

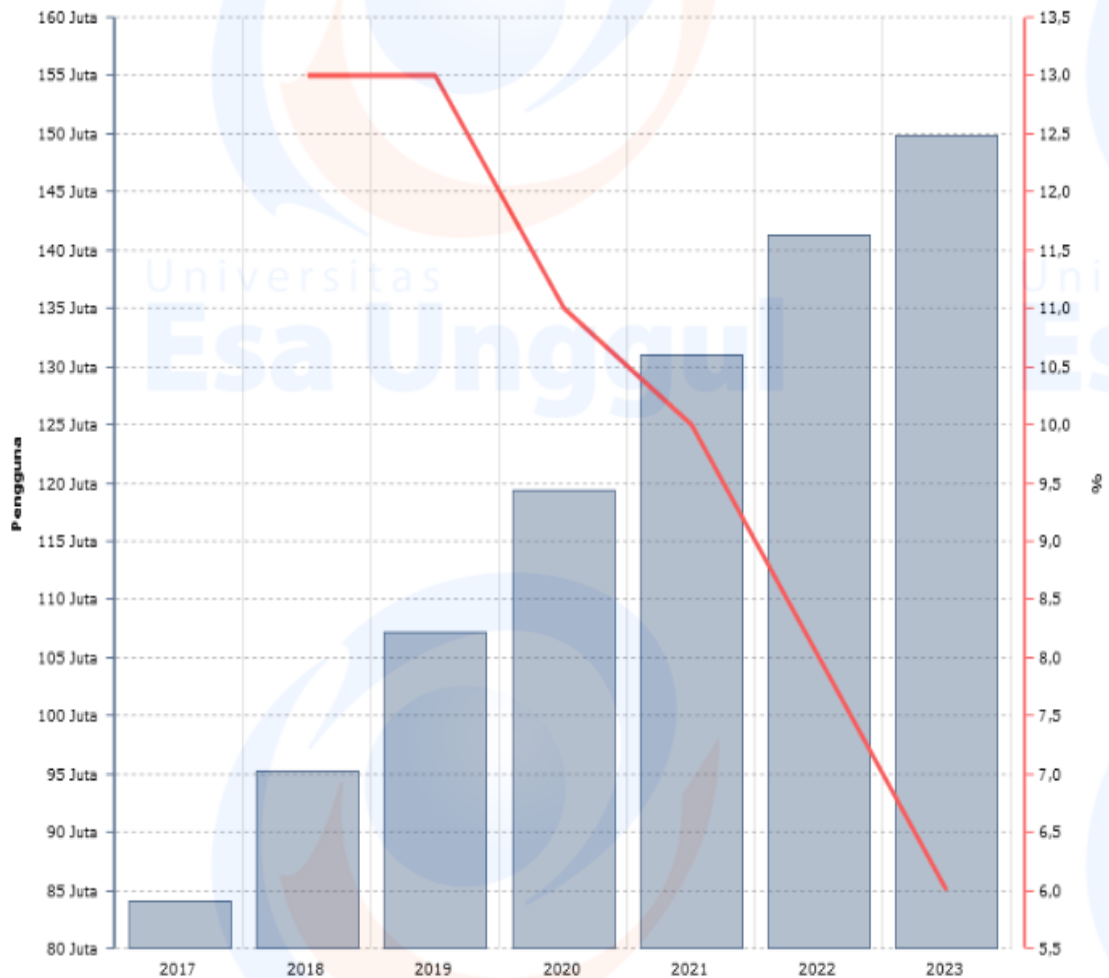
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan dan kemajuan teknologi semakin canggih dan sebagian pola pikir manusia sudah terpengaruhi oleh kemajuan teknologi tersebut. Namun dengan adanya perkembangan teknologi ini dapat membantu dan mempermudah masyarakat untuk menjalankan kegiatan sehari-hari untuk mencari dan mendapatkan informasi. Penggunaan Internet dan gadget sudah tidak asing lagi di lingkungan masyarakat, karena dengan adanya perkembangan ini masyarakat bisa memenuhi kebutuhan hidupnya dengan lebih efektif dan efisien. Masyarakat Indonesia sudah sangat lekat sekali dengan penggunaan internet. Mulai dari kalangan remaja sampai dewasa semua sudah menggunakan internet apalagi dengan adanya generasi milenial. Generasi milenial dikenal sebagai generasi penyuka hal yang praktis dan serba cepat. Penggunaan internet sendiri semakin lama semakin naik. Hampir semua kegiatan yang di lakukan oleh masyarakat menggunakan internet.

Sebelum adanya internet masyarakat melakukan kegiatan ekonominya dengan cara tradisional. Mulai dari berdagang, berbelanja bahkan kegiatan pemesanan hotel, tiket pesawat, dan tiket kereta api dilakukan dengan cara bertatap muka langsung. Seperti para konsumen yang membeli barang di toko-toko atau terlihat secara fisik sehingga terjadi pertemuan antara pedagang dan pembeli. Proses transaksi, tawar menawar dan strategi pedagang dalam memikat konsumen pun terlihat nyata. Namun, berkat adanya internet terciptalah teknologi perdagangan secara online yang terintegrasi dengan sistem yang biasa disebut online shop atau perdagangan secara elektronik (*E-commerce*). *E-commerce* (perdagangan elektronik) merupakan kegiatan jual beli barang atau jasa, transmisi dana atau data melalui jaringan elektronik, terutama internet. Dalam pelayanan interaksinya *e-commerce* dapat dilakukan melalui tiga cara yaitu menggunakan web, browser, telepon, atau fasilitas chatting. Indonesia merupakan negara dengan tingkat adopsi *e-commerce* tertinggi di dunia pada 2019. Sebanyak 90 persen dari pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun di Indonesia pernah melakukan pembelian produk dan jasa secara online. Bank Indonesia bahkan menyebutkan pada tahun 2019 ini, jumlah transaksi *e-commerce* per bulannya mencapai Rp11 - Rp13 triliun.



Gambar 1.1 Proyeksi Penggunaan Internet 2017-2023

Sumber : Statista

Data *Statista* 2019 menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari 2017 yang sebanyak 84 juta pengguna. Pada tahun selanjutnya pengguna internet di Indonesia akan semakin meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023. Pada 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 12,6% dibandingkan 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna. Pada 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan mencapai 150 juta pengguna. *Statista* juga menyebutkan kegiatan *online* yang populer di Indonesia adalah media sosial dan pemesanan seluler.

Dengan perkembangan internet yang semakin pesat dan sudah adanya sistem perdagangan elektronik (*e-commerce*), *Online Travel Agent* hadir dimana bisa memberikan layanan booking tiket lewat internet, booking tiket ini di antaranya mulai dari tiket pesawat, tiket hotel, dan tiket kereta. *Online Travel Agent* merupakan penerapan dari *e-commerce*. Untuk harga tiket pada zaman dahulu bisa dikatakan masih tertutup dan hanya pihak maskapai dan agen

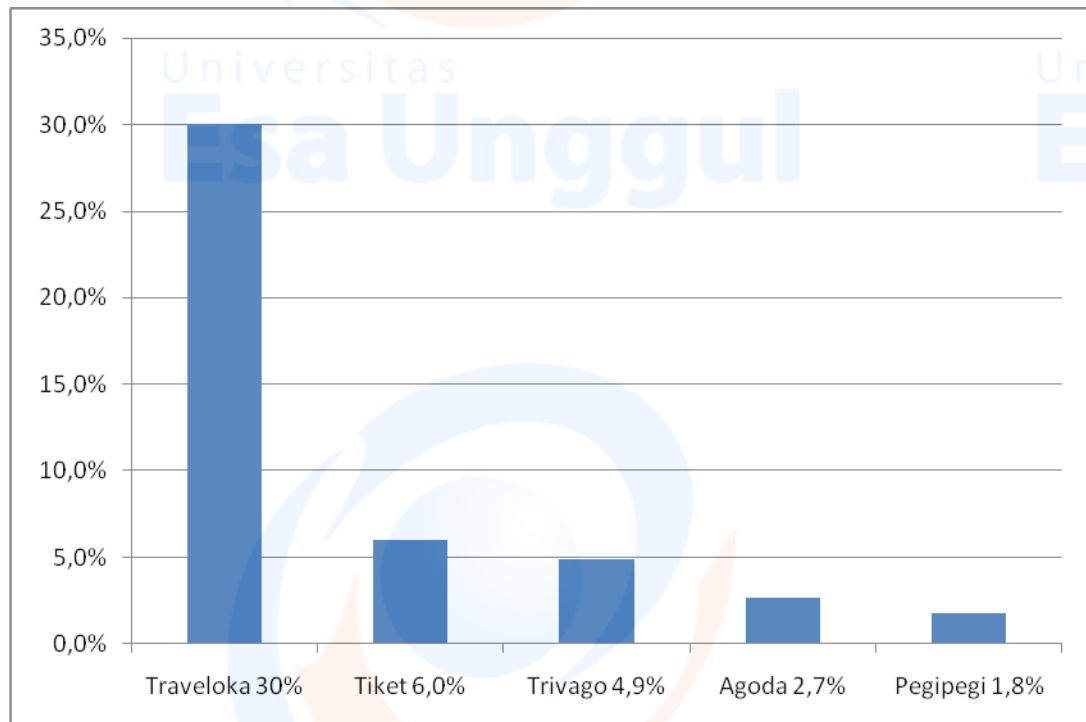
perjalanan yang mengetahuinya, tetapi saat ini harga tiket bersifat terbuka untuk masyarakat. Saat ini, masyarakat sudah tidak perlu repot untuk pergi ke agen perjalanan maupun bandara untuk membeli tiket pesawat karena sudah banyak situs-situs dari maskapai penerbangan, dan agen perjalanan yang memfasilitasi pembelian tiket secara online. Sudah banyak agen yang sudah bekerja sama dengan sistem booking tiket online. Hal ini juga mempermudah pihak agen untuk mendapatkan konsumennya. Kemudahan pembayaran dalam *Online Travel Agent* diantaranya bisa menggunakan *e-banking*, transfer melalui ATM, dan kartu kredit.

Dengan adanya *Online Travel Agent* ini sangat mempermudah masyarakat dalam pemesanan *booking ticket* hotel, tiket pesawat, dan tiket kereta api pada saat untuk liburan atau acara tertentu. Pegipegi (PT. GO Online Destinastions) salah satu biro atau agen perjalanan (*Online Travel Agent*) berbasis online yang tujuan memberikan kemudahan dalam mengatur dan merancang perjalanan baik dari segi transportasi maupun akomodasi kini yang bisa di akses melalui situs web, serta aplikasi gratis di *smartphone* Android dan iOS. Namun dalam menggunakan sistem aplikasi Pegipegi harus terhubung dengan internet agar bisa di gunakan dan bertransaksi sampai selesai. Adapun pembayaran yang disediakan adalah *e-banking*, melalui ATM, serta kartu debit atau kartu kredit yang kesemuanya bisa dilakukan tanpa adanya pungutan biaya transaksional.

Pegipegi beroperasi di Jakarta. Didukung oleh tiga perusahaan: PT Alternative Media (AMG), Recruit Holdings, dan Altavindo, Pegipegi diresmikan pertama kali sebagai agen perjalanan online yang melayani pemesanan hotel di Indonesia pada tanggal 7 Mei 2012 oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pada bulan Agustus 2013, Pegipegi mulai membuka layanan untuk pemesanan tiket pesawat secara online. Pegipegi menyediakan aplikasi gratis Android pada bulan Juli 2015, lalu pada bulan Desember 2015, aplikasi gratis khusus iOS tersedia. Pada bulan Maret 2016, Pegipegi mulai melayani pemesanan tiket kereta api secara online. Pegipegi sudah terhubung dengan lebih dari 25.000 pilihan hotel domestik dan internasional, memiliki lebih dari 25.000 rute penerbangan, serta lebih dari 2.800 rute kereta api yang dapat di pesan melalui website dan aplikasi mobile Pegipegi. Pegipegi terus memberikan fitur terbaru untuk para pelanggannya. Akomodasi Favorit merupakan fitur andalan yang berfungsi memberikan informasi serta rekomendasi hotel terbaik di beberapa destinasi besar Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Bali dan Yogyakarta. Penilaiannya pun diambil berdasarkan ulasan dari para pelanggan.

Untuk memberikan kemudahan kepada para penggunanya, Pegipegi saat ini sudah meluncurkan beberapa fitur baru di aplikasi. Pertama ada online *Check-In*, memberikan kemudahan bagi pelanggan Pegipegi untuk menghindari keterlambatan saat *check-in* di bandara. Kemudian ada *Travel Insurance*, memberikan perlindungan untuk keterlambatan hingga kecelakaan diri. Jika pelanggan perlu membatalkan perjalanan ada fitur *Online Refund*. Dan yang terakhir adanya sistem pembayaran PayLater dari Kredivo sehingga dapat

mencivil biaya akomodasi hingga 12 bulan. Pegipegi secara fokus membantu mengelola kebutuhan liburan ataupun perjalanan bisnis dengan menjadi *Fun Traveling Partner* bagi masyarakat Indonesia. Pegipegi memiliki banyak kompetitor sejenis yang bergerak dalam bidang booking ticket travel, diantaranya traveloka, tiket, trivago, agoda, dan masih banyak *online travel agent* lainnya.



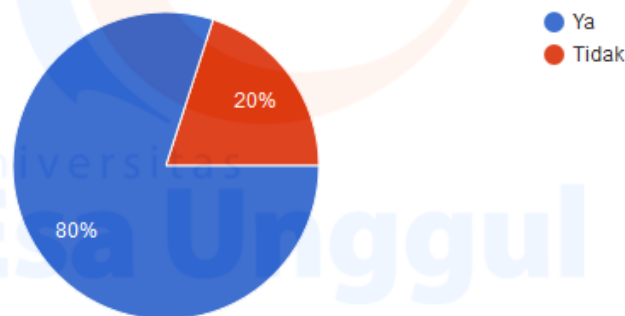
Gambar 1.2 Online Booking Ticket Pesawat dan Travel
Sumber : Top Brand Award 2019

Dapat dilihat bahwa Pegipegi memiliki urutan terakhir dalam katagori *Top Brand Award Booking Online dan Travel 2019*, dimana presentase yang dimiliki Pegipegi hanya sebesar 1.8%. Dengan meningkatnya pengguna internet dari tahun ke tahun tidak mempengaruhi aplikasi Pegipegi banyak di kunjungi oleh masyarakat. Hal ini bisa memungkinkan bahwa dalam kemudahan penggunaan aplikasi Pegipegi banyak masyarakat yang kurang mengerti. Sedangkan saat ini sudah banyak aplikasi *Online Travel Agent* yang mudah di gunakan dan cepat di mengerti oleh masyarakat. Dengan banyaknya kompetitor muncul membuat Pegipegi sudah mulai tersingkir dari pilihan masyarakat.

Berdasarkan observasi penulis dan dilihat dari masalah yang beredar di masyarakat mengenai niat menggunakan ulang aplikasi *Online Travel Agent* Pegipegi dalam kehidupan sehari – hari pertama di mulai dari kemudahan penggunaan aplikasi Pegipegi dimana masih banyak masyarakat yang masih belum paham atau mengetahui bagaimana cara memakai aplikasi Pegipegi itu sendiri. Untuk menarik kosumennya pihak Pegipegi perlu memberikan promosi

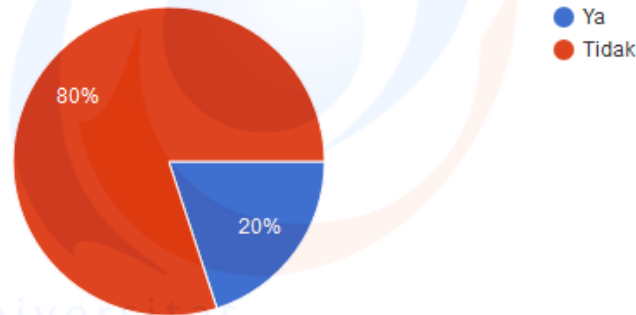
berupa *cashback* yang bisa menarik konsumen untuk menggunakan jasa layanannya, karena dilingkungan masyarakat sekarang ini sudah banyak kompetitor sejenis yang sudah berani memberikan promo berupa *cashback* besar-besaran demi menarik konsumen untuk menggunakan jasa layanan mereka. Kualitas layanan pun mesti dilihat lebih dalam lagi khususnya dalam pelayanan elektronik, Pegipegi harus siap memberikan yang terbaik untuk para penggunanya agar mereka dapat lebih konsisten dalam menggunakan aplikasi Pegipegi. Karena dalam akhir-akhir ini, aplikasi Pegipegi dikeluhkan dengan sering terjadi kesalahan yang terjadi di aplikasi. Misalnya, ada orang yang tiba-tiba keluar atau *log out* sendiri setelah order. Selain itu, setiap kali *update* aplikasi ada berbagai *error*, seperti data penumpang yang pernah diinput hilang sehingga pengguna harus mengulanginya. Hal ini menyebabkan layanan terhadap konsumen menjadi kurang maksimal, beberapa masyarakat merasa fitur layanan Pegipegi belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan mereka.

Sebelum peneliti melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti telah melakukan pembuatan *pra-survey* guna mengetahui sejauh mana peneliti mengetahui produk yang akan diteliti lebih lanjut. Dalam kegiatan *pra-survey*, peneliti telah membuat sejumlah pertanyaan mengenai variabel yang akan diteliti. Dengan hasil dari *Pra survey* yang telah dilakukan kepada 30 responden masyarakat pengguna layanan Pegipegi, maka diperoleh data sebagai berikut :



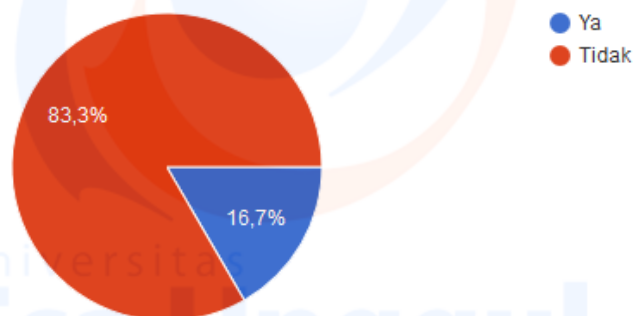
Gambar 1.3 Hasil *Pra-Survey* Pengetahuan Mengenai aplikasi Pegipegi
Sumber : Data hasil *Pra-Survey* (2020)

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dilihat hasil survey kepada 30 responden tentang mengenal aplikasi Pegipegi hampir semua mayoritas masyarakat dalam penyebaran *pra survey* sebanyak 24 orang responden (80%) menilai bahwa sudah mengenal dan mengetahui bahwa booking ticket Pegipegi sudah termasuk terpercaya dalam persaingan sistem aplikasi *booking ticket*. Sementara untuk saat ini sebanyak 6 orang responden (20%) menilai bahwa belum mengenal sistem aplikasi *booking ticket* Pegipegi.



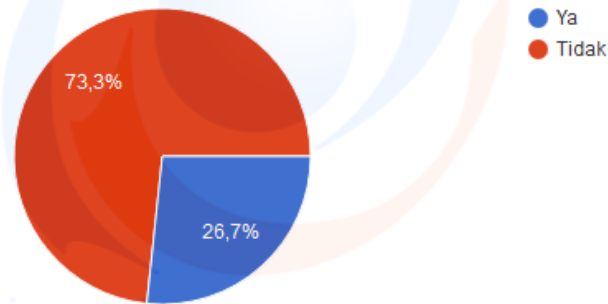
Gambar 1.4 Hasil *Pra survey* Kemudahan Penggunaan aplikasi Pegipegi
Sumber : Data hasil *Pra Survey* (2020)

Berdasarkan Gambar 1.4 dapat dilihat hasil survey kepada 30 responden mengenai kemudahan penggunaan aplikasi Pegipegi menunjukkan bahwa 6 orang responden (20%) menilai bahwa sudah merasakan kemudahan penggunaan dalam menggunakan aplikasi Pegipegi, dan sebanyak 24 orang responden (80%) menilai bahwa belum merasakan kemudahan penggunaan layanan aplikasi Pegipegi, hal ini karena mereka belum mengetahui semua fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi Pegipegi.



Gambar 1.5 Hasil *Pra Survey* Promosi aplikasi Pegipegi
Sumber : Data hasil *Pra Survey* (2020)

Berdasarkan Gambar 1.5 dapat dilihat hasil survey kepada 30 responden mengenai promosi yang di berikan aplikasi Pegipegi menunjukkan bahwa 5 orang responden (26.7%) sudah mengetahui promosi apa saja yang sudah di belrikan aplikasi Pegipegi, dan sebanyak 25 orang responden (73.3%) belum mengetahui promosi apa saja yang sudah di berikan aplikasi Pegipegi, hal ini karena aplikasi Pegipegi masih kurang dalam memberitahukan promosi apa saja yang sedang mereka adakan sehingga masih banyak pengguna aplikasi Pegipegi yang tidak mengetahui promosi yang dilakukan oleh Pegipegi.



Gambar 1.6 Hasil *Pra Survey* Kualitas Layanan Elektronik aplikasi Pegipegi
Sumber : Data Hasil *Pra Survey* (2020)

Berdasarkan Gambar 1.6 dapat dilihat hasil survey kepada 30 responden mengenai promosi yang di berikan aplikasi Pegipegi menunjukkan bahwa 8 orang responden (26.7%) sudah merasa puas dengan kualitas layanan elektronik yang di berikan oleh aplikasi Pegipegi, dan 22 orang responden (73.3%) belum merasa puas dengan kuliatas layanan elektronik yang di berikan oleh aplikasi Pegipegi. Hal ini karena sering terjadi kesalahan kualitas layanan elektronik yang terjadi di aplikasi Pegipegi.

Berdasarkan pembahasan diatas dan hasil dari *Pra survey* yang sudah disebar kepada 30 responden, hal ini membuat peneliti memilih masyarakat sebagai objek dalam penelitian. Maka penelitian ini di beri judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Promosi, Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Niat Menggunakan Ulang Layanan Aplikasi Pegipegi pada masyarakat Jakarta Barat”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih banyak yang belum mengetahui semua fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi Pegipegi.
2. Masih kurang dalam memberitahukan promosi apa saja yang sedang mereka adakan sehingga masih banyak pengguna aplikasi Pegipegi yang tidak mengetahui promosi yang dilakukan oleh Pegipegi.
3. Masih sering terjadi kesalahan kualitas layanan elektronik yang terjadi di aplikasi Pegipegi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan ulang aplikasi Pegipegi?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap niat menggunakan ulang aplikasi Pegipegi?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap niat menggunakan ulang aplikasi Pegipegi?
4. Apakah terdapat kemudahan penggunaan, promosi, kualitas layanan elektronik terhadap niat menggunakan ulang aplikasi Pegipegi secara simultan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan ulang aplikasi Pegipegi
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap niat menggunakan ulang aplikasi Pegipegi
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap niat menggunakan ulang aplikasi Pegipegi
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, promosi, kualitas layanan elektronik terhadap niat menggunakan ulang aplikasi Pegipegi secara simultan

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti terkait dengan kemudahan penggunaan, promosi dan kualitas pelayanan elektronik terhadap niat menggunakan ulang aplikasi Pegipegi.
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan untuk mempertahankan dan menarik konsumen untuk tetap menggunakan aplikasi Pegipegi sebagai *online travel agent* di kemudian hari.
3. Bagi Pembaca
Sebagai referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian berkaitan dengan variabel kemudahan penggunaan, promosi dan kualitas pelayanan elektronik terhadap niat menggunakan ulang.