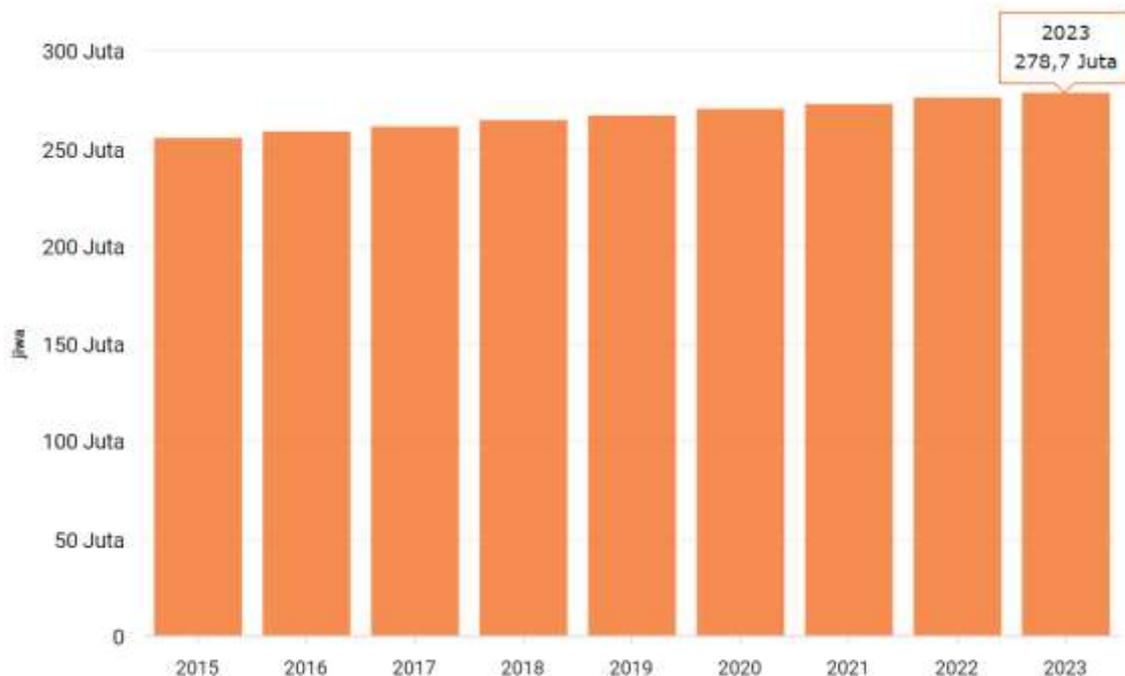


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi adalah suatu perpindahan baik manusia maupun barang dari suatu tempat ke tempat lain. Terdapat dua unsur di dalam transportasi itu sendiri yaitu perpindahan dari satu tempat ke tempat lain secara fisik, dengan atau tanpa alat angkut dan pergerakan/ *movement* [1]. Adanya perkembangan transportasi selaras dengan berkembangnya zaman dan juga teknologi yang semakin maju diikuti pertumbuhan penduduk Indonesia yang semakin cepat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik mencapai 278,69 juta jiwa pada pertengahan tahun 2023. [2]



Gambar 1.1 : Jumlah Peningkatan Penduduk

Sumber : Databoks, 2023

Berdasarkan data pada grafik di atas, populasi penduduk Indonesia terus meningkat semenjak tahun 2015-2023. Angka tersebut meningkat sebesar 1,05% dari tahun sebelumnya (tahun ke tahun/tahun). Pada pertengahan 2022 populasi Indonesia mencapai 275,77 juta orang. Pertengahan 2023 jumlah penduduk Indonesia meningkat 9,04% dibanding tujuh tahun sebelumnya [3]

Sektor jasa pada era globalisasi ini adalah salah satu sektor ekonomi yang cukup besar dan berkembang dengan cukup cepat. Perkembangannya tidak hanya dikarenakan pertumbuhan jenis jasa yang sebelumnya, akan tetapi karena munculnya berbagai jasa baru sebagai hasil banyaknya tuntutan dari perkembangan teknologi. Jenis jasa di Indonesia contohnya adalah jasa transportasi yang memiliki kemungkinan pertumbuhan yang baik karena bisnis ini berkembang sebagai hasil dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Meningkatnya aktivitas ekonomi dan kebutuhan masyarakat ini berperan besar dengan keinginan Masyarakat untuk berpergian. Ini terutama terjadi untuk tujuan bisnis, kebutuhan keluarga, pendidikan dan rekreasi (Arisandi, 2010)

Dikarenakan banyaknya sarana transportasi dan banyak masalah yang dialami para penumpang saat memakai transportasi umum seperti kereta api dan bus antar kota. Seperti jam keberangkatan yang tidak tepat waktu pada akhirnya penumpang memilih untuk menggunakan jasa transportasi darat lain salah satunya adalah minibus travel atau shuttle service yang menghubungkan beberapa kota ke Bandung atau sebaliknya yang beroperasi setiap hari. Banyak keunggulan yang dimiliki oleh jasa minibus travel ini yang tidak dimiliki oleh jasa transportasi. Diantaranya adalah frekuensi keberangkatan yang lebih sering dan juga tujuan pemberhentian yang lebih banyak dibandingkan dengan bus yang berhenti di terminal atau kereta yang berhenti di stasiun [4].

Baraya Travel adalah perusahaan transportasi darat yang berfokus pada minibus travel atau *shuttle service* dan saat ini memiliki 4 layanan bisnis juga yaitu Baraya Travel, Baraya Pariwisata, Baraya Pake dan juga Baraya Kargo. Outlet yang dimiliki saat ini tersebar banyak di kota Jakarta dan Bandung yang saat ini sudah mencapai angka diatas 30 outlet.[2]

Baraya Travel menggunakan kemajuan teknologi, terutama internet untuk memudahkan konsumen memesan tiket secara online dan juga memberikan informasi detail kepada pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi ini, Perusahaan membuat *website* dengan domain <https://baraya-travel.com/>, yang menawarkan banyak informasi dan juga fitur pemesanan online yang memudahkan konsumen memesan tiket tanpa harus datang ke titik *point*. Pada *website* Baraya Travel ini sendiri menyediakan empat layanan kepada konsumennya yaitu travel shuttle, pengiriman paket, travel pariwisata dan juga pengiriman paket. [2]

Seperti yang dapat diamati melalui situs <https://www.similarweb.com/website/baraya-travel.com/#overview>, pengunjung *website* Baraya Travel sebanyak 70,7 ribu pengunjung per bulan November 2023.



Gambar 1.2 : Data Pengunjung Baraya Travel

Sumber : Similarweb, 2023

Dalam pra-riset yang peneliti lakukan masih ditemukan permasalahan yang umum dihadapi konsumen saat mengunjungi *website* Baraya Travel yaitu kurangnya informasi seperti lamanya waktu tempuh dan juga merupakan alasan mengapa konsumen lebih memilih memesan tiket travel melalui platform lain meskipun menggunakan jasa dari Baraya Travel sendiri.

Metode *WebQual* 4.0 menggabungkan tiga elemen untuk mengukur kualitas dari sebuah *website* yaitu kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*). Konsep *Quality Function Deployment (QFD)* adalah suatu konsep yang didasarkan pada “suara konsumen” yang menjadi kerangka kerja yang dirancang untuk mengevaluasi kualitas situs *web* [5]

WebQual 4.0 lebih banyak dipilih oleh peneliti karena metode ini sendiri sudah melewati beberapa tahap pengembangan hingga sampai pada versi 4.0 (Barnes & Vidgen, 2002) dan juga *WebQual* 4.0 lebih dipilih karena fokus utama dari *WebQual* adalah kualitas *website* dan kualitas layanan *website* [6]

Pengukuran analisis dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dibutuhkan juga untuk menilai dimensi dari metode *WebQual* pada suatu *website*. Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* adalah salah contoh metode yang digunakan untuk mengevaluasi layanan dan juga dan kepentingan konsumen tentang kualitas layanan tersebut. Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* ini sendiri digunakan pertama kali oleh John A. Martilla dan John C. James yang diterbitkan oleh *Journal of Marketing* pada tahun 1997. *Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan untuk dapat mengidentifikasi lebih lanjut apakah sebuah *website* sudah memenuhi harapan pengguna karena *Importance Performance Analysis (IPA)* dapat mengidentifikasi faktor dan tanda

penting yang harus dipakai oleh perusahaan agar memenuhi kebutuhan pengguna yang dapat dilihat dari persepsi dan keinginan pengguna.

Website dapat digunakan untuk bermacam-macam tujuan termasuk promosi, pemasaran, informasi, Pendidikan dan juga komunikasi. Selain itu, pemilik *website* memiliki halaman URL yang memungkinkan pengguna mudah mengakses dan berpindah-pindah dari suatu halaman *website* ke halaman lain dan memberikan informasi yang benar dan menarik yang sesuai dengan kebutuhan pengguna agar pengguna merasa nyaman dan informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah. Untuk meningkatkan penggunaan *website* maka pengukuran kualitas *website* sangat penting [7].

Maka dengan ini maka digunakan metode *WebQual* 4.0 serta hasil tersebut akan diproses melalui *Importance Performance Analysis (IPA)* dan dengan penilaian menggunakan kedua metode ini maka penelitian ini mendapatkan penilaian secara objektif mengenai *website* Baraya Travel. Pada penelitian ini persepsi akhir dari pengguna tentang seberapa akurat kualitas informasi dari sebuah *website* dan seberapa relevan dalam mengakses suatu *website* demi tujuan tertentu dengan konteks kepuasan pengguna. Semakin relevan kualitas informasi dari sebuah *website* maka itu akan mempengaruhi loyalitas pengguna [8]

Pada penelitian-penelitian terdahulu [9],[10] yang membawa studi kasus mengenai Baraya Travel berfokus hanya pada tingkat kepuasan pengguna ataupun kualitas analisis jasa pada *website* Baraya Travel sehingga hanya ada perbandingan untuk hasil dari pengukuran yang dilakukan tetapi tidak ada alasan mengapa pengguna lebih memilih menggunakan platform jasa travel lain.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian sebelumnya, maka dapat ditentukan identifikasi masalah dari penelitian ini adalah apakah kualitas *website* Baraya Travel yang diukur melalui metode *WebQual* 4.0 dan *Importance Performance Analysis (IPA)* mempengaruhi kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti dan menghitung tingkat kepuasan konsumen pada layanan yang terdapat pada layanan Baraya Travel berdasarkan dimensi *WebQual* 4.0 dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

1.4 Lingkup

Lingkup dari penelitian ini adalah:

1. Metode *WebQual* 4.0
2. Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*
3. Penelitian terhadap *website* Baraya Travel
4. Penggunaan aplikasi SPSS

1.5 Jadwal Kegiatan

Jadwal pelaksanaan dibuat berdasarkan rencana kegiatan. Bar-chart bisa dibuat per bulan atau per minggu.

Tabel 1.1 : Jadwal Kegiatan

| Kegiatan | Bulan | | | | | |
|---------------------------------|-------|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Studi Literatur | | | | | | |
| Pengumpulan Data | | ■ | ■ | | | |
| Analisis Data & Pengolahan Data | | | | ■ | ■ | |
| Penulisan Laporan | | | | | | ■ |