

---

---

## ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi khususnya internet yang cukup pesat saat ini mendorong banyak perusahaan mulai melirik peluang memajukan usaha dengan memperbesar pasarnya lewat internet. Pengguna internet meningkat 90 kali lipat hanya dalam kurun waktu 13 tahun. Setiap tahunnya pengguna internet bertambah 100 juta orang atau meningkat 7 kali lipat per tahun.

Untuk perusahaan penerbangan, fasilitas jaringan internet (*e-market*) ini memungkinkan perusahaan tidak perlu membayar mahal biaya pemasaran, membantu menciptakan image tiket murah dengan mengurangi travel agent yang tidak resmi dan biaya tenaga kerja.

PT. Indonesia Air Asia terkenal karena strategi harga yang sangat baik. Perusahaan ini perlu fokus pada pengembangan teknologi jaringan, yaitu website [www.airasia.com](http://www.airasia.com) dalam penjualan tiket pesawat dan sumber informasi bagi pelanggan. Website ini sampai akhir Maret 2009 masuk dalam seratus ribu website terbanyak yang dikunjungi di dunia khususnya Asia dan Australia, rata-rata sekitar 2000 pengunjung setiap harinya dimana 32,1% pengunjungnya berasal dari Indonesia (<http://www.alexa.com>). Namun yang terlihat di lapangan justru perusahaan kurang memanfaatkan peluang ini terlihat dari banyaknya komplain pelanggan terhadap sistem pemesanan tiket online melalui website Airasia yang kurang maksimal untuk melayani pelanggan dalam memberikan informasi dan pemesanan tiket.

Dalam penerapan teknologi bagi perusahaan, Airasia tidak boleh lupa hal yang menjadi fokus penting yaitu bahwa pelanggan adalah segala-galanya. Melalui teknologi website ini, perusahaan dapat membantu mempermudah pelanggan dalam memperoleh kebutuhannya, serta memanfaatkan teknologi tersebut agar perusahaan tetap berhubungan dengan pelanggan untuk tetap mempertahankan mereka.

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada pengunjung website Airasia dengan target responden yang tersebar di seluruh Indonesia. Beberapa kuisioner disebar kepada responden yang pernah melakukan *booking* tiket Airasia secara online. Atribut-atribut yang diperoleh berasal dari data keluhan pelanggan Airasia yang pernah membeli tiket online. Dari proses tersebut, diperoleh 29 atribut. Setelah melalui perhitungan dengan menggunakan metode SERVQUAL, dari 29 atribut tersebut terdapat 22 atribut yang termasuk dalam kategori kurang memenuhi harapan pelanggan. Nilai SERVQUAL yang diperoleh secara keseluruhan untuk layanan website Airasia adalah -1,01.

**Kata Kunci :** Airasia, SERVQUAL, online *booking ticket*