

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tahun 2017 teknologi dan informasi di Indonesia mengalami perkembangan yang kian pesat khususnya pada penggunaan dan pemanfaatan internet yang sangat diminati oleh masyarakat. Internet seakan-akan menjadi kebutuhan pokok dan tidak ada pernah kata cukup untuk mengakses dan menemukan berbagai macam informasi. Dengan adanya teknologi canggih tersebut kemudahan dalam memperoleh akses informasi yang selalu diperbaharui masyarakat bisa mendapatkan informasi secara real time. Dunia digital menjadi sarana komunikasi yang tidak dibatasi oleh jarak dan waktu, dimana hal ini merupakan peluang untuk melakukan komunikasi pemasaran dengan tujuan memberikan informasi.

Dengan berkembangnya tingkat *travelling* peningkatan akan kebutuhan liburan semakin beragam, maka semakin banyak pula situs pembelian tiket pesawat yang bersaing demi menarik perhatian masyarakat untuk tertarik dalam penawaran penerbangan yang murah dari keunggulan situs tersebut. Hal ini menimbulkan suatu pemikiran dikalangan pebisnis untuk melakukan inovasi untuk membuat sebuah perusahaan *star-up* agar bisa diminati oleh masyarakat. Dengan adanya peluang bisnis yang mendukung dari dunia pariwisata di Indonesia yang saat ini sedang berkembang dan banyaknya wisatawan, hal tersebut didukung oleh banyaknya budaya yang beraneka ragam di Indonesia yang mampu menarik wisatawan domestik maupun luar negeri untuk menjelajahi nusantara.

Banyak agen perjalanan yang menyediakan layanan pembelian tiket pesawat dengan berbagai rute secara online melalui sebuah *website*. Salah satu agen perjalanan yang saat ini sedang populer di Indonesia yaitu *traveloka.com*. Traveloka adalah Perusahaan yang menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat dan hotel secara *daring* dengan fokus perjalanan domestik di Indonesia ini tergolong masih baru, perusahaan ini berhasil menjual puluhan ribu tiket pada tahun 2012 ini yang didirikan

oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma, dan Albert. Ide ini muncul disaat Ferry Unardi sering mengalami kesulitan dalam pemesanan pesawat, terutama disaat dia ingin pulang ke Padang, Indonesia, dari Amerika Serikat.

Pada awal konsepnya Traveloka berfungsi sebagai mesin pencari untuk membandingkan harga tiket pesawat, reservasi kamar hotel dari berbagai situs lainnya, dengan perkembangan era digital Traveloka semakin memperluas jangkauan layanannya. Layanan terbaru ini tetap mengedepankan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen. Selain itu berbagai metode pembayaran masih bisa dipilih oleh pelanggan.

Situs Traveloka ini merupakan situs pencarian harga maskapai penerbangan yang tercepat, termurah dan terlengkap. Melalui situs ini pelanggan dapat memilih harga maskapai yang paling sesuai dengan budget yang dimiliki. *Website* ini dimiliki oleh perusahaan besar yakni PT. Trinusa Travellindo, perusahaan ini memiliki partner kerja yaitu Lion Air, Sriwijaya, Garuda, Citilink, Batik air, dan Air Asia.

Berbicara mengenai *website* Traveloka.com sebagai informasi harga tiket pesawat dan tiket hotel tak luput dari bagaimana sebuah perusahaan mengkomunikasikan atribut produknya kepada pelanggan, berarti berbicara hal-hal yang menyangkut pengiriman dan penerimaan pesan dari sumber penerima. Dengan teknologi komunikasi, kini sumber (komunikator) telah mampu mengirimkan berbagai pesan maupun kejutaan penerima berbagai tempat dan tujuan dan dilakukan dalam waktu yang cepat atau seketika, melalui jaringan-jaringan dan server-server yang bersifat global, serta merta tidak terlepas dari penggunaan internet.

Penyampaian informasi yang dilakukan oleh Traveloka dengan menggunakan layanan internet dilakukan untuk menyalurkan seperti mempromosikan produk dari Traveloka, harga yang terjangkau, fitur Reschedule, potongan-potongan harga tiket pesawat dan hotel dan masih banyak lagi. Traveloka selalu mempunyai cara untuk menarik perhatian konsumen atau pelanggan dengan strategi yang dilakukan. Traveloka juga berhasil memperkenalkan slogan yang mudah diingat oleh masyarakat di 2016 yakni "*Traveloka dulu, Traveling kemudian*". Slogan ini merupakan bagian dari

banyaknya konsumen yang menceritakan pengalamannya menggunakan jasa Traveloka, sehingga ketika ingin berpergian selalu ingat pada layanan Traveloka.

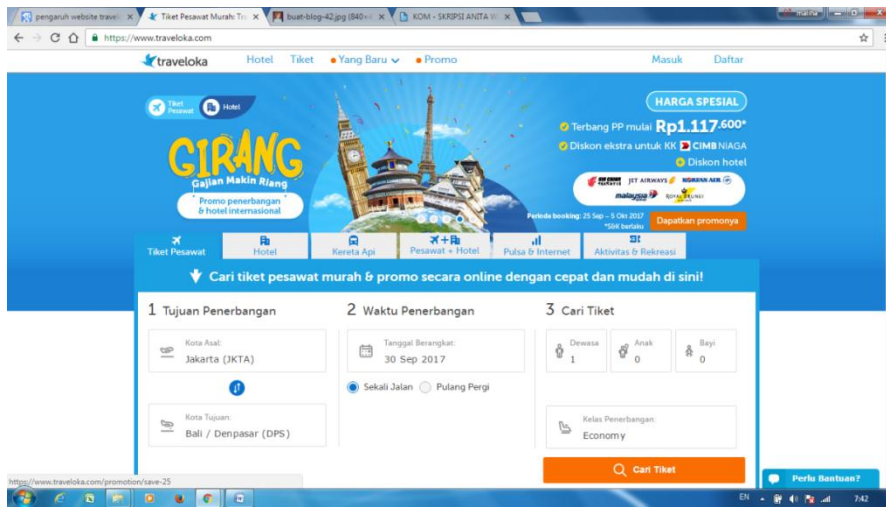
Ketika seseorang suka terhadap suatu produk, ia akan memiliki kebiasaan untuk membeli produk atau jasa tersebut secara terus-menerus. Banyak orang yang sangat tergantung pada produk atau jasa tertentu karena dari bentuk strategi yang dilakukan yang memuaskan pelanggan. Bahkan, pelanggan tidak segan-segan untuk merekomendasikan Traveloka itu kepada semua orang yang ia kenal. Dengan begitu, akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap Traveloka yang digunakan.

Kemunculan *website Traveloka.com* merekomendasikan harga murah maskapai penerbangan dibandingkan dengan harga agen atau situs-situs tiket online lainnya. Harga termurah ini salah satunya dikarenakan Traveloka tidak membebankan biaya transaksi pada pelanggan jadi pelanggan hanya membayar harga tiket pesawat maupun hotel yang dipesan. Dengan menyediakan metode pembayaran yang beragam Traveloka memberikan kemudahan kepada konsumen. Jenis pembayaran ini dapat dilakukan melalui ATM (Anjungan Tunai Mandiri), Mandiri klikpay, kartu kredit, BCA, CIMB dan lain-lain.

Penyampaian informasi merupakan bagian tugas *Public Relations* (Humas) yang berkaitan dengan publikasi dan rating program Traveloka agar tidak menurun, Traveloka menurut Alexa (data komersial terkait *traffic web*) mendapatkan peringkat ke 110 Indonesia, 4286 global pada April 2017. Dengan demikian *website* harus memperhatikan kenyamanan, desain *website* dan informatif.

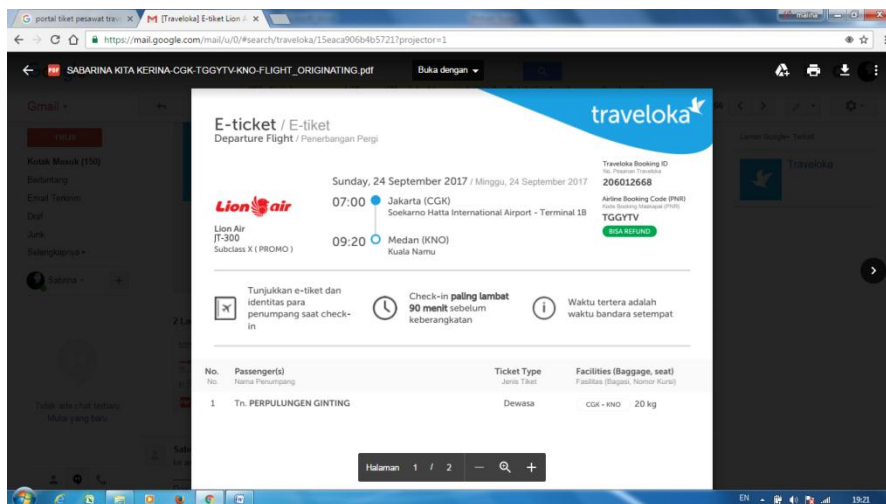
Kelebihan lain *Traveloka.com* dibandingkan dengan situs lainnya seperti *airy rooms*, *hotels.com*, *tiket.com* dll, *Traveloka.com* menawarkan booking tiket pesawat dan hotel kepada pelanggan di satu tempat dan memberikan kenyamanan pada pelanggannya dengan menghadirkan aplikasi resmi Traveloka di *App Store* dan *Google Play Store*, hal ini memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mencari tiket pesawat maupun hotel dari smartphone dimana pun pelanggan berada. Selain itu Traveloka siap melayani 24 jam penuh selama 7 hari untuk memberikan pelayanan terbaik serta *Customer Service* yang siap dalam 24 jam untuk membantu pelanggan jika

mengalami kesulitan dalam proses transaksi atau pengaduan lainnya, serta ada promo-promo *newsletter* yang diberikan traveloka.



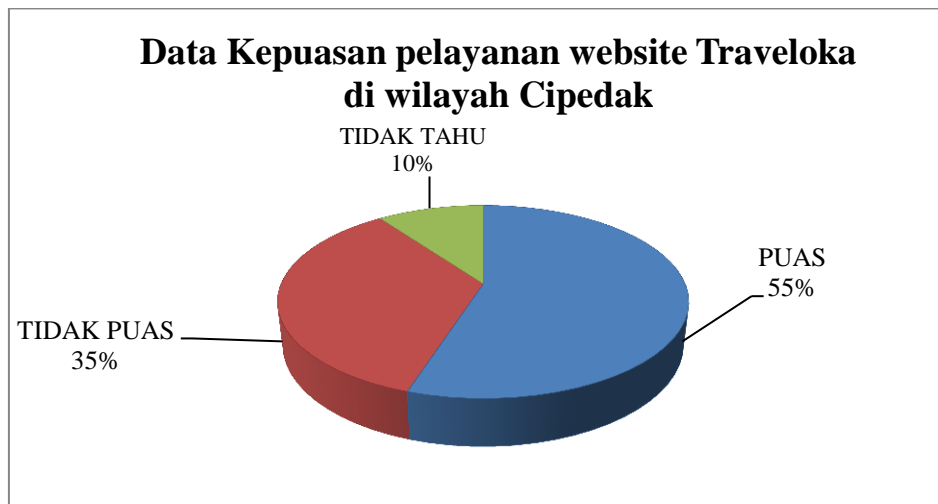
**Gambar 1.1**  
**Website Traveloka.com**  
Sumber [www.Traveloka.com](http://www.Traveloka.com)

Dari penjelasan gambar 1.1 Bagaimana cara pelanggan mencari informasi tiket di *website Traveloka* dengan langkah sebagai berikut langkah pertama ketik dikolom tujuan penerbangan dengan mengisi kota asal dan kota tujuan, langkah kedua yaitu waktu penerbangan, pelanggan juga bisa memilih tiket sekali jalan atau pulang pergi untuk memudahkan transaksi pembelian, langkah ketiga cari tiket dikolom pencarian tiket ada pilihan untuk mengisi jumlah penumpang dalam pembelian tiket yaitu ada pilihan dewasa, anak dan bayi dan Traveloka menyediakan kelas penerbangan seperti *Economy*, *Business* dan *Premium Economy*



**Gambar 1.2**  
**Gambar portal tiket traveloka.com**  
Sumber [www.Traveloka.com](http://www.Traveloka.com)

Dari penjelasan gambar 1.2 di atas, salah satu pelanggan wilayah Cipedak dalam pembelian tiket melalui *website* Traveloka.



**Gambar 1.3**  
**Data kualitas pelayanan *website* Traveloka di Wilayah Cipedak**

Dari hasil survei beberapa masyarakat di wilayah Cipedak mengenai Kepuasan *Website* Traveloka.

Dari penelitian pendahuluan tersebut, Peneliti ingin mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan *website* Traveloka terhadap kepuasan pelanggan dalam memenuhi informasi dalam *website* Traveloka. Penjabaran fenomena dan gejala di atas, dimana peneliti melakukan survei kepuasan pelanggan kepada masyarakat sekitar wilayah RW Cipedak untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, dari hasil tersebut masih ada masyarakat yang belum puas dengan kualitas pelayanan *website* dari Traveloka, karena dari program yang ada di Traveloka banyak yang tidak diketahui oleh masyarakat wilayah Cipedak.

Suatu perusahaan dalam menjalin hubungan dengan konsumen, harus mampu memberikan kualitas sehingga pelanggan merasa puas dan diuntungkan dan kualitas pelayanan pesanan harus dievaluasi kembali secara berkesinambungan. Agar pelayanan pesanan semakin baik apalagi setiap tahunnya pelanggan Traveloka semakin bertambah maka perlu ditingkatkan kembali kualitas pelayanan dari Traveloka.

Hal ini dilakukan agar mempermudah pelanggan Traveloka di wilayah Cipedak yang masih kurang memahami prosedur yang diberikan oleh pihak Traveloka. Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah yang di angkat pada penelitian ini yaitu dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka” (Survei Pengguna Traveloka di Wilayah Cipedak).**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mengidentifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut **Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka (Survei pengguna Traveloka di wilayah Cipedak)?**

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, peneliti simpulkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar Kualitas Pelayanan Website terhadap kepuasan pelanggan Traveloka (Survei pengguna Traveloka).

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menerapkan teori dari ilmu komunikasi, serta dapat dijadikan literatur ilmiah dan referensi untuk kajian penelitian dalam bidang ilmu komunikasi khususnya *Public Relations*.

### **2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini dimaksudkan sebagai bahan evaluasi pada Traveloka agar kualitas pelayanan reservasi ditingkatkan agar pelanggan merasa puas atas berbagai bentuk promo serta pelayanan yang telah diberikan Traveloka. Karena kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling utama yang harus dijaga dan ditingkatkan agar pelanggan tetap percaya dan tetap bertahan dengan produk, jasa dan pelayanan yang telah diberikan oleh Traveloka.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, penulis membuat kerangka sistematika penulisannya sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Di dalam bab ini, berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini meliputi uraian berbagai teori-teori dan pengertian-pengertian yang menjadi dasar untuk menguraikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penulisan.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai analisa hasil-hasil penelitian untuk memberikan jawaban terhadap masalah penelitian serta menganalisa data secara statistik.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisikan mengenai sumber-sumber dan buku-buku yang digunakan dalam penelitian.

### **LAMPIRAN**