

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

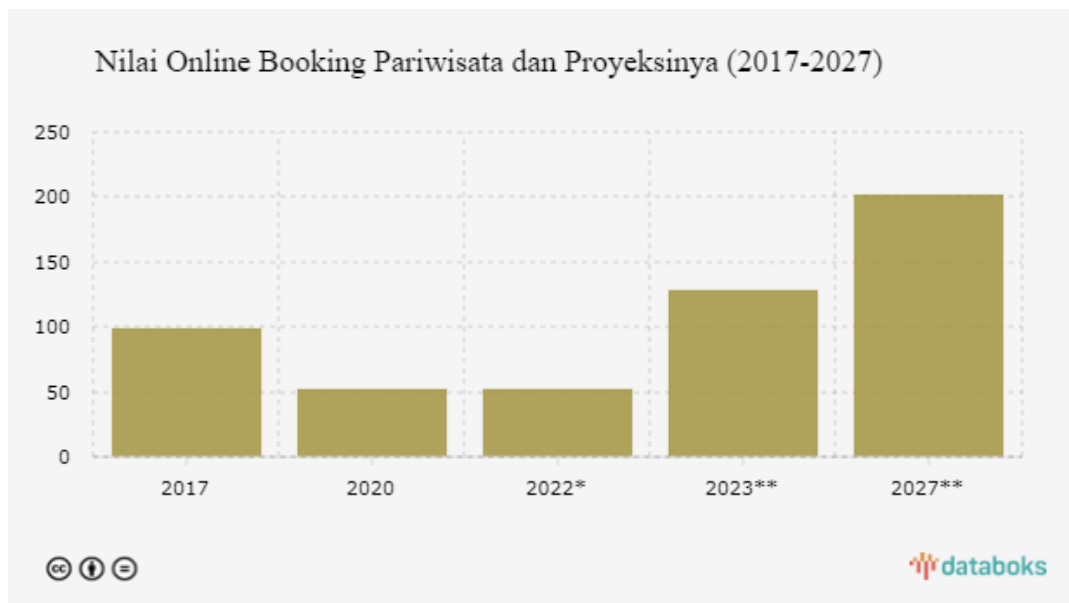
Perkembangan teknologi informasi saat ini berkembang pesat berbagai dampak dari perkembangan teknologi salah satunya adalah perekonomian, pada saat ini ekonomi digital yang sedang marak di mana pertumbuhan pada konsumsi yang cukup tinggi dikarenakan semakin mudahnya akses jual beli melalui berbagai platform, yang memudahkan konsumen dalam memperoleh sebuah barang ataupun jasa. Ekonomi digital ini memiliki potensi dalam memajukan perekonomian Indonesia secara optimal, ekonomi digital ini juga mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan konsumen.

Era ekonomi digital ini ditandai dengan makin maraknya perkembangan bisnis atau transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai medium komunikasi. Ekonomi digital juga ditandai dengan makin banyak perusahaan baru maupun lama yang beralih ke format bisnis ke elektronik e-business dan e-commerce. Penggunaan teknologi komunikasi informasi oleh masyarakat, berjalan signifikan dengan perubahan model bisnis berbagai sektor di era ekonomi digital saat ini. Salah satu sektor yang berubah drastis adalah biro perjalanan (travel). Kemajuan teknologi serta pemanfaatannya, merupakan alasan terkuat terjadinya evolusi model bisnis travel dari konvensional ke existing atau yang sedang berjalan saat ini,

kemajuan dan penggunaan teknologi mengakibatkan banyaknya perubahan pola bisnis, industri serta perubahan sosial. Kemudahan mengakses internet mampu merubah drastis berbagai sektor industri termasuk pariwisata/travel. Internet telah menjadi sumber informasi yang utama bagi para wisatawan dan merupakan sebuah platform bagi transaksi bisnis.

Perkembangan dan pemanfaatan Teknologi Komunikasi dan Informasi (TIK) mempermudah masyarakat untuk mendapatkan layanan perjalan mulai dari pemesanan tiket hingga penginapan yang dilakukan melalui penggunaan travel online. Biro-biro perjalanan yang dulu menggunakan jasa konvensional secara perlahan mulia menghilang, kini masyarakat sudah jarang membeli tiket pesawat maupun kereta di gerai-gerai pembelian tiket. Masyarakat lebih memilih untuk menggunakan *smartphone* yang terkoneksi dengan internet dan memesannya melalui fitur-fitur yang telah disediakan melalui beberpa jasa penjualan tiket online seperti Tiket.com, Traveloka, Trivago, Pegi-peg, dan lain-lain karena lebih praktis, efisien dan efektif.

Hasil riset Euromonitor yang diolah *East Ventures*, *Katadata Insight Center* (KIC), dan *Pricewater house Coopers* (PWC) Indonesia menunjukkan adanya pertumbuhan pariwisata Indonesia melalui pemesanan aplikasi digital atau *online booking*.



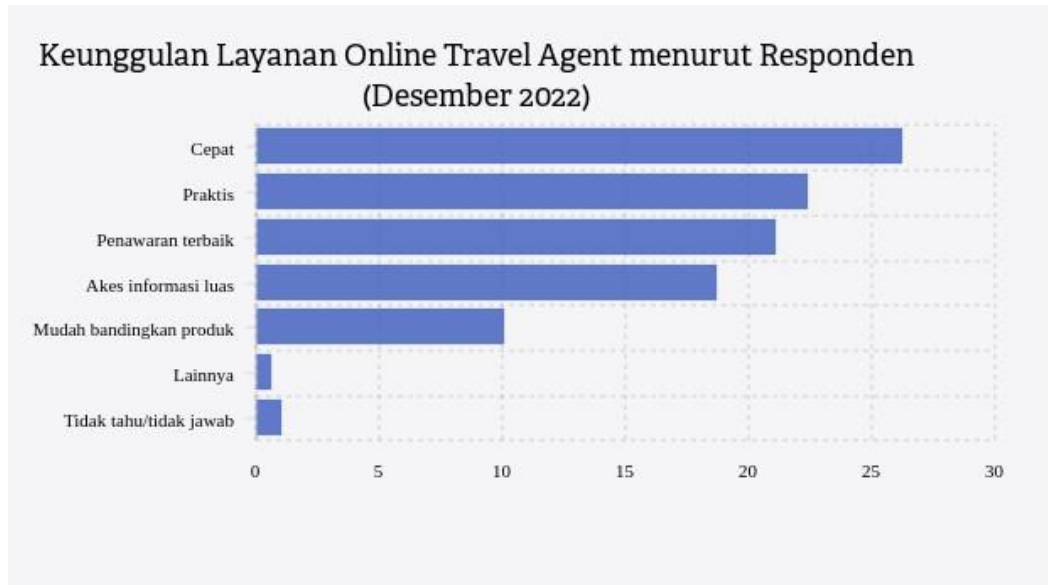
Gambar 1. 1 Nilai *Online Booking* dan Proyeksi (2017-2027)

Sumber : Databoks

Pada 2017, nilai *online booking* sebesar Rp99 triliun. Namun setelah pandemi Covid-19 mewabah di Indonesia pada 2020, nilainya anjlok menjadi Rp52 triliun. Memang perjalanan bangkit dari pandemi tidaklah mudah, melihat pariwisata merupakan sektor yang paling terpukul saat itu. Pada 2022 ini nilai *online booking* diestimasikan mencapai Rp52 triliun. Namun, tim menyebut masa depan sektor ini akan jauh lebih bagus, dengan proyeksi mencapai Rp128 triliun pada 2023 dan Rp202 triliun pada 2027. Pertumbuhan dari 2017 hingga 2027 ditaksir mencapai 7%. *Online booking* didominasi oleh agensi atau *online travel agency* (OTA) seperti Traveloka dan Tiket.com. Tim menyebut, keduanya menguasai pangsa pasar yang besar dengan total 72%. "Sebagai strategi bisnisnya, Traveloka mengembangkan lifestyle app yang menawarkan berbagai layanan selain pariwisata, seperti pembayaran listrik dan investasi emas," tulis tim dalam laporannya. Lain halnya dengan kompetitor,

Tiket.com melakukan kolaborasi lintas platform dengan Blibli. Tim menjelaskan, pangsa pasar OTA sudah terkonsentrasi pada beberapa pelaku usaha, sehingga peluang perkembangan teknologi pariwisata terdapat pada kebutuhan di luar pemesanan akomodasi dan transportasi. "Sebagai contoh, layanan room service via aplikasi handphone yang dikembangkan Izy.ai atau platform customer relationship management (CRM) bagi hotel dan restoran dari Member.id," tulis tim riset. Pada 2017 nilai pangsa pasar online booking bisa mencapai Rp99 triliun.

Layanan *online travel agent* (OTA) banyak digunakan masyarakat Indonesia yang hendak berwisata atau bepergian ke luar kota. Riset *Google*, Temasek, dan Bain & Company dalam laporan *e-Economy SEA 2019*, memproyeksikan pasar travel online Indonesia hingga 2025 masih tetap unggul di Asia Tenggara. Potensi ini didorong tren pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia. Menurut temuan Kurious (2022) yang dikutip dari dari Katadata *Insight Center* (KIC), mayoritas atau 26,2% pengguna OTA yang disurvei menilai keunggulan utama layanan ini adalah proses pembeliannya yang cepat.



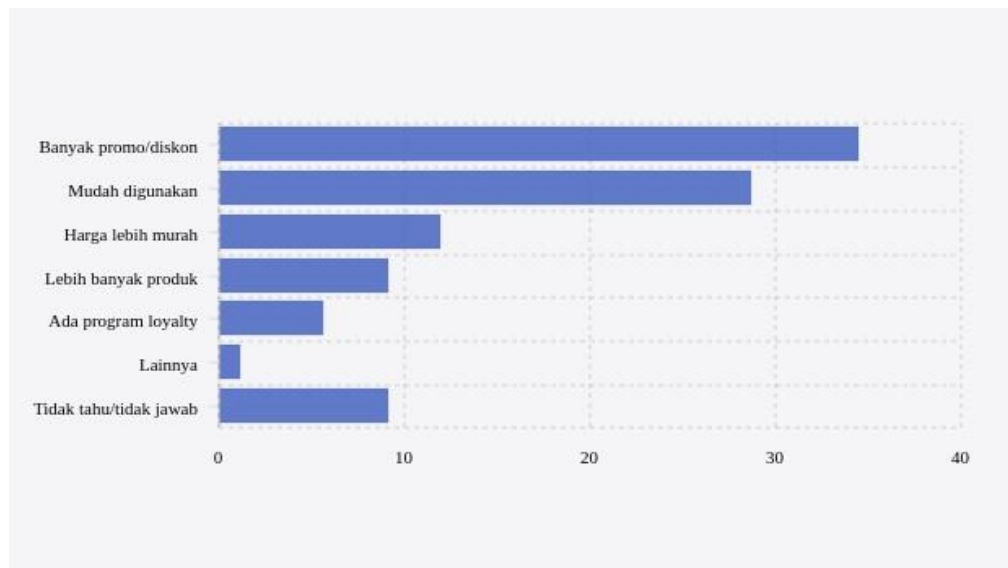
Gambar 1. 2 Keunggulan Layanan *Online Travel Agent*  
Menurut Responden (2022)

Sumber : Databoks

Kemudian 24% responden menyatakan OTA unggul karena pembeliannya praktis, 21,1% merasa mudah mencari penawaran terbaik di OTA, dan 18,7% menilai OTA punya akses informasi yang luas. Ada pula 10,1% responden yang menilai OTA memudahkan pengguna untuk membandingkan produk/jasa serupa, 0,6% menjawab keunggulan lain-lainnya, dan 1% tidak tahu/tidak menjawab. Survei Kurious juga menemukan sejumlah kelemahan layanan akomodasi perjalanan offline menurut konsumen, seperti akses informasi terbatas (25,7%), sulit mencari penawaran terbaik (18,2%), proses pembelian memerlukan waktu lama (18,2%), sulit membandingkan produk/jasa (17,6%), dan metode transaksinya tidak praktis (14,3%). Kurious adalah platform survei berbasis komunitas. Survei terkait OTA ini dilakukan pada 28 November–5 Desember 2022 melalui wawancara situs (web interview)

terhadap 715 responden yang tersebar di seluruh Indonesia. Survei memiliki margin of error 3,7% dengan tingkat kepercayaan 95%.

OTA (*Online Travel Agent*) dianggap sebagai perantara yang membantu menyediakan produk layanan perjalanan online untuk pelanggan. Produknya meliputi hotel, penerbangan, paket perjalanan wisata hingga persewaan mobil. Salah satu keuntungan yang dapat diunggulkan dari OTA ialah sistem pemesanan secara online sehingga konsumen dapat memesan hotel, tiket pesawat, paket perjalanan wisata, dan lainnya hanya melalu aplikasi atau website. Konsumen juga dapat memanfaatkan informasi di dalam aplikasi atau website untuk membandingkan hotel, maskapai penerbangan maupun industry yang lain sehingga konsumen dapat membandingkan dan memilih sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Selain akses yang sangat mudah digunakan, banyaknya promo dan diskon yang terdapat pada *online travel agent* juga mendorong para pengguna untuk melakukan pembelian melalui situs tersebut sehingga pengguna dapat menghemat biaya dalam melakukan perjalanan. Hal ini didukung juga dengan survei Kurious (2022) yang dikutip melalui situs databoks, dari seluruh pengguna OTA yang disurvei, mayoritasnya atau 34,5% memilih layanan ini karena memiliki banyak promo atau diskon.



Gambar 1. 3 Alasan Responden Menggunakan Online Travel Agent (2022)

Sumber : Databoks

Kemudian 28,7% responden memilih OTA karena mudah digunakan, dan 11,9% karena harganya lebih murah ketimbang membeli tiket atau akomodasi secara langsung. Ada pula 9,1% responden yang memilih OTA karena menawarkan banyak produk, 5,6% karena OTA memiliki program loyalty berupa poin atau undian berhadiah, 1,1% menjawab alasan lain-lain, dan 9,1% tidak tahu atau tidak menjawab. Survei Kurious juga menemukan bahwa Traveloka menjadi layanan OTA yang paling banyak digunakan responden dengan persentase 63,1%. Diikuti oleh Tiket.com dan Pegipegi masing-masing 40,4% dan 15,4%.

Melalui situs similiarweb.com yang merupakan platform penyedia analisis website, perbandingan website, data mining, dan data traffic. Dibawah

ini merupakan beberapa situs yang bergerak dalam industri *travel, accomodation, and hotels*.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Website *Online Travel Agent* di Indonesia

<b>OTA</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Tiket.com	19,6 Juta	5,5 Juta	4,1 Juta
Traveloka	60,7 Juta	11,6 Juta	9 Juta
Pegi-peggi	8,2 Juta	1,5 Juta	1,2 Juta

Sumber : *SimiliarWeb*

Tabel diatas memperlihatkan jumlah pengunjung website *online travel agent* di Indonesia. Traveloka berada di urutan pertama pada tahun 2020 dengan jumlah pengunjung sebesar 60,7 juta, sedangkan Tiket.com berada di urutan selanjutnya dengan total 19,6 juta pengunjung. SimilarWeb kembali mengungkapkan data hingga pada tahun 2022 bahwa Tiket.com tetap berada dibawah posisi Traveloka dengan total kunjungan 4,1 juta dan Traveloka tetap bertahan di urutan teratas dengan selisih 4,9 juta atau rata-rata 9 juta pengunjung.

Tiket.com adalah pionir online travel agent (OTA) di Indonesia yang merupakan salah satu perusahaan travel online terbesar dan terlengkap di Indonesia yang menawarkan tiket penerbangan, kereta, akomodasi, tiket acara, sewa mobil, serta kebutuhan perjalanan lainnya. Tiket.com merupakan OTA pertama di Indonesia yang menjadi pelopor dalam menghadirkan solusi inovatif untuk menjawab kebutuhan masyarakat Indonesia untuk bepergian dan berwisata. Evolusi peran tiket.com tercermin dalam setiap inovasi yang berfokus customer-centric, dimana seluruh produk, fitur, dan ragam inovasi yang tiket.com kembangkan berdasarkan pada kebutuhan konsumen.



Tabel 1. 2 Data komplain pelanggan Tiket.com Agustus – Oktober 2023

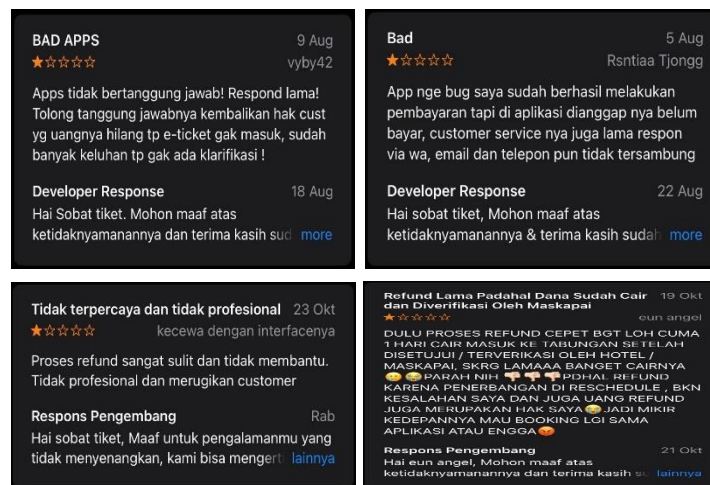
<b>Jenis Komplain</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Komplain</b>
Booking hotel	Kamar hotel tidak sesuai aplikasi	1
	<i>E-Ticket</i> yang tidak terbit	13
	Pesanan yang belum terkonfirmasi kepada pihak hotel	1
Booking tiket pesawat	<i>E-Ticket</i> yang tidak terbit	3
	Tidak adanya informasi terkait <i>reschedule</i> jadwal penerbangan	1
Booking tiket kereta	<i>E-Ticket</i> yang tidak terbit	3
Layanan <i>customer service</i>	CS dirasa tidak dapat membantu mengatasi masalah <i>customer</i>	7
	Tidak adanya respon dari pihak CS ketika customer memberikan komplain	46
	Layanan CS yang lambat dalam menanggapi komplain <i>customer</i>	2
<i>Refund</i> tiket	Proses <i>refund</i> yang sulit dan lama	6
Sistem aplikasi	Sering terjadi bug pada aplikasi	13
<b>Total Komplain</b>		<b>96</b>

Sumber : *Tiket.com App Store*

Pada tabel diatas dapat dilihat data komplain pada periode Agustus-Oktober 2023 yang telah diberikan pelanggan pada *online travel agent* Tiket.com. Terdapat 15 komplain pelanggan yang diberikan kepada Tiket.com dalam pemesanan *booking* hotel, diantaranya komplain mengenai kamar hotel yang tidak sesuai pada aplikasi, *E-Ticket* yang tidak terbit setelah melakukan pembayaran dan pesanan kamar yang belum terkonfirmasi pada pihak hotel. Selanjutnya terdapat pengaduan pelanggan Tiket.com mengenai pemesanan tiket pesawat sebanyak 4 komplain, beberapa diantaranya terkait *E-Ticket* yang tidak terbit dan tidak adanya informasi terkait *reschedule* jadwal penerbangan. Dalam pemesanan tiket kereta api pada OTA Tiket.com juga terdapat 3 komplain yang diberikan pelanggan dengan permasalahan yang dialami oleh

pelanggan mengenai *E-Ticket* yang tidak terbit meskipun telah melakukan pembayaran. Layanan *customer service* Tiket.com menjadi salah satu komplain terbanyak yang diberikan oleh pelanggan, tercatat sebanyak 55 komplain yang diberikan kepada pihak Tiket.com mengenai *customer service* yang dirasa tidak dapat membantu mengatasi masalah yang dialami oleh pelanggan, tidak adanya respon dari pihak *customer service* ketika pelanggan memberikan komplain dan layanan CS yang lambat dalam menanggapi komplain yang diberikan oleh pelanggan. Terdapat 6 data komplain yang diberikan oleh pelanggan kepada pihak Tiket.com mengenai *refund* tiket dengan aduan proses *refund* yang sulit dan memakan waktu yang lama. Sistem aplikasi Tiket.com juga menjadi salah satu komplain yang diberikan oleh pelanggan, tercatat sebanyak 13 komplain yang diberikan mengenai seringnya terjadi bug pada aplikasi Tiket.com. Dibawah ini beberapa contoh komplain yang diberikan pelanggan kepada *online travel agent* Tiket.com.

<p><b>JANGAN BELANJA DI SINI! SCAM!!</b> 6 Aug            ★☆☆☆☆ Powerpuff990</p> <p>Hati hati berbelanja apapun disini. Tanggal 5 agustus ribuan orang semua mengalami kerugian karena dana telah terpotong namun eticket tidak terbit!! Semua CS tidak ada yang merespon sama sekali!! Ribuan orang rugi mungkin hingga milyaran rupiah karena hal ini. Hati hati sangat tidak disarankan untuk membeli tiket di sini. Black list!!</p> <p><b>Developer Response</b> 19 Aug            Hai sobat tiket, Mohon maaf atas ketidaknyamanannya dan terima kasih sud <a href="#">more</a></p>	<p><b>Customer service sangat tidak membantu</b> 17 Sep            ★☆☆☆☆ swardani26</p> <p>Percuma pelanggan diamond, tetapi komplain tidak ditangani dengan baik, dan kita dibuat bolak balik antara pihak hotel dan maskapai, sangat mengecewakan</p> <p><b>Developer Response</b> Mon            Hai sobat tiket, kami memahami kendala yang kamu alami. Mohon maaf atas <a href="#">more</a></p>
<p><b>Sampai dihotel tiket masih belum diproses</b> 22 Aug            ★☆☆☆☆ rupuck</p> <p>Sudah sampai hotel, dari hotel bilang dari tiket.com belum kirim pemesanannya, nunggu berjam jam, customer service harus pakai pulsa, Telp hampir 10 menit solusinya cuman nunggu lagi!! Sampah banget very bad experiences using tiket.com</p> <p><b>Developer Response</b> 24 Aug            Hai sobat tiket, Mohon maaf atas ketidaknyamanannya dan terima kasih sud <a href="#">more</a></p>	<p><b>Penipuan</b> 11 Sep            ★★★★★ rifa119</p> <p>Apk tidak kooperatif saat ada oknum yang mengatas namakan apk ini . kemarin saya booking kamar dan saat datang ke tempat sesuai mapsnya , security dan orang yang ada disana tidak ada yang tau property tsb saya sangat menyayangkan bisa ada oknum seperti itu di apk besar seperti tiket.com</p> <p><b>Developer Response</b> 12 Sep            Hai sobat tiket, kami bisa merasakan juga yang kamu kecewakan. Maaf untuk pengalaman <a href="#">more</a></p>



Gambar 1. 4 Komplain Pelanggan Online Travel Agent Tiket.com

Sumber : *Tiket.com Appstore*

Pada gambar diatas dapat dilihat beberapa contoh mengenai ulasan buruk yang telah diberikan pelanggan pada *online travel agent* Tiket.com. Beberapa diantaranya memberikan komplain mengenai harga yang tidak sesuai dengan penawaran tiket.com yang memberikan jaminan harga termurah, banyak dari pelanggan tiket.com juga memberikan ulasan buruk mengenai *e-ticket* yang tidak diterima oleh pelanggan setelah melakukan pembayaran sehingga dalam kasus ini beberapa pelanggan memberikan klaim adanya penipuan yang dilakukan oleh pihak tiket.com. Buruknya pelayanan CS Tiket.com dalam menangani komplain yang diberikan oleh pelanggan membuat pelanggan memberikan ulasan buruk terhadap aplikasi Tiket.com karena dinilai *customer service* Tiket.com tidak dapat membantu atau tidak memberikan klarifikasi dalam menangani beberapa permasalahan yang dialami oleh pelanggan. Sistem operasi aplikasi Tiket.com yang tidak optimal juga menjadi salah satu hal yang menyebabkan pelanggan memberikan ulasan

kurang baik dikarenakan pelanggan merasa kurang nyaman dalam menggunakan aplikasi Tiket.com. Seiring pertumbuhan Perusahaan, Tiket.com disebut sebagai online travel agent yang berfokus pada customer centric, dalam hal ini perusahaan perlu memperhatikan nilai-nilai yang diberikan kepada pelanggan dalam setiap inovasi yang dikembangkan guna memperoleh kepuasan yang dapat dirasakan oleh setiap pelanggan atau pengguna Tiket.com.

Suatu produk atau jasa yang dibeli customer dari perusahaan semakin memuaskan jika customer itu mendapatkan nilai (value) yang tinggi. Bagi customer, nilai (value) atau nilai jasa yang ditawarkan suatu perusahaan memiliki dimensi yaitu Kinerja jasa dibandingkan dengan produk sejenis yang ditawarkan pesaing perusahaan (Didin dan Anang, 2019). *Customer value* juga dapat didefinisikan sebagai ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberi nilai tambah. Apabila pelanggan atau konsumen merasa antara harapan dan kenyataan produk atau jasa sesuai maka akan timbul kepuasan (Edwin, 2018).

Berdasarkan hasil uraian data dan informasi diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Customer Value* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada *Online Travel Agent* Tiket.com”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh *Functional Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada *online travel agent* Tiket.com ?
2. Apakah terdapat pengaruh *Emotional Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada *online travel agent* Tiket.com ?
3. Apakah terdapat pengaruh *Social Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada *online travel agent* Tiket.com ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Functional Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada *online travel agent* Tiket.com ?
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Emotional Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada *online travel agent* Tiket.com ?
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Social Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada *online travel agent* Tiket.com

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka manfaat yang ingin dicapai dan diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis maupun pihak lain dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut :

1. Bagi penulis, sebagai salah satu syarat akademik untuk mendapatkan gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi untuk pemahaman peneliti dan juga merupakan bentuk Implementasi analisis teoritis yang peneliti pelajari selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi.
2. Bagi perusahaan, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan atau sebagai bahan referensi bagi pihak manajemen pemasaran dalam pengambilan keputusan.
3. Bagi akademisi, Sebagai referensi tambahan untuk mempelajari ilmu pengetahuan secara teoritis dan praktis, serta menjadi bahan perbandingan untuk peneliti yang serupa agar menjadi lebih berkembang dan efektif.