

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Global Tiket Network merupakan perusahaan yang memiliki fokus pada sebuah *web* dengan situs *tiket.com* dengan fitur *booking* dan *ticketing online* yang memberikan pelayanan reservasi tiket. Sebelumnya, situs Tiket.com telah melayani pemesanan hotel, tiket nonton film, dan konser. Selain itu juga memperbarui tampilan portalnya, agar tampilan lebih atraktif. Situs ini tak perlu banyak membuka halaman *browser* untuk melakukan reservasi tiket perjalanan maupun hiburan. Keunikan dari reservasi tiket pesawat lewat Tiket.com adalah bisa membooking tiket penerbangan pulang pergi dari dua maskapai berbeda tapi sistem pembayarannya cukup melalui situs Tiket.com saja. Dan juga bisa membooking kamar hotel serta tiket pesawat. Semua biaya atas pesanan nya cukup lewat Tiket.com.

Tiket.com merupakan situs reservasi *online*, maka untuk cangkupan wilayah tidak terbatas, selama wilayah nya memiliki akses internet maka bisa melakukan reservasi *online* ditiket.com. Dan untuk jumlah karyawan pada saat ini tiket.com telah memiliki 80 karyawan.

Sejak dilahirkan Tiket.com bukan cuma mimpi. Ini adalah ide yang sudah jadi sesuatu yang bisa dinikmati oleh jutaan pengguna internet. Dan tiket.com bisa menjual tiket senilai Rp 30 Miliar sampai dengan 40 Miliar, jika dihitung pertahun omset bisa mencapai Rp 360 sampai 480 miliar. Itu bukan usaha konglomerat tapi melainkan 4 orang anak muda yang sekarang sudah memberi lapangan pekerjaan ke 80 orang staf-nya.



Gambar 1.1
Tampilan Website Tiket.com

Sumber: www.tiket.com diakses pada 28/08/16

Perusahaan tiket.com yang merupakan bidang bisnis informatika untuk reservasi tiket yang didirikan oleh Wenas, Dimas, Gaery dan Natali di November 2011 yang punya visi membangun sebuah sistem untuk jualan tiket *online* yang dibangun dengan modal yang sangat minim kini semakin maju dan berkembang. Dengan seiringnya perkembangan zaman kini masyarakat cenderung untuk melakukan reservasi *online* dikarenakan dengan proses yang mudah dan cepat kita bisa mendapatkan tiket sesuai dengan yang kita inginkan. Dan kedepannya perusahaan ini akan lebih maju apalagi jika situs ini bekerja sama dengan aplikasi asisten pribadi seperti *siri* atau *google now*, maka pengguna aplikasi asisten pribadi tersebut akan dengan mudah untuk melakukan pemesanan tiket karena sudah terintegarsi dengan aplikasi tersebut.



Gambar 1.2 Logo situs Tiket.com

Sumber: www.tiket.com

Diakses pada tanggal 13 September 2016

1.1.1. Visi dan Misi PT. Global Tiket Network atau Tiket.com

Visi

Menjadi situs *One Stop Travel & Entertainment* terbaik di Indonesia.

Misi

Memenuhi kebutuhan pelanggan dengan solusi terbaik bagi setiap konsumen yang ingin *travelling* serta mendapatkan hiburan di Indonesia.

1.1.2. Layanan yang diberikan Tiket.com

PT. Global Tiket Network memberikan beberapa penawaran jasa untuk konsumennya yang dapat dilihat selengkapnya pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1

Penawaran Jasa yang diberikan Tiket.com

No.	Jenis Jasa	Keterangan
1.	Tiket Pesawat	Tiket.com membangun kemitraan dengan 14 maskapai penerbangan seperti Garuda Indonesia, Citilink, Batavia Airlines, Merpati Airlines, Sriwijaya Airlines, dll. Tiket.com adalah nomor satu dalam hal penjualan untuk pesawat Citilink.
2.	Tiket Kereta Api	Tiket.com berhasil menjadi agen layanan online tiket kereta api nomor 1 melalui penguatan kerjasamanya dengan PT KAI (Kereta Api Indonesia). Telah menjual 1000 tiket kereta api di 2 menit.
3.	Hotel	Tiket.com membangun kemitraan dengan lebih dari 180.000 hotel.
4.	Event & Atraksi	Tiket.com bermitra dengan puluhan promotor dunia hiburan seperti konser musik, festival, seminar, dan lain-lain.

(Bersambung)

(Sambungan)

5.	Film	Tiket.com memudahkan pelanggan untuk memesan tiket bioskop yang mana Tiket.com sudah bekerja sama dengan beberapa bioskop seperti <i>Blitz Megaplex</i> , <i>Cinema XXI</i> , dan lain-lain.
6.	Sewa Mobil	Tiket.com juga bekerjasama dengan beberapa agen sewa mobil dan travel. Daerah yg menjadi tujuan untuk penyewaan mobil di Tiket.com sampai saat ini diantaranya adalah Jakarta, Surabaya, Bali, Yogyakarta, Bandung, Makassar, dan Semarang

Sumber: Tiket.com diakses pada 28/08/16

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan peradaban dan kemajuan zaman telah membawa manusia kepada perubahan-perubahan kehidupan ke arah yang lebih baik. Pada perkembangan dewasa ini, yang sering disebut sebagai era globalisasi seperti sekarang ini khususnya di Indonesia padatnya penduduk diiringi semakin kompleknya kebutuhan dan berbagai aktifitas manusia dalam baik melakukan pekerjaan, sekolah, pariwisata, penelitian maupun traveling. Hal ini semakin berdampak pada kebutuhan akan sektor jasa transportasi baik darat, laut maupun udara.

Dalam penyelenggaraan transportasi, sangat perlu kecepatan informasi agar setiap permasalahan dapat diatasi secara cepat dan semaksimal mungkin. Kondisi tersebut perlu dan harus didukung dengan sistem teknologi informasi untuk transportasi yang handal, yang mampu saling mendukung dan terpadu dengan sistem-sistem lainnya. Dalam rangka mendukung pelaksanaan tugas di bidang transportasi, maka suatu sistem yang berbasis teknologi informasi yang terintegrasi ditingkat regional maupun nasional, merupakan suatu kebutuhan utama. Internet adalah produk jasa yang sangat mudah dioperasikan dan dapat digunakan oleh semua kalangan dan juga dapat digunakan sepanjang waktu. Saat

ini internet menjadi unggulan bagi para pebisnis dalam usaha memenangkan persaingan bisnis.

Teknologi internet seperti aplikasi berbasis internet atau *website* semakin memberikan kemudahan beraktivitas. Kemudahan menjadikan segala sesuatu menjadi semakin cepat sehingga orang memiliki lebih banyak waktu. Banyaknya waktu akhirnya mendorong lahirnya kebutuhan baru. Kebutuhan baru muncul di seluruh aspek kehidupan. Salah satu yang paling utama adalah kebutuhan akan kepraktisan. Masyarakat sebagai konsumen jadi cenderung ingin serba cepat dan serba dekat. Hal inilah yang menjadikan seluruh lini bisnis berevolusi ke ranah digital untuk semakin merangkul pasarnya secara lebih cepat dan dekat. (www.beritasatu.com diakses tanggal 06/09/2016)

Berdasarkan data dari *Internet World Stats* terdapat data statistik perkiraan resmi terhadap jumlah pelanggan dan pemakai internet selama ini dan perkiraan dari tahun 2000 – 2016 yaitu akan terus terjadi peningkatan. Pemakai internet akan terus meningkat dari tahun ketahun, karena kebutuhan manusia akan informasi juga bertambah.

Berikut ini tabel jumlah pengguna internet di Indonesia:

Tabel 1.2

Jumlah pengguna Internet di Indonesia

Tahun	Pengguna	Populasi	Penetrasi (%)
2000	2,000,000	206,264,595	1.0 %
2007	20,000,000	224,481,720	8.9 %
2008	25,000,000	237,512,355	10.5 %
2009	30,000,000	240,271,522	12.5 %
2010	30,000,000	242,968,342	12.3 %
2016	88,000,000	258,316,051	34.1 %

Sumber: www.internetworldstats.com diakses pada 28/09/16

Pada tabel 1.2 dapat dilihat pengguna internet yang semakin banyak dari tahun ke tahun yang menunjukkan masyarakat dapat merespon secara positif

tentang kehadiran internet di Indonesia. Maka dari itu *website* tiket.com memiliki potensi untuk berkembang di Indonesia. Dengan potensi ini telah merubah sistem jual beli tiket online secara signifikan. Saat ini sudah banyak penyedia jasa penjualan tiket *online* yang persaingannya semakin ketat. Dengan perkembangan sekarang ini yang membuat PT Global Tiket Network atau Tiket.com melakukan inovasi untuk mengeluarkan jasa jual beli tiket online dimana PT Global Tiket Network merupakan salah satu perusahaan yang berfokus pada perkembangan pasar di dalam negeri, salah satunya dengan penetrasi pasar di luar Jawa yang semakin tumbuh secara signifikan, mengingat semakin banyak masyarakat saat ini merasakan kemudahan melakukan pembelian kebutuhan travel secara *online*, ditambah lagi Tiket.com memiliki jaringan DOTA (*Distribution Online Tiket.com Agent*) yaitu *offline agent reseller* yang dimiliki oleh Tiket.com sehingga Tiket.com dapat menjaring berbagai lapisan masyarakat di berbagai daerah. (tiket.com diakses tanggal 02/09/16)

Tiket.com melayani pemesanan tiket pesawat, tiket kereta api, hotel, tiket nonton film, dan konser yang tercepat, termurah dan terlengkap. Harga yang ditampilkan di *website* Tiket.com sudah diolah dari jaringan sumber-sumber resmi. Tiket.com merupakan perusahaan *startup* dari PT Global Tiket Network yang sudah berjalan sejak November 2011. (tiket.com dan id.techinasia.com diakses tanggal 02/09/16)

Menurut situs Alexa, *website* www.tiket.com merupakan situs *booking* tiket *online* di Indonesia yang sering dikunjungi dan dapat dilihat di grafik berikut: (www.alexa.com diakses tanggal 03/09/16)



Gambar 1.3 How popular is Tiket.com?

Sumber: www.alexa.com

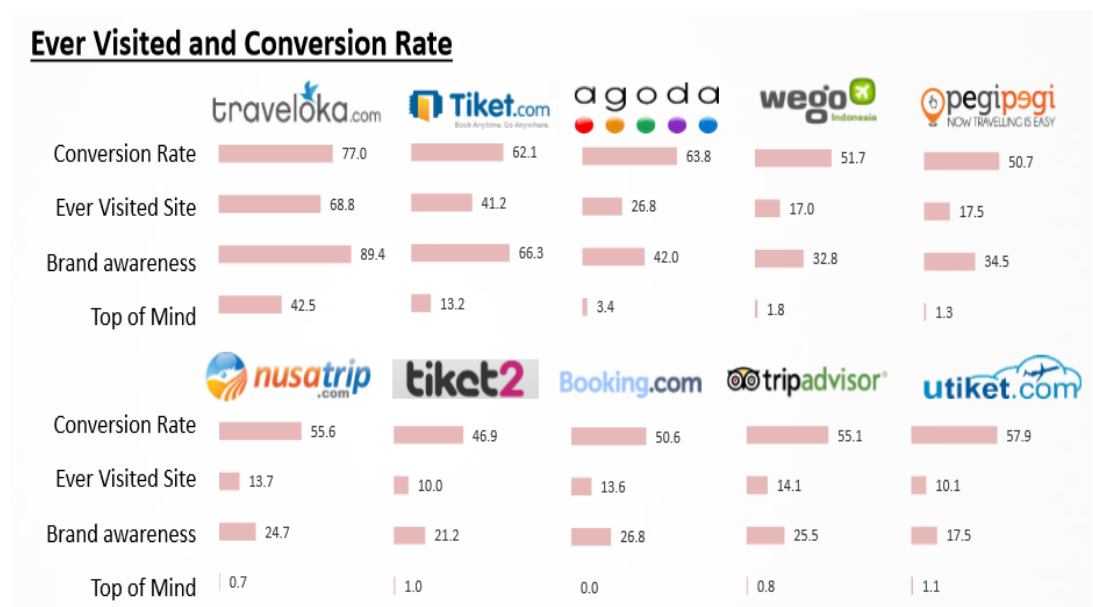
Dapat dilihat bahwa *website* www.tiket.com mendapatkan peringkat ke-120 di Indonesia sebagai *website* yang sering dikunjungi, karena sampai sekarang konsumen belum banyak mengetahui tentang adanya penjualan tiket secara online di *website* [tiket.com](http://www.tiket.com). Namun dalam keterangan gambar diatas pada bulan Oktober 2015 sampai dengan Januari 2016 Tiket.com memiliki peningkatan pengunjung dibandingkan pada bulan April sampai dengan Juli 2016 memiliki pengunjung yang cenderung naik secara drastis. Hal ini menjadikan situs *website* www.tiket.com dinobatkan sebagai juara *startup* disektor *booking online* untuk travel, *event*, dan perhotelan dikarenakan memiliki peningkatan pengunjung yang dibandingkan dengan situs booking tiket online sejenis. Tiket.com juga memberikan kemudahan kepada pelanggannya cara pembayaran yang aman melalui ATM/transfer, kartu kredit, *internet banking*, *sms banking*, dan *mobile banking* berbeda dari situs *website* yang lain. (id.techinasia.com diakses pada tanggal 3/09/16)

Berdasarkan data pemesanan dan penjualan tiket di Tiket.com pada tahun 2014 berhasil mencapai 1,9 juta transaksi pemesanan tiket dan kamar hotel. Angka ini ditargetkan tumbuh sampai tiga kali lipat sampai tahun 2016. Pemesanan tiket di Tiket.com 90% untuk rute domestik dengan tujuan favorit diantaranya Surabaya, Bali, Medan dan Yogyakarta. Tiket.com saat ini meningkatkan penjualan dan memperbesar *market share*. Dengan menjaga kepuasan pelanggan menyediakan 100 staf *call center* dan *customer service*.

Tiket.com menggencarkan promosi dan pemasarannya melalui online maupun offline. (www.cnnindonesia.com diakses pada tanggal 28/08/16)

Berdasarkan Survei yang dilakukan oleh Nusaresearch mengenai pengguna Internet tentang layanan pemesanan kamar hotel dan tiket pesawat di Indonesia. Walaupun Tiket.com mengikuti posisi yang kedua namun tiket.com masih populer untuk pemesanan tiket di Indonesia saat ini. Selanjutnya Agoda ketiga. Yang menarik, meskipun layanan metasearch tidak berjualan secara langsung, Wego menduduki posisi keempat secara keseluruhan. Dalam Survei ini, Tiket.com menjadi yang tertinggi dalam hal *top of mind*, *brand awareness*, kehadirannya di berbagai iklan dan promosi, paling dikunjungi, dan yang menjadi referensi utama untuk kunjungan di masa mendatang. Hal ini mungkin tidak mengejutkan bagi mereka yang sudah mengikuti segmen online travel dalam setahun terakhir. (dailysocial.id diakses pada tanggal 25/09/16)

Berikut ini gambar perbandingan antara Tiket.com dengan situs website lainnya:



Gambar 1.4 Perbandingan Situs Tiket.com dengan Situs Sejenis Lainnya

Sumber : Nusaresearch diakses tanggal 04/10/16

Gambar 1.4 menunjukkan Traveloka dan Tiket.com sebagai dua perusahaan start-up berbasis e-commerce yang berdiri di Indonesia saat ini telah memiliki persentase - persentase yang cukup tinggi ini seakan menunjukkan antusiasme bagi masyarakat Indonesia dalam mengakses kedua *website* ini untuk dijadikan sebagai referensi dalam menyiapkan berbagai kebutuhan mereka untuk berwisata khususnya reservasi hotel dan pemesanan tiket pesawat. Jasa travel berbasis online di Indonesia bahkan menduduki komoditas ke 4 setelah komoditas Gadget yang dibeli secara online oleh masyarakat Indonesia. Menggusur Agoda ke tempat ketiga. Hal ini tidak berarti tingkat penjualan dan konversinya berarti juga tergusur, karena Agoda masih menjadi *household name* di Indonesia untuk urusan pemesanan kamar hotel. (diakses pada tanggal 25/09/16)

Tabel 1.3

How engaged are visitors to Tiket.com?

Keyword	Percent of Search Traffic
Tiket Kereta Api	43.78%
Tiket (event & atraksi)	8,71%
Tiket Pesawat	4.28%

Sumber: www.alexa.com diakses tanggal 03/09/16

Berdasarkan tabel 1.1 diatas merupakan yang sering dicari oleh pengunjung website Tiket.com yaitu tiket kereta api berada dalam urutan pertama sebesar 43,78%. Pada urutan kedua pengunjung lebih mencari tiket yang mana tiket ini khusus pada *event* & atraksi yakni sebesar 8,71%. Tiket.com berkontribusi penjualan terbesar berasal dari jasa transportasi udara, namun pencarian untuk tiket pesawat berada pada urutan ketiga yang hanya sebesar 4,28%. Untuk penjualan tiket pesawat tiket.com masih dibawah traveloka. Dapat dilihat bahwa tiket kereta api memberikan banyak keuntungan bagi pelanggan dan juga bagi perusahaan karena sampai saat ini Tiket.com mengembangkan bisnis travel onlinenya melalui kerjasama dengan PT Kereta Api Indonesia (KAI). Kereta api menyumbang pemasukan paling besar bisa sampai 75% dari total revenue karena tiket.com menjadi agen *online* nomor satu bagi PT. KAI. Maka

dari itu masih kurangnya minat pelanggan untuk mencari tiket pesawat ataupun *event & atraksi* dibandingkan tiket kereta api. (tiket.com 12/09/16)

Berdasarkan observasi pada situs google web yang membahas mengenai review Tiket.com masih terdapat keluhan-keluhan yang dirasakan pelanggan mengenai website Tiket.com yang menjadikan website Tiket.com masih berada diposisi kedua dari semua layanan jasa jual beli tiket berbasis online, keluhannya sebagai berikut : (1) langkah-langkah pembelian tiket pada website Tiket.com terlalu panjang dan banyaknya form atau data yang harus diisi terlebih dahulu. (2) Fitur live chat yang tidak bersifat realtime sehingga pelanggan harus menunggu terlebih dahulu lewat notifikasi yang terdapat pada email karena live chat tersebut mendirect ke email. (3) Tidak adanya panduan cara pemesanan dan pembayaran pada website Tiket.com. (4) Pada saat memesan tiket masih terjadi keterlambatan/*error* dalam pemrosesan.

Menurut Tjiptono (2009:43), kualitas memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas merupakan salah satu faktor penting yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi jasa suatu organisasi dibandingkan penawaran dari organisasi lainnya. Dalam praktik, konsumen mungkin saja lebih mengutamakan penilaian terhadap kualitas penyedia jasa ketimbang kualitas penawaran jasa tertentu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis akan meneliti lebih mendalam lagi mengenai kualitas *website* menggunakan pendekatan WEBQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA) menurut pelanggan yang pernah menggunakan website Tiket.com. WEBQUAL adalah salah satu metode untuk mengukur kualitas website berdasarkan penilaian pengguna akhir. WEBQUAL disusun berdasar tiga kriteria penilaian yaitu *usability*, *information* dan *service interaction*. Sedangkan IPA adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dari suatu objek pengukuran atas kinerja dan tingkat kepentingannya. Penilaian pengguna bisa dibedakan ke dalam dua perspektif, yaitu penilaian terhadap kualitas yang diinginkan (*ideal*) dan kualitas yang dirasakan (*aktual*). Tingkat kualitas bisa ditunjukkan dengan melihat kesenjangan (*gap*) antara dua perspektif penilaian ini. Berdasarkan adanya

masalah-masalah seperti uraian diatas, maka peneliti tertarik mengambil judul :
“Analisis Kualitas Website Tiket.Com”

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi website tiket.com dilihat dari kesenjangan (gap) antara kualitas yang dirasakan (aktual) dan kualitas yang diinginkan (ideal)?
2. Bagaimana tingkat kualitas website tiket.com dilihat dari kesenjangan (gap) antara kualitas yang dirasakan (aktual) dan kualitas yang diinginkan (ideal)?
3. Indikator kualitas website mana saja yang telah sesuai dengan keinginan pengguna dan mana saja yang membutuhkan perbaikan?

1.4. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengkaji:

1. Untuk mengetahui kondisi website tiket.com dilihat dari kesenjangan (gap) antara kualitas yang dirasakan (aktual) dan kualitas yang diinginkan (ideal).
2. Untuk mengetahui tingkat kualitas website Tiket.com berdasarkan dari kesenjangan (gap) antara kualitas yang dirasakan (aktual) dan kualitas yang diinginkan (ideal).
3. Untuk menggambarkan posisi dari indikator-indikator kualitas website Tiket.com sehingga terlihat indikator mana yang sudah sesuai dengan harapan pengguna dan indikator mana yang membutuhkan perbaikan.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Kegunaan Institusi

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen khususnya terkait

analisis kualitas layanan pada tiket.com sebagai implementasi teori kualitas layanan. Hasil dari penelitian ini juga dapat digunakan sebagai pertimbangan yang dapat dijadikan referensi untuk penelitian lebih lanjut.

2. Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan kepada pihak tiket.com untuk meningkatkan kualitas layanan tiket.com guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang akan dijabarkan menjadi beberapa sub-bab. Berikut ini akan dijelaskan mengenai penjabaran dari tiap bab:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari tujuh sub-bab yaitu gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari tujuh sub-bab yaitu jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data. Pada bab ini juga akan dijelaskan metode yang akan digunakan oleh peneliti pada penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang uraian hasil penelitian dan pembahasan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan pemaknaan dan penafsiran peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan penelitian dan saran yang merupakan implikasi dari kesimpulan yang berhubungan dengan masalah dan alternatif pemecahan masalah.