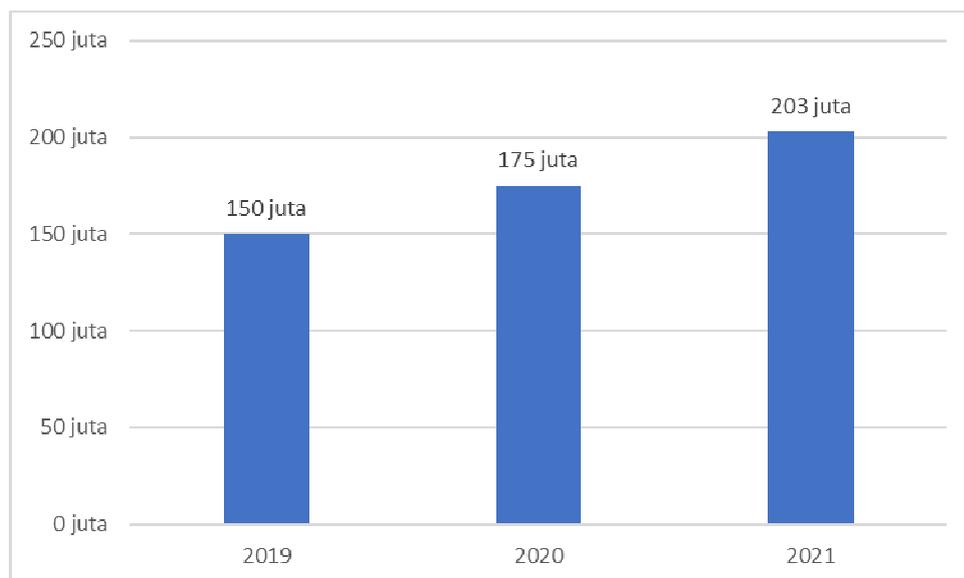


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

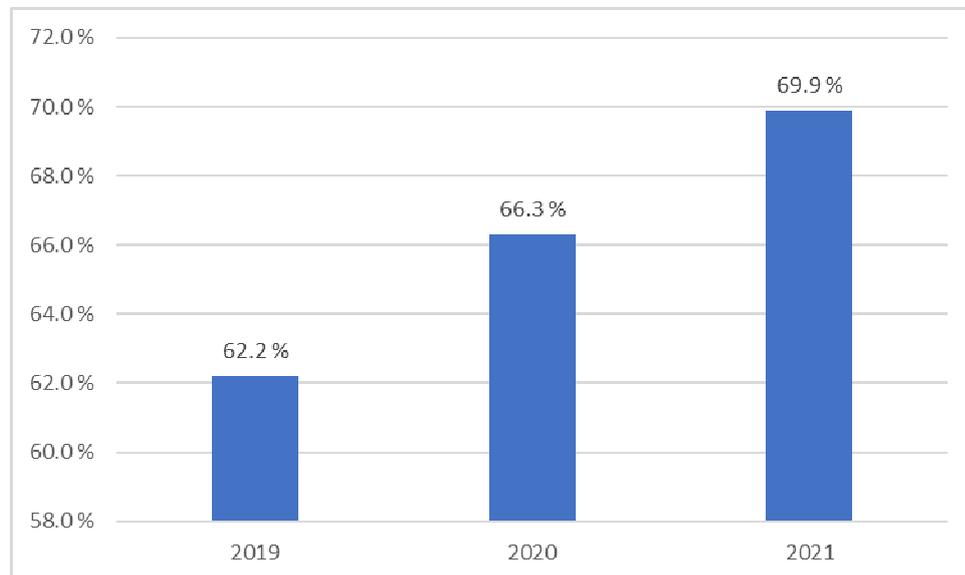
Perkembangan internet dan teknologi informasi saat ini sangatlah pesat, hampir seluruh masyarakat di Dunia menjadikan internet sebagai kebutuhan pokok, karena pekerjaan dan aktivitas manusia seluruhnya menggunakan internet. Hadirnya internet di tengah-tengah masyarakat membantu dan memudahkan pekerjaan sehari-hari, mulai dari berbagi data secara cepat, memperoleh informasi, sebagai sarana berkomunikasi, hingga melakukan aktivitas berbelanja baik produk atau jasa dengan menggunakan internet. Internet bagi masyarakat Indonesia sudah menjadi hal yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari. Terlebih lagi biaya untuk mengakses internet relatif murah, didukung pula dengan semakin murahnya harga ponsel pintar di Indonesia yang dijadikan sebagai penunjang kegiatan tersebut, hal tersebut, berdampak pula pada bertambahnya pengguna internet di Indonesia. Jumlah pengguna internet di Indonesia dapat dilihat di Gambar 1.1, sebagai berikut,



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>, 2021

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.1 grafik pengguna internet di Indonesia, menjelaskan bahwa pengguna internet di Indonesia terus meningkat mencapai 202,6 Juta, perkembangan internet yang sangat pesat di Indonesia, berdampak positif pada perkembangan Industri *e-commerce* dalam melakukan transaksi jual-beli online. *E-commerce* sebuah sistem yang mencakup distribusi, penjualan, pembelian, pemasaran dan layanan dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronik seperti internet. Sistem pemasaran atau penjualan seperti ini memiliki jangkauan yang sangat luas. Selain itu juga bisa dilakukan 24 jam tanpa berhenti. Bisnis dibidang *e-commerce* sangat berpotensi, membuat banyak perusahaan membangun bisnis online. Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi besar dalam industri *e-commerce* dengan meningkatnya jumlah wirausaha yang ada Indonesia serta perkembangan teknologi, industri *e-commerce* diperkirakan akan terus meningkat tiap tahunnya. Jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia dapat dilihat melalui Gambar 1.2, sebagai berikut:



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>, 2021

Gambar 1.2 Grafik Jumlah Pengguna E-Commerce Di Indonesia

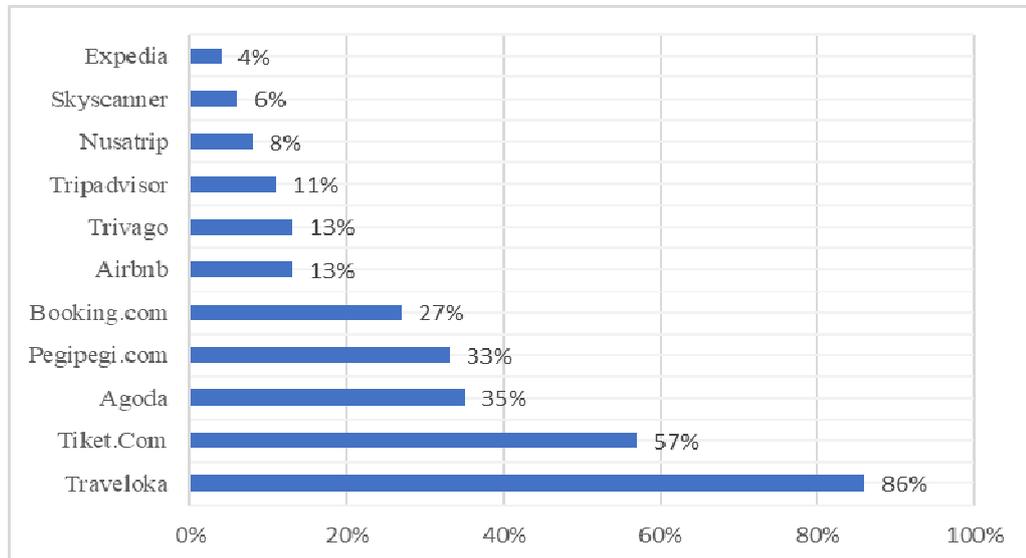
Berdasarkan gambar 1.2 grafik jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia, menjelaskan bahwa jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia terus

mengalami peningkatan tiap tahunnya dan pada tahun 2021 pengguna *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan 69,9%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sangat tertarik menggunakan *e-commerce* dalam melakukan transaksi pembelian. Terjadi fenomena saat ini yaitu pandemi COVID-19 yang merupakan peristiwa menyebarnya penyakit coronavirus di seluruh dunia. Dengan adanya pandemi COVID-19 pemerintah menghimbau *physical distancing*, hal ini merubah cara berperilaku masyarakat dalam melakukan pembelian yang menyebabkan peningkatan belanja digital tersebut terjadi karena masyarakat lebih memilih untuk membeli kebutuhannya secara online, hal ini menunjukkan bahwa pasar *e-commerce* akan semakin memiliki potensi yang besar dalam keadaan pandemi COVID-19.

Industri pariwisata menjadi yang paling terdampak akibat pandemi COVID-19, tingkat okupansi hotel di berbagai wilayah Indonesia turun hingga 50% dan tempat wisata secara keseluruhan Indonesia, telah turun hingga 60% (Industry.co.id, 2020). Namun, *era new normal* pasca COVID-19, destinasi wisata dan industri pariwisata di Indonesia mulai membuka diri menyambut kunjungan wisatawan diantaranya hotel, café, restaurant, resor, wisata pantai, dan lain-lain. Yang menjadi target utamanya adalah kunjungan dari masyarakat lokal dengan standar protokol kesehatan, dengan demikian, *era new normal* turut membuat peluang bagi *online travel agent* sebagai penyedia penjualan tiket wisata hotel maupun transportasi.

Salah satu *e-commerce* yang bergerak pada bidang *online travel agent* adalah Traveloka, Traveloka adalah perusahaan teknologi terkemuka di Asia Tenggara yang menyediakan akses bagi masyarakat untuk menemukan dan memesan berbagai layanan transportasi, akomodasi, aktivitas dan gaya hidup, serta keuangan. Sebagai lifestyle super app di Asia Tenggara, Traveloka memiliki portofolio produk yang lengkap meliputi layanan transportasi seperti tiket pesawat, bus, kereta api, sewa mobil, antar-jemput bandara, serta berbagai pilihan akomodasi, termasuk hotel, apartemen, guest house,

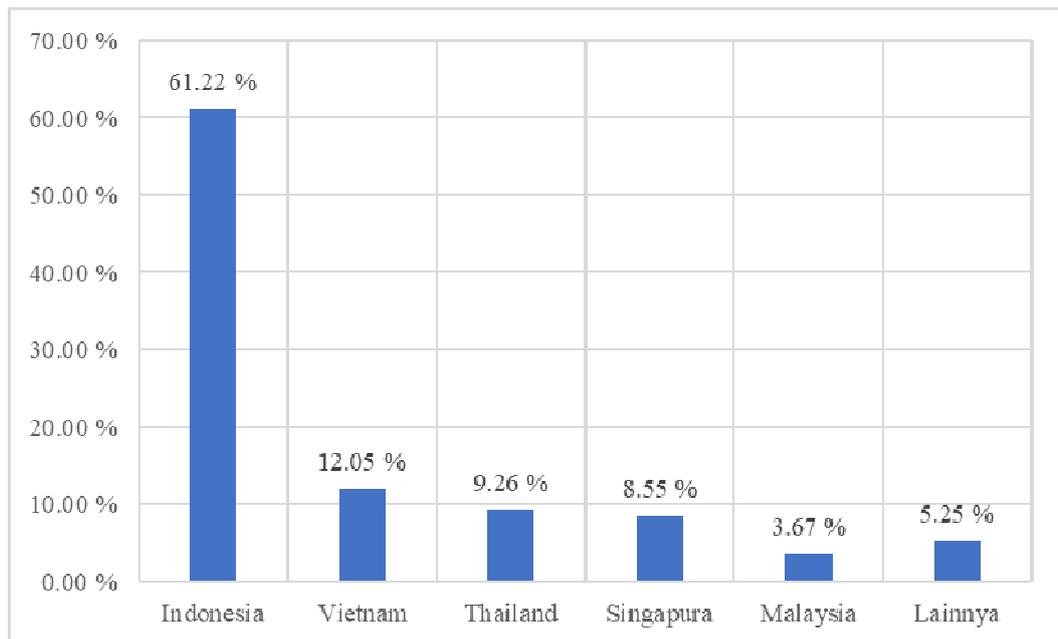
homestay, resort, dan villa (Traveloka.com). Berikut ini Gambar 1.3 Grafik Online Travel Agent Terpopuler Di Indonesia Tahun 2021



Sumber : <https://www.statista.com> , 2021

Gambar 1.3 Grafik *Online Travel Agent* Terpopuler Di Indonesia

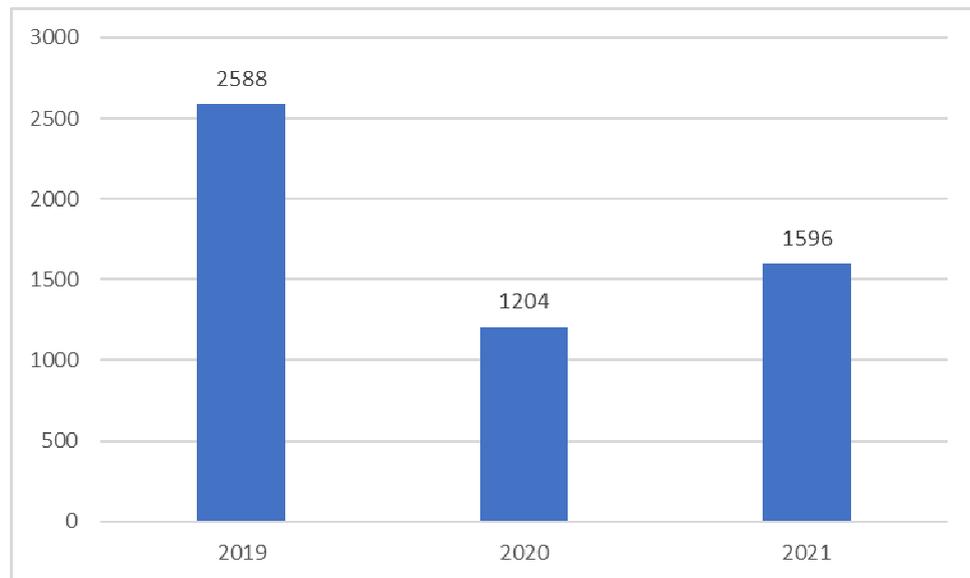
Gambar 1.3 Grafik *Online Travel Agent* Terpopuler Di Indonesia, menjelaskan bahwa Traveloka memiliki persentase sebesar 86% sebagai *online travel agent* terpopuler di kalangan konsumen Indonesia di tahun 2021, hal ini menunjukkan bahwa Traveloka lebih banyak digunakan oleh konsumen dalam aktivitas pemesanan tiket secara online untuk itu Traveloka harus memiliki situs website yang baik sehingga dapat mendukung aktivitas pembelian tiket secara online dan Indonesia menjadi salah satu negara yang paling banyak mengunjungi Situs website dari Traveloka, yang dapat dilihat melalui Gambar 1.4 persentase negara yang paling banyak mengunjungi situs website Traveloka.



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>, 2021

Gambar 1.4 Persentase Negara Yang Paling Banyak Mengunjungi Situs Website Traveloka

Gambar 1.4 persentase negara yang paling banyak mengunjungi situs website Traveloka, menjelaskan bahwa Indonesia adalah negara yang memiliki persentase tertinggi mengunjungi situs website Traveloka sebesar 61,22%. Melihat tingginya persentase Indonesia sebagai negara yang Indonesia, oleh karena itu Traveloka sangat perlu memperhatikan kualitas dari website, demi memberikan pengalaman yang memuaskan bagi penggunanya. Siregar dan Fitriawan (2018) menyatakan bahwa Website merupakan sebuah fasilitas yang menawarkan ruang bincang, email, maupun pesan instan dimana pengguna internet dapat menjelajahi *World Wide Web* dengan menggunakan *software browser* untuk mendapatkan berbagai macam informasi, hiburan maupun untuk kepentingan bisnis. Berikut ini gambar 1.5 jumlah pengunjung website Traveloka.



Sumber <https://trends.google.co.id>, 2021

Gambar 1.5 Grafik Jumlah Pengunjung Website Traveloka

Berdasarkan gambar 1.5 grafik jumlah pengunjung website Traveloka, menjelaskan jumlah pengunjung di tahun 2021 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2020, namun jika dibandingkan dengan tahun 2019 jumlah pengunjung website Traveloka masih sangat jauh tertinggal. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna masih belum merasakan begitu pentingnya website Traveloka dalam melakukan pemesanan. Sedangkan berdasarkan wilayah Lampung menjadi wilayah yang memiliki penilaian terendah dibandingkan wilayah lainnya. Berikut ini tabel 1.2 Penilaian Traveloka Berdasarkan wilayah.

Tabel 1.2 Penilaian Traveloka Berdasarkan Wilayah

No	Wilayah	Penilaian Traveloka
1	Kepulauan Riau	100
2	Papua	81
3	Papua Barat	80
4	Nusa Tenggara Timur dan Kalimantan Timur	68
5	Kalimantan Utara	63
6	Kepulauan Bangka Belitung	61
7	Daerah Khusus Ibukota Jakarta	55
8	Daerah Istimewa Yogyakarta	50
9	Maluku Utara dan Sulawesi Selatan	48
10	Sulawesi Utara	47
11	Bali dan Maluku	42
12	Sumatera Barat	41
13	Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Tenggara dan Kalimantan Tengah	40
14	Banten	38
15	Kalimantan Barat, Sulawesi Tengah dan Sumatera Utara	37
16	Kalimantan Selatan	36
17	Sumatera Selatan	34
18	Riau	32
19	Jawa Barat, Bengkulu dan Jambi	30
20	Jawa Timur dan Gorontalo	27
21	Aceh	26
22	Sulawesi Barat, Jawa Tengah dan Lampung	22

Sumber <https://trends.google.co.id>, 2021

Berdasarkan tabel 1.2 Penilaian Traveloka Berdasarkan wilayah, menjelaskan bahwa Lampung menjadi 3 terbawah yang memiliki penilaian terendah sebesar 22%. hal ini menunjukkan bahwa wilayah Lampung kurang berpotensi. Amin dan Husna (2020) menyatakan bahwa kualitas website merepresentasikan kemampuan perusahaan dalam menyediakan pelayanan kepada konsumen, dalam proses pembelian suatu produk atau jasa. untuk mengetahui tingkat kualitas website Traveloka, peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden, berikut ini tabel hasil pra survei tingkat kualitas website Traveloka. Berikut ini Tabel 1.1 Hasil Pra Survei Tingkat Kualitas Website Traveloka.

Tabel 1.2
Hasil Pra Survei Tingkat Kualitas Website Traveloka

Pernyataan	Jawaban		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya (%)	Tidak (%)
Tampilan Traveloka Menarik	10	20	33%	67%
Menu Traveloka mudah dipahami	11	19	37%	63%
Traveloka menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan	14	16	47%	53%
Traveloka menyediakan informasi yang dapat dipercaya	18	12	60%	40%
Pelayanan yang diberikan Travelok sesuai dengan yang dijanjikan	17	13	57%	43%
Traveloka memberikan rasa aman dalam bertransaksi	16	14	53%	47%
Rata-Rata	14	16	48%	52%

Sumber: Pra Survei,2022

Berdasarkan Tabel 1.1 Hasil Pra Survei Tingkat Kualitas Website Traveloka, menjelaskan bahwa rata-rata penilaian konsumen yang menjawab YA, untuk kualitas website Traveloka sebanyak 14 responden atau 46% dan rata-rata penilaian konsumen yang menjawab TIDAK, untuk kualitas website Traveloka sebanyak 16 responden atau 52%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas website Traveloka masih perlu diperbaiki dikarenakan masih terdapat konsumen yang merasa tampilan dari Traveloka kurang menarik cenderung rumit, jangkauan pencarian tempat menginap masih kurang jelas dan hanya berfokus pada situs booking domestik, belum mencakup semua negara

Pengukuran kualitas web dengan menggunakan WebQual akan membantu pengelola web untuk dapat menyesuaikan kualitas web dengan persepsi pengguna. WebQual memiliki beberapa variabel yang dapat diukur yaitu kualitas kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan. Berdasarkan ketiga variabel WebQual, digunakan untuk permasalahan perusahaan e-commerce dalam menjawab kebutuhan pelanggan terhadap kualitas website yang dikelola perusahaan *e-commerce*. Kualitas suatu

website dapat diukur menggunakan WebQual yang berguna untuk menilai keseluruhan website *e-commerce* berdasarkan persepsi konsumen, yaitu *Usability, Information Quality* dan *Service Interaction Quality* (Ardiansyah dan Jumhur, 2020)

Martilla dan James dalam Fatmala dan Suprpto (2018) *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah suatu metode yang membahas tentang perbandingan kinerja (performance) kualitas layanan suatu sistem yang sedang dirasakan saat ini dengan harapan atau kepentingan (importance) pengguna mengenai kualitas layanan yang ideal Tujuannya adalah untuk mengetahui indikator-indikator pada webQual mana yang dirasa masih kurang kinerjanya oleh pengguna atau tidak sesuai harapan pengguna, sehingga bisa dijadikan rekomendasi prioritas perbaikan oleh perusahaan berdasarkan hasil analisis pada diagram *Importance Performance Analysis* (IPA). Melihat fenomena yang terjadi di atas maka penting untuk meneliti lebih jauh mengenai **“Analisis Kualitas Website Pada Traveloka Menggunakan IPA (*Importance Performance Analysis*)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dan uraian pada latar belakang diatas , maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah, Bagaimana kualitas website Traveloka dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Traveloka di Bandar Lampung

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah dimensi kualitas website terdiri dari *usability*, *information quality* dan *service interaction quality*

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 September 2021 sampai Maret 2022

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah Manajemen Pemasaran yang meliputi dimensi kualitas website terdiri dari *usability*, *information quality* dan *service interaction quality*

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah. maka peneliti menetapkan tujuan penelitian yaitu, Untuk mengetahui kualitas website Traveloka dengan menggunakan Importance Performance Analysis (IPA)

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan terutama pemasaran khususnya mengenai dimensi kualitas website terdiri dari *usability*, *information quality* dan *service interaction quality*

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 kualitas website Traveloka

1.6 Sistem Penulisan

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**