadi salah satu sektor paling aktif dan berkembang pesat di Indonesia. Kegiatan *traveling* sudah menjadi kebiasaan dan menjadi gaya hidup sebagian besar masyarakat di Indonesia. Berpergian memiliki berbagai tujuan, seperti untuk mengurangi stres akibat bekerja. Ada juga yang harus melakukan perjalanan dengan tujuan menyelesaikan tugas atau melakukan perjalanan bisnis. *Travelling* di Indonesia sudah menjadi gaya hidup oleh berbagai kalangan, dari anak-anak hingga orang dewasa, banyak dari mereka yang senang melakukan kegiatan *travelling*. Data Nielsen tersebut menyatakan bahwa, sebanyak 37% responden memilih *travelling* sebagai prioritas kedua pengeluaran mereka setelah menabung sebesar 74% (Liputan6, 2022). Bahkan Di tahun 2022, sebanyak 49% responden telah melakukan perjalanan lebih dari lima kali (Suara,2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa *travel industry* memiliki potensi bisnis yang besar.

Kehadiran teknologi turut merubah aktivitas *travel industry*, dimana kebutuhan kegiatan *travelling* seperti pencarian informasi jadwal perjalanan, transaksi pembelian pemesanan tiket transportasi, penyewaan tempat penginapan, pemesanan tiket masuk objek wisata, hingga tiket pertunjukan dapat dibeli melalui aplikasi pemesanan perjalanan *online*, kenyamanan dan kemudahan aplikasi pemesanan perjalanan *online* telah sepenuhnya mengubah pengalaman perjalanan, karena memiliki berbagai keunggulan, yaitu cepat, praktis, penawaran terbaik, akses informasi luas, mudah membandingkan produk, banyak promo, mudah digunakan, dan adanya program *loyalty* sehingga membuat pengguna semakin tertarik menggunakan aplikasi pemesanan perjalanan *online*.

Dari survei yang dilakukan terhadap 1.000 responden pada 2022, ditemukan bahwa 44% responden memiliki aplikasi pemesanan perjalanan *online* dan mayoritasnya menggunakan aplikasi tersebut dalam satu bulan terakhir, terutama untuk tujuan *staycation* dan rekreasi (travel.kompas.com, 2022). Persentase yang cukup tinggi menunjukkan bahwa semakin penting aplikasi pemesanan perjalanan *online* untuk menunjang kebutuhan aktivitas *travelling*. Tren tersebut mendorong banyak *platform* aplikasi pemesanan perjalanan *online* mulai bermunculan seiring dengan meningkatnya kebutuhan aktivitas *travelling*. Akan tetapi, munculnya berbagai macam banyak *platform* aplikasi pemesanan perjalanan *online* membuat konsumen semakin selektif untuk memilih *platform* aplikasi pemesanan perjalanan *online* yang digunakan. Adapun *platform* aplikasi pemesanan perjalanan online yang terpopuler di Indonesia adalah Tiket.com, Traveloka, PegiPegi.com, Bobobox, Trivago, Booking.com, Agoda, Airbnb, Tripadvisor (bigalpha.id, 2022). Traveloka dinilai masih memiliki berbagai kekurangan, yaitu tidak bisa menggunakan limit yang diberikan dan harga yang tertera tidak konsisten,

Traveloka adalah *platform travel* yang menyediakan akses bagi pengguna untuk dapat menemukan dan membeli berbagai jenis kebutuhan perjalanan, atraksi lokal, dan produk layanan keuangan. Traveloka memiliki berbagai layanan, seperti pemesanan transportasi seperti tiket pesawat, bus, kereta api, sewa mobil, antar-jemput bandara, serta akses ke berbagai pilihan akomodasi, termasuk hotel, apartemen, *guest house*, *homestay*, *resort*, dan *vila*. Traveloka didirikan pada tahun 2012 oleh Ferry Unardi, Deniarto Kusuma, dan Albert. Pada awal konsepnya, Traveloka berfungsi sebagai mesin pencari untuk membandingkan harga tiket pesawat dari berbagai situs lainnya. Pada pertengahan tahun 2013 Traveloka kemudian berubah menjadi situs reservasi tiket pesawat. Pengguna dapat melakukan pemesanan di situs resminya. Selain itu, jasa pemesanan hotel telah tersedia di situs Traveloka pada bulan Juli 2014. Berikut ini gambar 1.1 aplikasi yang paling disukai responden untuk pesan akomodasi liburan tahun 2022.



Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022

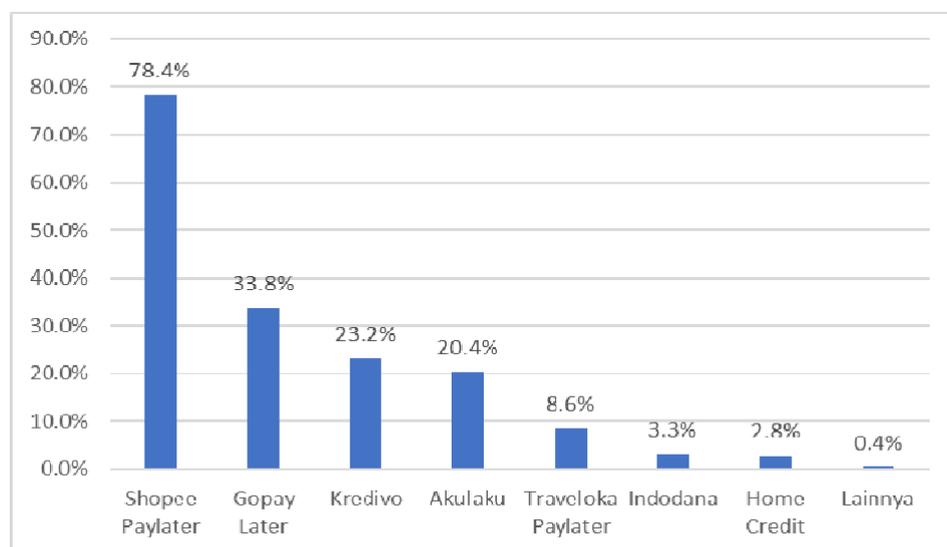
**Gambar 1.1 Aplikasi Yang Paling Disukai Responden Untuk Pesan Akomodasi Liburan Tahun 2022**

Berdasarkan Gambar 1.1 tersebut, menjelaskan bahwa Traveloka memiliki persentase tertinggi sebagai aplikasi travel yang paling banyak disukai oleh konsumen untuk menunjang aktivitas liburannya sebesar 68%, diikuti Tiket.com sebesar 21%, kemudian Agoda 6%. Airbnb dan Booking.Com sebesar 2%, Pegipegi 1% dan sisanya aplikasi lainnya, sebesar 2%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat tertarik menggunakan Traveloka, dibandingkan dengan aplikasi travel lainnya. Namun Traveloka walaupun memiliki harga tiket pesawat ke sebuah destinasi lebih mahal dari *travel agen online* lain (travelspromo.com, 2022), oleh karena itu paylater merupakan salah satu solusinya.

Namun mengingat persaingan yang semakin ketat di industri tersebut, untuk tetap memenangkan persaingan di masa yang akan datang, Traveloka melakukan inovasi pada layanannya dengan menghadirkan alternatif pembayaran dengan sistem paylater. dikarenakan sistem pembayaran paylater merupakan salah satu sistem transaksi pembayaran secara digital yang sedang

berkembang adalah paylater. Pengguna paylater di *e-commerce* meningkat hingga 38% selama tahun 2022. Di tahun sebelumnya, penggunaan paylater hanya meningkat sebesar 28%, dan 50% konsumen telah menggunakan paylater lebih dari setahun. Sedangkan 49% konsumen menggunakan paylater setidaknya sekali dalam sebulan (www.suara.com, 2022).

Sistem pembayaran paylater yang dihadirkan oleh Traveloka adalah Traveloka Paylater. Traveloka Paylater memiliki beberapa kelebihan yang dapat digunakan konsumen dalam melakukan transaksi di Traveloka seperti pemesanan tiket pesawat, bus, kereta api, sewa mobil, antar-jemput bandara dan membayarnya dikemudian hari. Traveloka Paylater memiliki pilihan tenor cicilan pembayaran mulai dari 2 bulan hingga 12 bulan, dengan kisaran limit Rp.1.000.000-Rp.50.000.000. dengan kehadiran Traveloka Paylater diharapkan akan meningkatkan transaksi pengguna pada Traveloka. Berikut ini Gambar 1.3 persentase Paylater yang paling sering digunakan konsumen Indonesia



Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022

**Gambar 1.1 Persentase Paylater Yang Paling Sering Digunakan Konsumen Indonesia**

Berdasarkan gambar 1.3 tersebut, Traveloka Paylater berada diposisi kelima dengan persentase sebesar 8,6% sebagai Paylater yang paling sering digunakan konsumen Indonesia. Traveloka Paylater memiliki persentase yang cenderung rendah, hal ini menunjukkan bahwa Traveloka Paylater masih belum diminati oleh konsumen untuk transaksi pembayaran. Untuk mengetahui minat menggunakan Traveloka Paylater, peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden. berikut ini tabel 1.1 hasil pra survey minat menggunakan Traveloka Paylater.

**Tabel 1.1**  
**Hasil Pra Survey Minat Menggunakan Traveloka Paylater**

No	Pernyataan	Jumlah		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Apakah anda, mencari informasi mengenai Traveloka Paylater ?	17	13	57%	43%
2	Apakah anda, tertarik menggunakan Traveloka Paylater ?	9	21	30%	70%
3	Apakah anda, berminat menggunakan Traveloka Paylater dimasa yang akan datang?	12	18	40%	60%
Rata_Rata		12,7	17,3	42,2%	57,8%

Sumber: Pra Survey, 2022

Berdasarkan tabel 1.1, menjelaskan bahwa rata-rata responden memilih jawaban Ya mengenai minat menggunakan Traveloka Paylater sebanyak, 12,7 atau 42,2%, sedangkan rata-rata responden memilih jawaban Tidak mengenai minat menggunakan Traveloka Paylater sebanyak, 17,3 atau 57,8%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa konsumen kurang berminat menggunakan Traveloka Paylater sebagai metode pembayaran secara digital.

Minat merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam mengambil keputusan masa depan (Aiming, 2020). Menurut Keni et al. dalam Banani dan Selvi (2023) menyatakan bahwa minat menggunakan dapat dipahami sebagai kemungkinan seseorang untuk mempelajari, menggunakan, atau mengadaptasi teknologi tertentu dalam aktivitas sehari-hari. Cahyo, Tresnati, dan Harahap (2022) menyatakan bahwa

minat penggunaan merupakan rasa tertarik pada hal atau keinginan tertentu tanpa ada seseorang yang menyuruh untuk membuatnya tertarik.

Minat adalah perilaku untuk melakukan keinginan yang tidak selalu statis agar dapat merubah keinginan seiring berjalannya waktu. Keinginan terdapat dari diri sendiri, seperti menginginkan sesuatu atau keinginan masa depan yang ingin dicapai. Abrilia (2020) menyatakan bahwa minat menggunakan merupakan keadaan yang dimana seseorang akan memperhatikan suatu kebutuhan dalam kegiatan yang akan dilakukan sehingga tidak akan memperhatikan proses selanjutnya yang akan dilakukan. Ayu (2022) menyatakan bahwa minat menggunakan adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi

Kemudahan dalam menggunakan sistem menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan dalam melakukan minat menggunakan suatu sistem teknologi. Kemudahan akan dirasakan apabila pengguna dapat memahami dan dengan mudah menggunakan suatu sistem atau teknologi. Faktor kemudahan ini terkait tentang bagaimana pengguna dapat memanfaatkan sebuah sistem teknologi untuk bertransaksi secara *online*. Suatu kemudahan akan memberikan dorongan bagi perilaku penggunanya, dimana semakin mudah suatu sistem digunakan maka akan semakin tinggi keinginan pengguna untuk menggunakan sistem untuk melakukan pembelian produk atau jasa secara *online*. Menurut Davis dalam Kurniawan (2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana percaya bahwa orang yang menggunakan sistem khusus akan bebas dari usaha.

Faktor pertama terdapat pada persepsi kemudahan pengguna yang merupakan penggunaan teknologi yang mudah dipahami dengan mudah oleh seseorang untuk penggunaan suatu teknologi. Dengan kemudahan pengguna transaksi seseorang akan semakin mudah dan berminat dalam beroperasi untuk menggunakan teknologi. Cahyo, Tresnati, dan Harahap (2022) mendefinisikan

persepsi kemudahan penggunaan yaitu sebagai suatu keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau dengan kata lain teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. Untuk mengetahui persepsi kemudahan pengguna Traveloka Paylater, peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden. berikut ini tabel 1.2 hasil pra survey persepsi kemudahan pengguna Traveloka Paylater.

**Tabel 1.2**

**Hasil Pra Survey Persepsi Kemudahan Pengguna Traveloka Paylater**

No	Pernyataan	Jumlah		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Traveloka Paylater mudah untuk digunakan	14	16	47%	53%
2	Tahapan transaksi Traveloka Paylater mudah dipelajari	11	19	37%	63%
3	Dapat dengan mudah melakukan berbagai transaksi pembelian	15	15	50%	50%
Rata_Rata		13,3	16,7	44,4%	55,6%

Sumber: Pra Survey, 2022

Berdasarkan tabel 1.2, menjelaskan bahwa rata-rata responden memilih jawaban Ya mengenai persepsi kemudahan pengguna Traveloka Paylater sebanyak, 13,3 atau 44,4%, sedangkan rata-rata responden memilih jawaban Tidak mengenai persepsi kemudahan Traveloka Paylater sebanyak, 16,7 atau 55,6%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Traveloka Paylater belum dapat memberikan kemudahan penggunaannya dalam melakukan transaksi.

Kepercayaan adalah komponen penting dalam menggunakan sistem teknologi untuk melakukan pembelian. Hanya pengguna yang memiliki kepercayaan yang berani melakukan transaksi pembelian menggunakan sistem teknologi. Tanpa adanya kepercayaan pengguna tidak akan menggunakan sistem teknologi dalam melakukan pembelian. Kepercayaan yang tinggi dari pengguna akan membangun sikap positif sehingga pengguna akan lebih berminat menggunakan sistem teknologi tersebut. Ayu (2022) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang

lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian.

Kepercayaan merupakan salah satu pondasi dari bisnis apapun, suatu transaksi bisnis antara dua belah pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing pihak saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja didapat oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Aiming (2020) menyatakan bahwa kepercayaan adalah harapan bahwa pihak yang dipercaya tidak akan berlaku kecurangan dengan mengambil keuntungan pribadi pada situasi tertentu. Untuk mengetahui kepercayaan pengguna Traveloka Paylater, peneliti melakukan pra survey kepada 30 responden. berikut ini tabel 1.3 hasil pra survey kepercayaan pengguna Traveloka Paylater.

**Tabel 1.3**  
**Hasil Pra Survey Kepercayaan Pengguna Traveloka Paylater**

No	Pernyataan	Jumlah		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya percaya data pribadi yang berikan akan dijaga kerahasiaannya oleh pihak Traveloka Paylater	13	17	43%	57%
2	Saya percaya bertransaksi menggunakan Traveloka Paylater beresiko rendah	8	22	27%	73%
3	Saya percaya bertransaksi menggunakan Traveloka Paylater sangat aman	10	20	33%	67%
Rata_Rata		10.3	19.7	34.4%	65.6%

Sumber: Pra Surevi, 2022

Berdasarkan tabel 1.3, menjelaskan bahwa rata-rata responden memilih jawaban Ya mengenai kepercayaan pengguna Traveloka Paylater sebanyak, 10,3 atau 34,4%, sedangkan rata-rata responden memilih jawaban Tidak mengenai kepercayaan Traveloka Paylater sebanyak, 19,7 atau 65,6%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Traveloka Paylater belum dapat menumbuhkan kepercayaan untuk menggunakan Traveloka Paylater sebagai metode pembayaran digital.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan minat menggunakan, dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Traveloka Paylater”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan dan uraian pada latar belakang diatas , maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan Traveloka Paylater?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan Traveloka Paylater?
3. Apakah persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan Traveloka Paylater?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Subjek dalam penelitian ini adalah calon pengguna Traveloka Paylater

### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah persepsi kemudahan, kepercayaan dan minat menggunakan

### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Ruang Lingkup Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bandar Lampung.

### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Maret 2023 sampai selesai.

### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan**

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah Manajemen Pemasaran yang meliputi persepsi kemudahan, kepercayaan dan minat menggunakan

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka peneliti menetapkan tujuan penelitian yaitu.

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Traveloka Paylater
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan Traveloka Paylater
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan Traveloka Paylater

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Bagi Peneliti**

Penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan terutama dibidang pemasaran khususnya mengenai persepsi kemudahan, kepercayaan dan minat menggunakan

##### **1.5.2 Bagi Institusi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian yang dijadikan referensi bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama serta diharapkan dapat menambah wawasan bagi para mahasiswa/mahasiswi Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, terutama bagi mahasiswa/mahasiswi yang mengambil konsentrasi pemasaran

##### **1.5.3 Bagi Perusahaan**

Mampu memberikan implikasi bagi para pengelola di perusahaan yang nantinya akan dijadikan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat menggunakan Traveloka Paylater

## **1.6 Sistem Penulisan (Hasil Uji Analisis Regresi Berganda)**

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang ada dalam perusahaan dan dirumuskan dalam perumusan masalah, ruang lingkup dari penelitian, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

### **Bab II Landasan Teori**

Bab ini menguraikan landasan teori dan tinjauan empiris yang relevan dengan permasalahan yang diteliti berdasarkan kerangka pikir dan hipotesis.

### **Bab III Metode Penelitian**

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel penelitian, operasional variabel, teknik analisis data, uji persyaratan instrumen, metode analisis data, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis.

### **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan III.

### **Bab V Simpulan dan Saran**

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

### **Daftar Pustaka**

### **Lampiran**