

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

World Health Organization (WHO) atau Badan Kesehatan Dunia secara resmi mendeklarasikan virus corona (*COVID-19*) sebagai pandemi pada tanggal 9 Maret 2020. Pandemi ini tidak hanya dirasakan di Indonesia, namun Negara lain pun merasakan dampaknya. Akibat dari pandemi *Covid-19*, pemerintah melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk memutus rantai penyebaran *Covid-19*. Salah satu kegiatan yang dibatasi yaitu pembatasan moda transportasi.

Salah satu moda transportasi yang dibatasi oleh Pemerintah ialah pesawat. Pemerintah membatasi jalur penerbangan baik dalam negeri maupun luar negeri dengan syarat dan ketentuan yang sudah ditetapkan. Menurut (Sugiarti, 2021) hal tersebut menyebabkan terjadinya penurunan jumlah penumpang pesawat selama pandemi, tercatat bahwa rata-rata jumlah penumpang pada tahun 2019 bisa mengangkut 7.298.817 orang, sementara pada tahun 2020 hanya mengangkut 2.912.040 orang. Dari data tersebut tercatat bahwa rata-rata jumlahnya drastis hingga mencapai 4.386.777 orang. Jumlah penurunan yang tercatat termasuk orang-orang yang melakukan perjalanan bisnis, yang memiliki *hoby travelling*, dan berpergian mengunjungi sanak saudara.

Selain pembatasan moda transportasi, PSBB juga menyebabkan terjadinya krisis ekonomi pada setiap orang, sehingga banyak penumpang pesawat yang tidak melakukan perjalanan bisnis maupun berpergian karena semua itu dilakukan secara *online*. Hal tersebut berdampak kepada agen perjalanan tiket pesawat *online* salah satunya yaitu Traveloka.

Traveloka merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat dan hotel secara *online*, Traveloka telah bekerja sama dengan lebih dari 100 maskapai dan telah melayani lebih dari 200.000 rute penerbangan ke seluruh dunia. Tiket pesawat yang ditawarkan oleh Traveloka sangat beragam, mulai dari pesawat yang melayani penerbangan domestik hingga internasional.

Sejak awal pandemi, Traveloka mengalami peningkatan untuk permintaan bantuan dari para konsumen. Permintaan bantuan tersebut untuk pengembalian dana (*refund*) dan juga menjadwal ulang (*reschedule*) tiket pesawat. Menurut pihak Traveloka, tim *Customer Operations* melayani hingga ribuan permintaan bantuan setiap menit. Ada yang melalui telepon, *email*, aplikasi, media sosial, maupun kanal lain yang diajukan oleh para pengguna.

Solusi yang dibuat oleh Traveloka untuk tetap bertahan di masa pandemi ini salah satunya yaitu membuat pesan promosi dan mengiklankannya di Aplikasi Traveloka. Pesan promosi merupakan pesan yang dikirimkan oleh pihak Traveloka melalui aplikasi dan berisi informasi promosi. Promosi tersebut berupa produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga konsumen memiliki keinginan untuk membeli produk atau menggunakan jasa tersebut. Salah satu bentuk pesan promosi yang diberikan oleh Traveloka yaitu potongan harga tiket pesawat dengan pembayaran menggunakan kartu kredit dan fasilitas *Paylater*. *Paylater* sebagai salah satu jenis pembayaran dengan layanan pinjaman *online*, sehingga konsumen dapat bertransaksi sekarang dan membayarnya dikemudian hari.

Fasilitas yang ditawarkan Traveloka bertujuan untuk meningkatkan minat beli pengguna aplikasi. Minat beli (*willingness to buy*) sebagai bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi merupakan tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Kemudian, pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh pesan promosi tiket pesawat di aplikasi Traveloka terhadap minat beli pengguna aplikasi Traveloka. Peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan tema “Pengaruh Pesan Promosi Tiket Pesawat Di Aplikasi Traveloka Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Traveloka Selama Pandemi *Covid-19*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini ialah:

1. Seberapa besar pengaruh pesan promosi tiket pesawat di aplikasi Traveloka terhadap minat beli pengguna Aplikasi Traveloka selama pandemi *Covid-19*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pesan promosi tiket pesawat di Aplikasi Traveloka selama pandemi *Covid-19*.
2. Untuk mengetahui pengaruh minat beli pengguna Aplikasi Traveloka selama pandemi *Covid-19*.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pesan promosi tiket pesawat di Aplikasi Traveloka terhadap minat beli pengguna Aplikasi Traveloka selama pandemi *Covid-19*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan pengetahuan penulis mengenai pengaruh pesan promosi tiket pesawat pada aplikasi Traveloka terhadap minat beli pengguna aplikasi Traveloka selama masa pandemi *Covid-19*. Serta penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai seberapa besar minat beli pengguna aplikasi Traveloka dengan adanya pesan promosi tiket pesawat pada aplikasi Traveloka selama masa pandemi *Covid-19*, dan seberapa besar pengaruh pesan promosi tiket pesawat pada aplikasi Traveloka terhadap minat beli pengguna aplikasi Traveloka pada masa pandemi *Covid-19*.