

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Nama Perusahaan, Jenis Usaha, & Lokasi Perusahaan

TIX ID merupakan salah satu layanan *m-commerce* aplikasi pembelian tiket bioskop secara *online* di Indonesia. TIX ID didirikan oleh PT Nusantara Elang Sejahtera. Aplikasi TIX ID dan pertama kali diluncurkan pada 21 Maret 2018 di Google Play Store. Dikutip dari akun Official LinkedIn TIX ID (2022), perusahaan ini dipimpin oleh CEO (*Chief Executive Officer*) bernama Sean Jin Kwang Kim sejak tahun 2017. Saat ini, TIX ID bekerja sama dengan 3 bioskop terbesar di Indonesia, yaitu Cinema XXI, CGV CINEMAS INDONESIA, dan Cinépolis Indonesia. TIX ID juga bekerja sama dengan aplikasi dompet digital (*e-wallet*) DANA. Dengan menjadikan DANA sebagai *partner*, maka pengguna aplikasi TIX ID dapat menggunakan aplikasi DANA sebagai metode pembayaran transaksi *online* untuk pembelian tiket di TIX ID. Dengan aplikasi DANA, pengguna dapat melakukan *top up* (pengisian saldo) mulai dari Rp 10.000,00.

TIX ID menyediakan kebutuhan dalam kategori Hiburan (*Entertainment*). Produk ini terdiri dari *voucher* menonton *online* di berbagai *streaming platforms* (Viu, Catchplay+, Vidio, Genflix, KlikFilm, Bioskop Online, Vision+, dan Sushiroll) dan tiket bioskop (Cinema XXI, CGV CINEMAS INDONESIA, dan Cinépolis Indonesia). Dengan aplikasi TIX ID, pengguna kini juga dapat membeli dan menyewa film yang nantinya akan diarahkan ke aplikasi Apple TV untuk pengguna iOS dan Google Play Store untuk pengguna Android. Dengan aplikasi TIX ID, kita dapat memesan tiket film dengan mudah di bioskop, membeli atau menyewa film secara *online*, membeli *voucher* paket *streaming* film secara *online*, dan membeli tiket untuk acara-acara menarik. Selain itu, di aplikasi TIX ID, kita juga dapat melihat jadwal tayang film bioskop, membaca informasi tentang film

yang ingin ditonton (gambar, video, *rating*, pemeran, sinopsis), dan membaca berita informasi film terbaru melalui perangkat *smartphone* dan tablet.

Aplikasi TIX ID tersedia di situs *download* aplikasi seperti Google Play Store dan Apple Store dan dapat diunduh secara gratis (*free*). Aplikasi TIX ID masuk ke dalam kategori *Entertainment* di Google Play Store. Terdapat lebih dari 10 juta pengunduh aplikasi TIX ID di Google Play Store. Saat ini, TIX ID mendapatkan skor bintang 4,5 dari 5 di Google Play Store. Dikutip dari laman akun Official LinkedIn TIX ID (2022), TIX ID berhasil menjual 25 juta tiket di tahun 2019 sejak peluncurannya pada tahun 2018. Kantor TIX ID terletak di Jl. Jend. Gatot Subroto Kav 18, Kuningan Barat, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan (Official LinkedIn TIX ID, 2022).

1.1.2 Logo Perusahaan



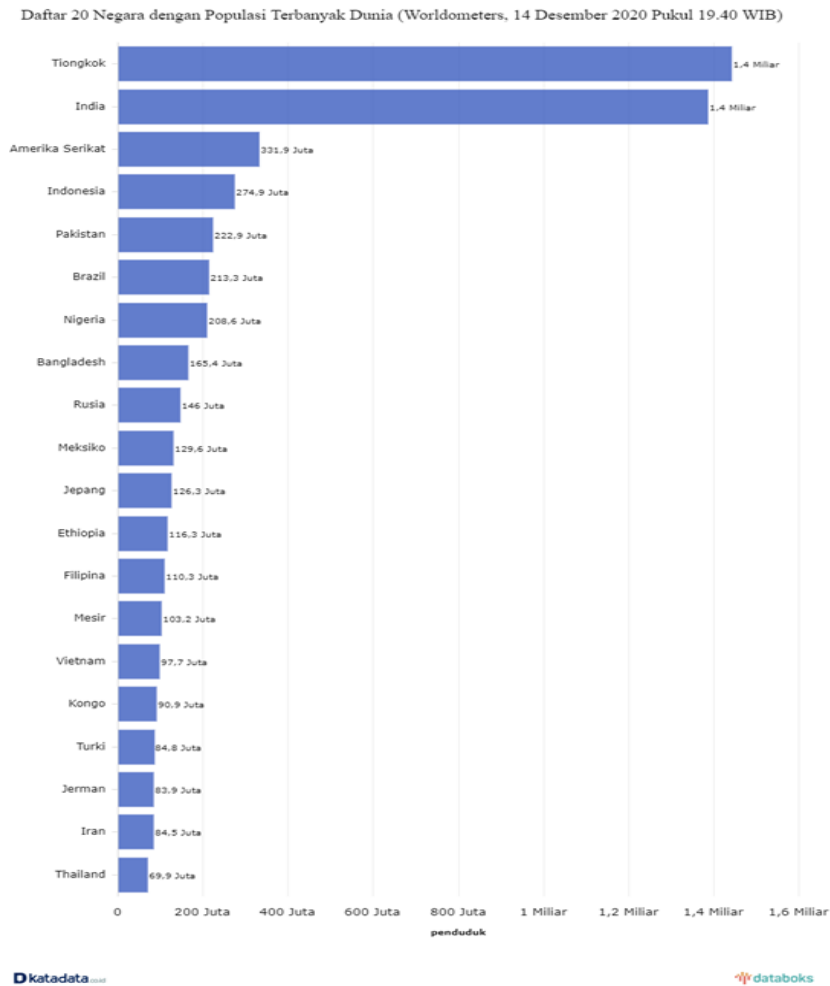
Gambar 1.1 Logo Aplikasi TIX ID

Sumber: Google Play Store TIX ID, 2021 (diakses pada 19 Desember 2021)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar. Hal ini dibuktikan dengan data dari Worldometers pada 14 Desember 2020 dalam Databoks Katadata (2020), yang menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat posisi keempat sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia dengan jumlah penduduk sebanyak 274,9 juta. Indonesia menduduki posisi jumlah penduduk terbanyak dibawah Amerika Serikat yang menduduki peringkat ketiga dengan jumlah

sebanyak 331,9 juta penduduk dan diatas Pakistan yang menduduki posisi kelima dengan jumlah 222,9 juta penduduk. Sedangkan Tiongkok menduduki peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia dengan total penduduk sebanyak 1,4 miliar penduduk.

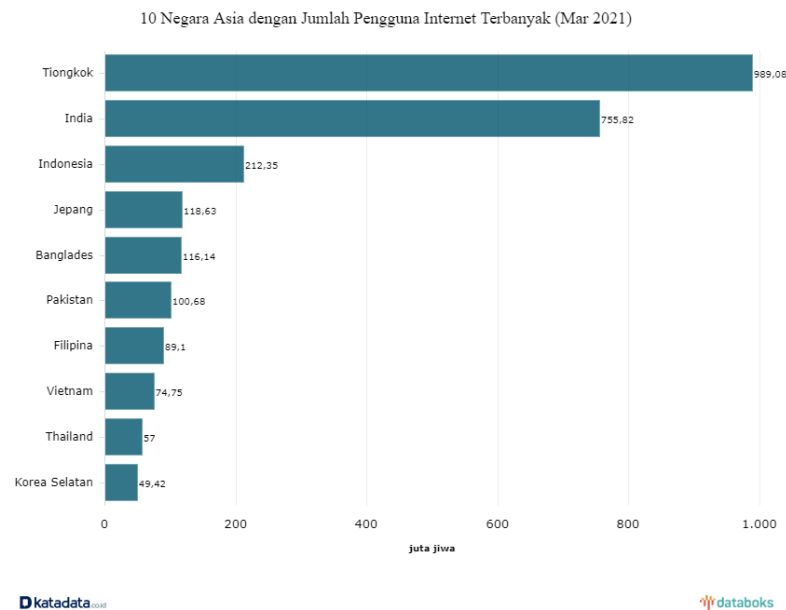


Gambar 1.2 Daftar 20 Negara dengan Populasi Terbanyak Dunia (Worldometers, 14 Desember 2020 Pukul 19.40 WIB)

Sumber: Worldometers, 14 Desember 2020 dalam Databoks Katadata, 2020 (diakses pada 30 November 2021)

Dengan populasi terbanyak nomor 4 di dunia, menurut data dari internetworldstats dalam databoks.katadata.co.id (2021), pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada Maret 2021. Dengan jumlah tersebut, Indonesia berada di

urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia dengan 1 tingkat di bawah India dan setingkat di atas jumlah pengguna internet di negara Jepang.

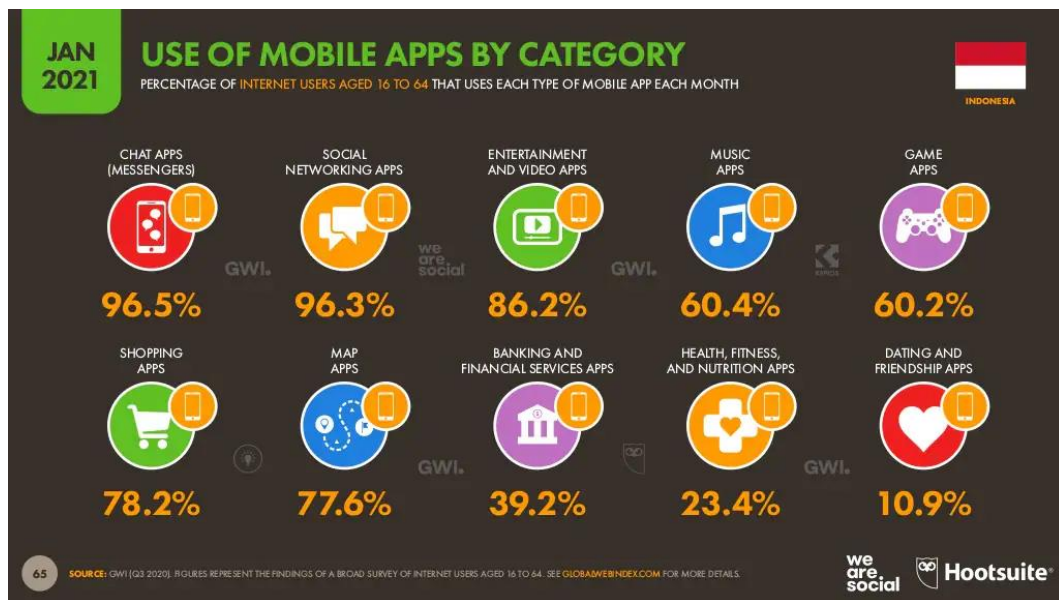


Gambar 1.3 10 Negara Asia dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak (Mar 2021)

Sumber: internetworldstats.com dalam Databoks Katadata (diakses pada 30 November 2021)

Selain melalui PC, laptop, TV, dan lainnya, penggunaan internet tidak terlepas dari penggunaan *mobile* (seluler). Menurut data dari We Are Social, Hootsuite, koneksi seluler di Indonesia per Januari 2021 mencapai 345,3 juta. Penggunaan koneksi seluler ini tidak terlepas dari menggunakan aplikasi seluler. Menurut data tersebut, orang-orang di Indonesia menggunakan koneksi selulernya untuk menggunakan berbagai aplikasi seluler (*mobile apps*), diantaranya adalah *chat apps (messenger)* yang menduduki posisi pertama sebesar 96,5%, kemudian di nomor dua ada *social networking apps* sebesar 96,3%, dan di posisi ketiga ditempati oleh *entertainment and video apps* dengan perolehan sebesar 86,2%. Kemudian di posisi keempat, kelima, keenam, ketujuh, kedelapan, kesembilan, dan kesepuluh diduduki oleh *shopping apps* sebesar 78,2%; *map apps* sebesar 77,6%; *music apps* sebesar 60,4%; *game apps* sebesar 60,2%; *banking and financial*

services apps sebesar 39,2%; *health, fitness, and nutrition apps* sebesar 23,4%, dan di posisi terakhir oleh *dating & friendship apps* sebesar 10,9%. Pada situs *download* aplikasi di *smartphone* maupun tablet seperti Google Play Store dan App Store, aplikasi *mobile TIX ID* masuk dalam kategori *Entertainment* yang mana menduduki peringkat ketiga dalam kategori *mobile apps* yang paling banyak digunakan setiap bulannya di Indonesia per Januari 2021.



Gambar 1.4 Use of Mobile Apps by Category (2021)

Sumber: We Are Social, Hootsuite, 2021 (diakses pada 21 Desember 2021)

Menonton film di bioskop merupakan salah satu hobi yang diminati orang-orang Indonesia. Berdasarkan penelitian dari Alwindini, D. A., Fakhrunissa, R. A., & Luthfi, F. M. (2019:925), meski perkembangan teknologi saat ini semakin pesat, dengan munculnya Video on Demand (VoD) yang menawarkan film berbayar dan tidak berbayar, hal ini tidak mempengaruhi dinamika konsumen untuk terus merambah dengan menonton film bioskop. Hasil analisis data pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa motivasi konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh promosi yang ditawarkan oleh aplikasi penyedia layanan *booking* tiket. Disebutkan pula bahwa pengalaman yang diperoleh setelah menonton film di bioskop berbeda dan lebih memuaskan secara emosional dibandingkan dengan menonton film melalui sarana *online*. Kualitas film di bioskop juga menjadi salah

satu alasan mengapa konsumen pergi ke bioskop. Selain itu, keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor internal seperti *mood* dan genre film yang disukai. Kepuasan konsumen setelah menonton di bioskop juga tidak terlepas dari peralatan (ruang bioskop, layar lebar, tempat duduk), pelayanan staf dan suasana tempat (kebersihan dan kenyamanan). Sementara itu, dikutip dari money.kompas.com (2020), menurut Direktur Humas CGV Indonesia Hariman Chalid, prospek bisnis film dalam negeri dinilai masih bagus. Menurutnya, tidak ada yang bisa menggantikan pengalaman menonton di bioskop dengan teknologi audio visual terkini dan menonton di bioskop juga merupakan sarana rekreasi dan hiburan.

Seiring dengan berkembangnya zaman, kini kita telah memasuki pada era digital. Banyak aktivitas yang dapat dilakukan secara *online* tanpa harus datang ke suatu tempat. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan secara *online* tersebut ialah aktivitas dalam membeli tiket bioskop, tiket acara, maupun *voucher* menonton. Adanya aplikasi *booking* tiket secara *online* dapat memudahkan orang-orang yang ingin menonton film di bioskop dengan melakukan pembelian tiket dimanapun dan kapanpun secara praktis, cepat, dan efisien tanpa harus mengantri. Dengan menggunakan *e-ticket*, tiket yang sudah dibeli dan dibayar secara *online* kemudian di *print-out* ketika di bioskop dengan cara *scan barcode* yang tertera pada *e-ticket* di aplikasi atau *website* tempat kita membeli tiket. Bahkan, dikutip dari industri.kontan.co.id (2022), film memiliki penopang dari bisnis digital. Pendapatan film dari bisnis digital hingga Q3 2021 meningkat menjadi Rp 157 miliar atau meningkat 279% dari Q3 2020 sekitar Rp 1 miliar. Secara keseluruhan, pada kuartal ketiga tahun 2021, film memperoleh sebesar 85,8% dari total pendapatan sebesar Rp 183 miliar dari sektor digital.

Di Indonesia, terdapat beberapa *online booking ticketing apps* untuk pembelian tiket bioskop & *events*, salah satunya adalah TIX ID. Dibandingkan dengan aplikasi pemesan tiket bioskop & *events* lainnya seperti BookMyShow dan Goers, TIX ID terbukti unggul dalam jumlah pengunduh dan *online rating*-nya yang tinggi ditinjau dari profil aplikasinya di Google Play Store.

Tabel 1.1 Perkembangan Aplikasi TIX ID di Google Play Store

No.	Jumlah Pengunduh	Tanggal	Rating di Google Play Store
1.	5.000.000+	17 Mei 2019	4,7
2.	5.000.000+	11 Desember 2020	4,7
3.	10.000.000+	5 Februari 2022	4,5

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2022)

Namun meskipun lebih unggul dari aplikasi-aplikasi pesaingnya, berdasarkan pada tabel 1.1, aplikasi TIX ID mengalami penurunan *online rating* di Google Play Store dari tahun-tahun sebelumnya. Berdasarkan penelitian Taufiq, Z. S. (2018:3), pada 10 September 2018, aplikasi TIX ID telah diunduh oleh lebih dari 1 juta pengguna ponsel pintar di Indonesia. Kemudian berdasarkan pada tabel 1.1, ditunjukkan bahwa menurut penelitian Yulianti, D. P. (2019:3), pada 17 Mei 2019, dalam kurun waktu yang kurang lebih 1 tahun setelah peluncuran, aplikasi TIX ID telah diunduh oleh lebih dari 5 juta pengguna ponsel pintar android di Indonesia dan mendapatkan *rating* sebesar 4,7 bintang di Google Play Store. Kemudian berdasarkan pada penelitian Nabila, A. (2021:7), pada 11 Desember 2020, ditunjukkan bahwa aplikasi TIX ID juga masih diunduh oleh pengguna *smartphone* sebanyak 5.000.000+ dan masih mendapatkan *online rating* sebesar 4,7 bintang di Google Play Store. Setelah penulis mengobservasi pada 5 Februari 2022, pengunduh aplikasi TIX ID meningkat hingga 2 kali lipatnya dari tahun sebelumnya menjadi 10.000.000+ di Google Play Store. Namun, terlihat adanya penurunan nilai (*online rating*) sebesar 0,2 atau menurun sekitar 4,25%. Nilai (*online rating*) 4,5 bintang dari 5 bintang aplikasi TIX ID di Google Play Store menandakan bahwa sebagian besar konsumen menyukai aplikasi TIX ID namun terdapat adanya kepuasan dari beberapa konsumen yang semakin menurun.

Penurunan jumlah *online rating* TIX ID di Google Play Store dapat disebabkan oleh kualitas aplikasi yang sering kali membuat pengguna merasa kurang atau bahkan tidak puas. Keluhan pengguna TIX ID yang disampaikan dapat memberikan dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif bagi perusahaan

adalah dari keluhan tersebut, TIX ID dapat melakukan tindakan perbaikan untuk memuaskan penggunanya. Di sisi lain, dampak negatif dari adanya keluhan dan testimoni tersebut adalah dapat memengaruhi orang lain untuk berpikir dan menjadi ragu terhadap kualitas layanan aplikasi TIX ID.

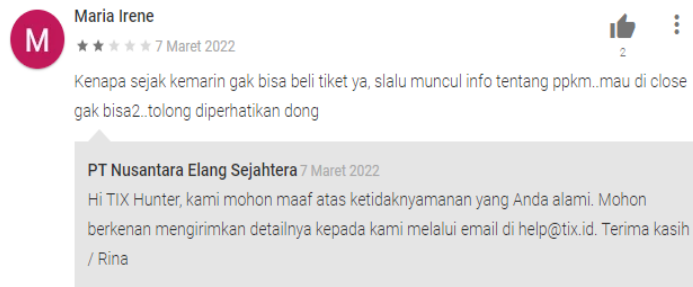
Menurut Zeithaml, V. A. *et al.*. (2018:92–93), *e-service quality* dapat dinilai dengan 7 dimensi, yaitu efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, privasi, daya tanggap kompensasi, dan kontak. *E-service quality* merupakan pengembangan kualitas layanan dari tradisional ke layanan elektronik dengan melalui internet. Penulis melakukan observasi untuk mencari keluhan dan pendapat dari beberapa konsumen mengenai kualitas *e-service* dari TIX ID berdasarkan tujuh dimensi yaitu efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kontak sebagaimana dikemukakan oleh Zeithaml, V. A. *et al.*. (2018:92–93). Hasil observasi masalah mengenai keluhan pengguna di Google Play Store dan artikel terkait dimensi *efficiency* dapat dilihat pada gambar 1.10 berikut:

The image shows three user reviews for the TIX Hunter app on Google Play Store, each with a response from PT Nusantara Elang Sejahtera.

Review 1:
User: Junius Saputra
Rating: 1 star (★☆☆☆☆)
Date: 28 Februari 2022
Review: Aplikasinya tidak bisa mengedit data pengguna. Sy gak bisa ganti/edit no hp padahal sudah dapat SMS notifikasi & lgs terpasang di aplikasi ini, eh malah muter² terus. Sy sdh cb berkali² ,tetap gak bisa. Mohon diperbaiki kinerja aplikasinya ini ya,Min 🙄
Response: PT Nusantara Elang Sejahtera 28 Februari 2022
Hi TIX Hunter, Mohon maaf atas ketidaknyamanan saat menggunakan aplikasi TIX ID. Kami akan bantu memberikan solusi atas kendala yang terjadi, silahkan menghubungi Customer Support melalui email di help@tix.id. Terima kasih/Bagas

Review 2:
User: Erik Renaldo
Rating: 1 star (★☆☆☆☆)
Date: 1 April 2022
Review: Aplikasi tiba² lemot pas mau ambil tiket. Padahal internet lancar untuk aplikasi lain. Di tix malah lama banget, dan ini jadinya ketinggalan nonton karena gabisa redeem tiket.
Response: PT Nusantara Elang Sejahtera 1 April 2022
Hi TIX Hunter, kami mohon maaf atas ketidaknyamanan yang Anda alami. Mohon berkenan mengirimkan detailnya kepada kami melalui email di help@tix.id. Terima kasih / Rina

Review 3:
User: Siti Sofiyah
Rating: 1 star (★☆☆☆☆)
Date: 14 April 2022
Review: Bukanya lelet banget. Padahal aplikasi lain yg berat aja gak selama itu. Trus metode pembayarannya buat tiket terbatas. Mending langsung aja beli ke bioskop, beli tiket disini lbh ribet
Response: PT Nusantara Elang Sejahtera 14 April 2022
Hi TIX Hunter, kami mohon maaf atas ketidaknyamanan yang Anda alami. Mohon berkenan mengirimkan detailnya kepada kami melalui email di help@tix.id. Terima kasih / Bella

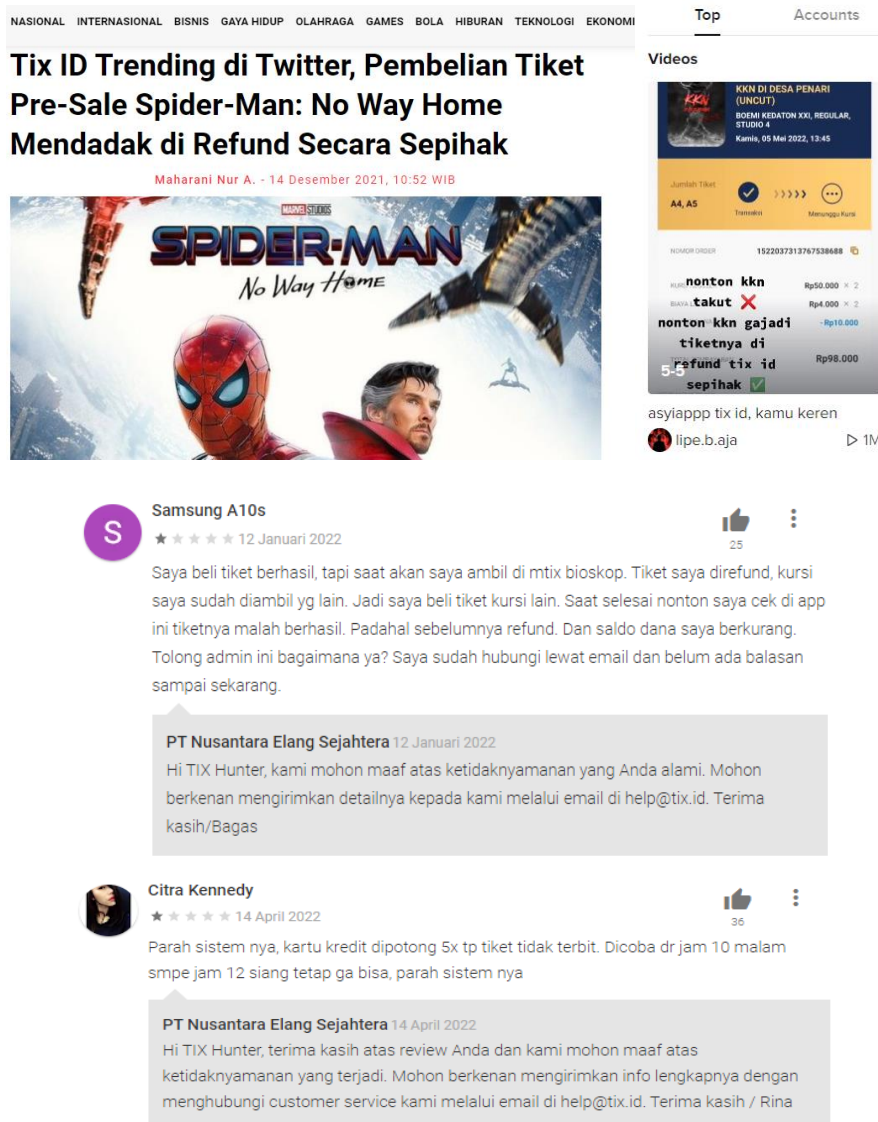


Gambar 1.5 Masalah *Efficiency*

Sumber: Google Play Store (2021–2022), diakses pada 26 April 2022

Berdasarkan gambar 1.10, adanya keluhan oleh pengguna aplikasi TIX ID yang diajukan tanggal 28 Februari 2021 bahwa bahwa dirinya tidak bisa mengedit data pengguna berupa penggantian nomor *handphone* setelah memasukkan nomor verifikasi dari SMS karena aplikasi yang hanya *loading* terus-menerus tanpa ada kelanjutan tahap berikutnya. Pada 1 April 2022, pengguna lain juga mengeluhkan bahwa waktu untuk memuat (*loading*) aplikasi terasa lambat saat ingin *redeem* tiket yang mana menyebabkan keterlambatan pada saat menonton di bioskop. Pengguna lain juga mengutarakan keluhannya pada tanggal 14 April 2022 bahwa aplikasi TIX ID terasa lambat saat dibuka dan juga metode pembayaran yang terbatas. Selain itu, pada 7 Maret 2022, pengguna lain mengutarakan bahwa Ia tidak bisa membeli tiket karena selalu muncul informasi *pop-up* PPKM yang tidak bisa ditutup. Permasalahan di atas menunjukkan bahwa adanya masalah *efficiency* pada aplikasi TIX ID yang sesuai dengan teori *efficiency* menurut Zeithaml, V. A. (2018:92) bahwa tidak adanya kemudahan dan kecepatan mengakses dalam menggunakan aplikasi TIX ID.

Hasil observasi permasalahan terkait dimensi *fulfillment* dapat dilihat pada gambar 1.11 berikut ini:



Gambar 1.6 Masalah *Fulfillment*

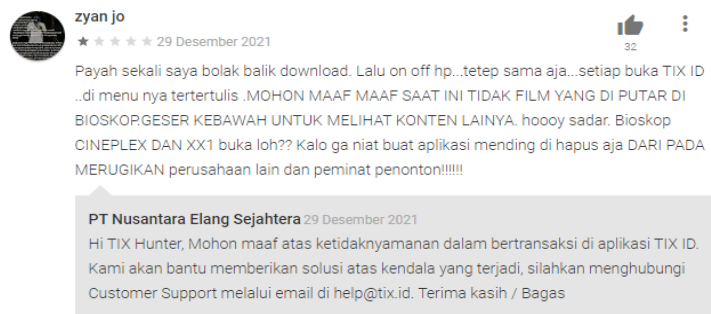
Sumber: jakselnews.pikiran-rakyat.com (2021), Google Play Store (2021), & tiktok.com diakses pada 26 April 2022

Berdasarkan gambar 1.11, terdapat berita terkait dengan adanya kesalahan sistem pada aplikasi TIX ID saat pemesanan tiket ATS (*Advanced Ticket Sales*) pada tanggal tanggal 9 hingga 10 Desember 2021 pukul 23.00 sampai 04.00 WIB sehingga dana harus di kembalikan dan tiket tidak sampai ke tangan konsumen. Pembelian ATS untuk film Spider-Man: No Way Home sempat harus ditutup sementara karena terjadinya insiden ini. Meskipun TIX ID telah mengembalikan dana tiket dan memberikan kompensasi berupa *voucher* sebesar Rp 15.000,00 yang

berlaku untuk pembelian berikutnya tanpa pembelian minimal dan berlaku selama 15 hari dihitung sejak pada 17 Desember 2021 kepada para pengguna yang terdampak atas masalah ini, namun akan tetap dapat menimbulkan persepsi bagi sebagian pengguna terhadap kualitas layanan elektronik pada aplikasi TIX ID. Terdapat berbagai video mengenai masalah TIX ID di Tiktok, salah satunya pada akun @lipe.b.aja. pada video terkait permasalahan *refund* massal secara sepihak tersebut telah mendapatkan lebih dari 1 juta penayangan dan 52,1 ribu *likes*. Pengguna lain juga mengutarakan keluhannya pada 12 Januari 2022 bahwa saat memesan tiket pertama, tiketnya terkena *refund*. Namun, setelah pengguna tersebut memesan tiket lagi dan berhasil menonton, tiket pertama yang tadinya di *refund* malah terpesan kembali dan saldo DANA-nya juga ikut berkurang. TIX ID menduduki peringkat ke-6 *trending topic* di Twitter pada 14 Desember 2021. Topik ini juga mendapat lebih dari 5.000 cuitan di Twitter (nextren.grid.id, 2021). Selain itu, pada 14 April 2022, pengguna lain mengeluhkan bahwa sistem di aplikasi TIX ID tidak berjalan dengan baik karena kartu kredit terpotong namun tiket tidak terbit/diterima oleh pengguna. Permasalahan di atas menunjukkan bahwa adanya masalah *fulfillment* yang sesuai dengan teori *fulfillment* menurut Zeithaml, V. A. (2018:92) bahwa adanya ketidaktepatan janji TIX ID tentang pesanan dan ketersediaan kursi/tiket yang terpenuhi.

Hasil observasi masalah terkait dimensi *system availability* dapat dilihat pada gambar 1.12 berikut:





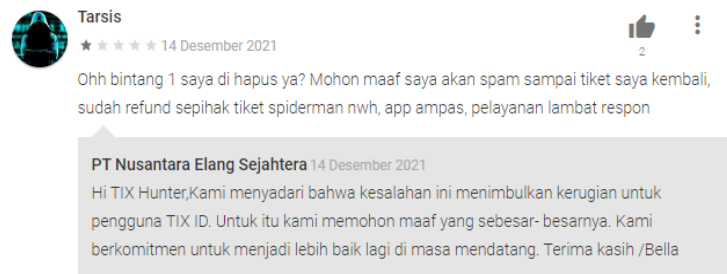
Gambar 1.7 Masalah System Availability

Sumber: Google Play Store (2021) & cnnindonesia.com (2022) diakses pada 6 Mei 2022

Berdasarkan gambar 1.12, adanya keluhan pengguna pada 24 Desember bahwa pengguna tersebut tidak bisa melakukan pemesanan tiket dan ketika sistem sudah kembali bisa diakses, tiket sudah terjual habis. Selain itu, pada 29 Desember 2021 pengguna lain mengutarakan keluhannya bahwa setiap kali membuka aplikasi TIX ID, pada laman menu selalu tertulis tidak ada film yang diputar di bioskop. Padahal saat itu, bioskop XXI sudah dibuka di kotanya. Kemudian pada 5 Mei 2022, TIX ID kembali menjadi *trending topic* di Twitter terkait kendala susah membeli tiket yang terasa seperti *war* tiket konser melalui aplikasi tersebut. Berdasarkan pantauan CNN Indonesia pukul 18.16 WIB, topik ini mendapatkan hingga lebih dari 2.000 cuitan di Twitter (cnnindonesia.com, 2022). Permasalahan di atas menunjukkan bahwa adanya permasalahan *system availability* yang sesuai pada teori *system availability* menurut Zeithaml, V. A. (2018:92) bahwa fungsi teknis pada aplikasi TIX ID tidak atau belum berjalan dengan benar.

Hasil observasi masalah terkait dimensi *privacy*, diketahui bahwa penulis tidak menemukan adanya ulasan negatif di internet mengenai masalah *privacy* pada aplikasi TIX ID. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi *privacy* pada aplikasi TIX ID sudah baik dan adanya kesesuaian pada teori *privacy* menurut Zeithaml, V. A. (2018:92) bahwa suatu situs haruslah aman dan melindungi informasi para penggunanya.

Hasil observasi masalah terkait dimensi *responsiveness* dapat dilihat pada gambar 1.13 berikut:

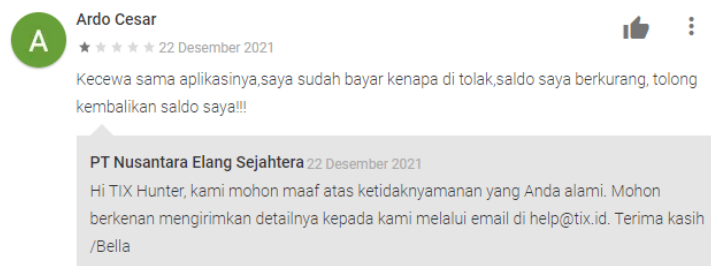


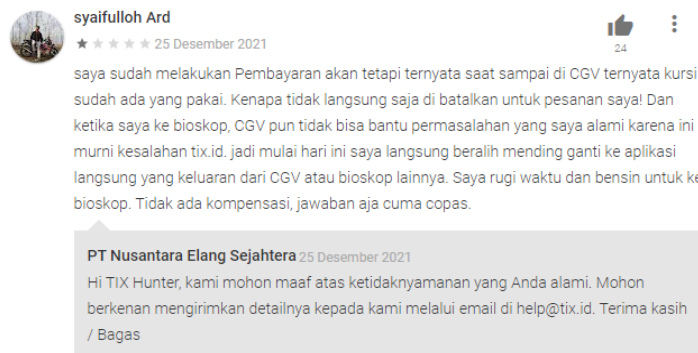
Gambar 1.8 Masalah *Responsiveness*

Sumber: Google Play Store (2021) diakses pada 28 Januari 2022

Berdasarkan gambar 1.13 yang dipublikasikan oleh pengguna pada 14 Desember 2021, pengguna aplikasi TIX ID tersebut mengalami masalah tiket yang di *refund*, aplikasi yang tidak sesuai dengan harapannya, dan pelayanan yang lambat respon. Pelayanan yang lambat respon inilah yang menyebabkan adanya masalah pada *responsiveness* aplikasi TIX ID dalam menanggapi keluhan konsumen. Pengguna juga merasa keluhannya dengan memberi bintang 1 di Google Play Store telah dihapus oleh pihak TIX ID dan memutuskan untuk terus mengirimkan keluhan hingga tiketnya kembali. Permasalahan di atas menunjukkan bahwa adanya permasalahan *responsiveness* yang sesuai pada teori *responsiveness* menurut Zeithaml, V. A. (2018:93) bahwa penanganan masalah pada aplikasi TIX ID tidak atau belum berjalan dengan efektif.

Hasil observasi masalah terkait dimensi *compensation* dapat dilihat pada gambar 1.14 berikut:



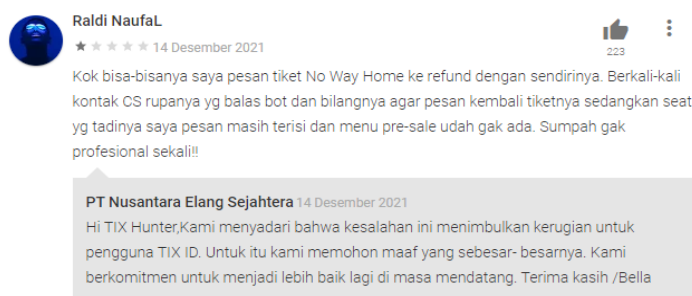


Gambar 1.9 Masalah *Compensation*

Sumber: Google Play Store (2021 & 2022) diakses pada 28 Januari 2022

Berdasarkan gambar 1.14, pengguna aplikasi TIX ID mengutarakan keluhannya di Google Play Store pada 22 Desember 2021 bahwa sudah membayar namun pembayaran ditolak. Kendati pembayaran ditolak, saldo pengguna tersebut bukannya kembali, justru berkurang. Lalu di tanggal 25 Desember 2021, pengguna lainnya juga memberi keluhan mengenai kursi yang telah dibayar ternyata sudah ditempati oleh orang lain ketika pengguna tersebut sampai di bioskop CGV. Pengguna mengeluhkan telah rugi waktu dan bensin untuk pergi ke bioskop hanya untuk mengetahui bahwa kursi pesanannya ternyata telah dipesan oleh orang lain dan tidak ada kompensasi yang diberikan dari pihak TIX ID. Permasalahan di atas menunjukkan bahwa adanya permasalahan *compensation* yang sesuai pada teori *compensation* menurut Zeithaml, V. A. (2018:93) bahwa kompensasi yang diberikan oleh TIX ID kepada pelanggan untuk suatu masalah tidak atau belum dapat memenuhi ekspektasi, harapan, atau kepuasan konsumen.

Hasil observasi permasalahan terkait dimensi *contact* dapat dilihat pada gambar 1.15 berikut ini:





Gambar 1.10 Masalah *Contact*

Sumber: Google Play Store (2021) diakses pada 28 Januari 2022

Berdasarkan gambar 1.15, ditunjukkan bahwa ulasan yang diberikan oleh pengguna aplikasi TIX ID di Google Play Store pada tanggal 14 Desember 2021, pengguna mengutarakan keluhannya bahwa *Customer Support* TIX ID hanya membalas melalui *bot* dan balasan yang diutarakan oleh CS TIX ID tidak sesuai dengan kondisi keadaan di aplikasi. Selain itu, pengguna lain yang mengutarakan keluhannya di Google Play Store pada 24 Desember 2021 menyebutkan bahwa *Customer Support* TIX ID melakukan pembalasan melalui *bot* dengan hanya mengutarakan permintaan kata maaf tanpa adanya tanggung jawab atau solusi. Permasalahan di atas menunjukkan bahwa adanya permasalahan *contact* yang sesuai pada teori *contact* menurut Zeithaml, V. A. (2018:93) bahwa tidak adanya ketersediaan bantuan melalui perwakilan *online* (bukan *bot*) yang dapat diajak berbicara secara langsung.

Untuk memperkuat fenomena yang penulis temukan, maka penulis melakukan Pra-Survei kepada 31 responden yang pernah menggunakan/yang menggunakan aplikasi TIX ID di Indonesia dengan tujuan untuk mengetahui tanggapan pelanggan mengenai kualitas layanan elektronik pada aplikasi TIX ID. Berikut hasil Pra-Survei variabel *e-service quality* yang ditunjukkan pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei *E-Service Quality* Aplikasi TIX ID

Dimensi	Pernyataan	Ya	Tidak
---------	------------	----	-------

<i>Efficiency</i>	EFF.1 Aplikasi TIX ID memuat halaman situs (<i>loading</i>) dengan cepat/tidak lemot.	58,1%	18 orang	41,9%	13 orang
<i>Fulfillment</i>	FUL.2 Stok tiket (kursi) maupun <i>voucher</i> yang tersedia sesuai dengan yang tertulis di aplikasi TIX ID.	83,9%	26 orang	16,1%	5 orang
<i>System Availability</i>	SA.1 Aplikasi TIX ID berjalan dengan baik tanpa adanya <i>crash</i> (kegagalan tiba-tiba yang membuat sistem tidak berfungsi di mana aplikasi berhenti sendiri atau aplikasi keluar secara otomatis).	45,2%	14 orang	54,8%	17 orang
<i>Privacy</i>	PRI.1 Anda sebagai pengguna merasa data pribadi dan informasi pengguna di aplikasi TIX ID terjaga dan terlindungi.	100%	31 orang	0%	0 orang
<i>Responsiveness</i>	RES.1 Customer Support TIX ID menangani masalah dengan cepat.	80,6%	25 orang	19,4%	6 orang
	COM.1 TIX ID memberikan				

<i>Compensation</i>	kompensasi untuk masalah yang dibuatnya.	71%	22 orang	29%	9 orang
<i>Contact</i>	CON.1 Pengguna dapat berkomunikasi dengan orang asli (bukan bot) jika terjadi masalah di TIX ID.	87,1%	27 orang	12,9%	4 orang

Berdasarkan hasil survei *e-service quality* pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik pada aplikasi TIX ID menunjukkan hasil yang baik. Namun, ada hal yang dinilai kurang pada bagian *system availability*. Pada dimensi *system availability*, sebanyak 54,8% responden atau 17 orang dari total 31 responden menyatakan tidak setuju bahwa aplikasi TIX ID tidak mengalami *crash* (kegagalan tiba-tiba yang membuat sistem tidak berfungsi di mana aplikasi berhenti sendiri atau aplikasi keluar secara otomatis). Hal ini relevan dengan keluhan yang disampaikan oleh pengguna pada gambar 1.12 dimana aplikasi TIX ID cenderung mengalami *crash* karena aplikasi terkadang tiba-tiba tidak dapat digunakan untuk melakukan pemesanan tiket. Kualitas layanan elektronik pada aplikasi TIX ID juga belum sepenuhnya baik. Hal ini dikarenakan sebanyak 41,9% atau 13 orang dari 31 orang tidak setuju bahwa aplikasi TIX ID memuat halaman situs (*loading*) dengan cepat/tidak lemot. Sebanyak 16,1% atau 5 orang dari 31 orang tidak setuju bahwa stok/ketersediaan tiket (kursi) maupun *voucher* yang tersedia sesuai dengan yang tertulis di aplikasi TIX ID. Sebanyak 19,4% atau 6 orang dari 31 orang tidak setuju bahwa Customer Support TIX ID menangani masalah dengan cepat, sebanyak 29% atau 9 orang dari 31 orang tidak setuju bahwa TIX ID memberikan kompensasi apabila terjadi kesalahan, dan sebanyak 12,9% atau 4 orang dari 31 orang tidak setuju bahwa pengguna dapat berkomunikasi dengan orang asli (bukan *bot*) jika terjadi masalah di TIX ID. Sedangkan pada dimensi *privacy*, ditunjukkan bahwa keamanan di aplikasi menunjukkan hasil yang baik. Hal ini sesuai pada hasil observasi masalah terkait dimensi *privacy* yang diketahui bahwa penulis tidak

menemukan adanya ulasan maupun berita negatif di internet mengenai masalah *privacy* pada aplikasi TIX ID.

Kurangnya kepuasan pengguna terhadap kinerja perusahaan terlihat dari ulasan negatif yang diberikan oleh pengguna aplikasi TIX ID. Namun, banyak juga ulasan dari pengguna lain bahwa layanan yang diberikan oleh TIX ID sudah baik. Hal ini dapat dikarenakan bahwa kepuasan setiap individu berbeda-beda. Menurut Kotler, P., dan Keller, K.L. (2016:200), kepuasan mencerminkan penilaian seseorang terhadap kinerja yang dirasakan terhadap harapan konsumen. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen ini dapat memengaruhi perilaku konsumen selanjutnya. Jika pelanggan puas, mereka akan menunjukkan kemungkinan pembelian kembali yang lebih tinggi di perusahaan yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung menceritakan kepada orang lain mengenai hal-hal baik tentang suatu merek tersebut (ZA, S. Z., 2020: 119). ZA, Saida Zainurossalamia (2020: 120) juga menyatakan bahwa salah satu kunci mempertahankan konsumen adalah dengan memberikan kepuasan kepada mereka.

Mengingat banyaknya pesaing bisnis yang bergerak di bidang *e-ticketing*, selain aplikasi khusus pemesanan tiket bioskop (seperti m.tix, CGV CINEMAS INDONESIA, Cinépolis Indonesia) dan aplikasi yang bergerak di bidang yang sama dengan TIX ID dalam pemesanan tiket bioskop dan *event* (seperti BookMyShow dan Goers), *startup unicorn* seperti Traveloka dan Gojek melalui GoTix, *startup decacorn* seperti Grab, hingga *e-commerce* Shopee telah merambah ke bisnis penjualan tiket bioskop dan tiket *event* secara *online*. Bahkan, kita juga bisa membeli tiket bioskop melalui aplikasi *m-banking* BCA Mobile. Oleh karena itu, penting bagi TIX ID untuk menentukan atribut-atribut apa saja yang sudah baik dan yang perlu diperbaiki salah satunya dari atribut dari variabel *e-service quality*. Dengan demikian, diharapkan atribut yang bermasalah dapat ditingkatkan oleh *developer* TIX ID agar kinerja TIX ID menjadi lebih baik lagi.

Dalam melakukan analisa menggunakan *e-service quality*, dapat dihubungkan dengan penerapan metode Importance-Performance Analysis (IPA). Metode ini pertama kali dikemukakan oleh Martilla, J. A. & James, J. C. yang dipublikasikan di Journal of Marketing pada bulan Januari tahun 1977. Metode ini

memiliki beberapa kelebihan seperti *low-cost*, teknik yang mudah dimengerti, dan mampu menghasilkan wawasan penting mengenai aspek mana yang membutuhkan perhatian lebih dan juga mengidentifikasi area mana yang menghabiskan terlalu banyak sumber daya (Martilla, J. A. & James, J. C., 1977). Metode Importance-Performance Analysis (IPA) dapat membantu dalam menentukan atribut yang menjadi prioritas utama yang harus diperbaiki, atribut yang kinerjanya sudah baik dan perlu dipertahankan, atribut yang memiliki prioritas rendah, dan atribut pelayanan yang harus dikurangi karena tidak terlalu penting bagi konsumen agar dapat memenuhi harapan dari pengguna terhadap kinerja pada TIX ID. Hasil dari metode ini diharapkan nantinya dapat berguna untuk membuat keputusan dalam strategi pemasaran.

Untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan TIX ID kepada pelanggannya, dapat digunakan pengukuran *e-service quality*. Menurut Marketing Science Institute dalam (Zeithaml, V. A. *et al.*, 2018:91), *e-service quality* didefinisikan sebagai sejauh mana situs web mampu memfasilitasi berbelanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif bagi pengguna.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis ingin mengetahui faktor dimensi kualitas pelayanan elektronik yang membuat TIX ID mengalami pertumbuhan pengguna secara signifikan namun mengalami penurunan *online rating* dan juga berbagai keluhan yang dibagikan pengguna dari segi kualitas layanan elektronik yang terdiri dari 7 dimensi antara lain: *efficiency* (efisiensi), *fulfillment* (pemenuhan), *system availability* (ketersediaan sistem), *privacy* (keleluasaan pribadi), *responsiveness* (daya tanggap), *compensation* (kompensasi), dan *contact* (kontak) sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana tingkat kepuasan pengguna TIX ID dari segi kualitas pelayanan elektronik berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang telah diberikan dengan mengambil judul **“ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI TIX ID DITINJAU DARI E-SERVICE QUALITY MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat ditemukan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kepentingan/harapan/ekspektasi pengguna *e-service quality* pada aplikasi TIX ID?
- b. Bagaimana kinerja/persepsi pengguna *e-service quality* pada aplikasi TIX ID?
- c. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna berdasarkan tingkat harapan/kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja/persepsi (*performance*) dari *e-service quality* pada aplikasi TIX ID?
- d. Bagaimana Importance-Performance Analysis (IPA) berdasarkan *e-service quality* pada aplikasi TIX ID?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan adanya rumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui tingkat kepentingan/harapan/ekspektasi pengguna *e-service quality* pada aplikasi TIX ID.
- b. Untuk mengetahui tingkat kinerja/persepsi pengguna *e-service quality* pada aplikasi TIX ID.
- c. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna berdasarkan tingkat harapan/kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja/persepsi (*performance*) dari *e-service quality* pada aplikasi TIX ID.
- d. Untuk mengetahui Importance-Performance Analysis (IPA) berdasarkan *e-service quality* pada aplikasi TIX ID.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

- a. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi keilmuan di bidang manajemen pemasaran terkait *e-service quality* pada *m-commerce*. Diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi bahan studi untuk penelitian selanjutnya.

b. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat melatih kemampuan analisis, melatih berpikir secara sistematis dan konseptual, serta menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaplikasian teori yang telah didapat selama di perkuliahan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi pihak pelaku bisnis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan, masukan, maupun evaluasi bagi perusahaan dalam segi *e-service quality* agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan penggunaannya, serta meningkatkan profitabilitas perusahaan.

b. Bagi pihak akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya yang relevan.

c. Bagi pihak lainnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pengambilan keputusan bagi masyarakat umum dalam melakukan pembelian tiket bioskop & tiket *event* maupun pembelian *online streaming voucher* menggunakan aplikasi TIX ID.

1.6 Sistematika Penulisan

Penyusunan sistematika ditulis untuk memberikan gambaran materi yang terkandung dalam penulisan penelitian ini, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan jenis penelitian dan sumber data, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dan saran-saran berdasarkan hasil penelitian.