

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk industri perjalanan dan pariwisata. Masyarakat kini semakin mengandalkan aplikasi digital sebagai sarana utama untuk mencari informasi perjalanan, melakukan pemesanan tiket, memilih akomodasi, serta mengatur kebutuhan perjalanan lainnya. Transformasi digital ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mengubah pola perilaku konsumen dalam merencanakan perjalanan [1].

Di antara berbagai *platform* pemesanan perjalanan yang tersedia, Traveloka dan Booking.com menawarkan beragam layanan yang meliputi pemesanan tiket transportasi, akomodasi, hingga aktivitas perjalanan. Traveloka merupakan *platform* perjalanan yang didirikan di Indonesia pada tahun 2012 dan saat ini menyediakan layanan di Thailand, Vietnam, Singapura, Malaysia, Australia, serta Filipina. Traveloka menawarkan layanan pelanggan 24 jam dalam bahasa lokal dan menyediakan lebih dari 40 metode pembayaran, dengan jumlah unduhan aplikasi melebihi 139 juta dan lebih dari 49 juta pengguna aktif bulanan [2].

Sementara itu, Booking.com merupakan perusahaan perjalanan digital yang didirikan pada tahun 1996 di Amsterdam dan telah berkembang dari sebuah *startup* di Belanda menjadi salah satu perusahaan perjalanan digital terbesar di dunia. Booking.com merupakan bagian dari Booking Holdings Inc. dengan misi untuk mempermudah setiap orang dalam menjelajahi dunia melalui pemanfaatan teknologi digital. Melalui investasi berkelanjutan di bidang teknologi, Booking.com berupaya mengurangi berbagai hambatan dalam perjalanan dengan menghubungkan pengguna secara langsung dengan pilihan akomodasi, transportasi, serta pengalaman perjalanan yang beragam. Sebagai salah satu marketplace perjalanan terbesar di dunia, Booking.com membantu penyedia akomodasi dari berbagai skala untuk menjangkau pasar global. *Platform* ini tersedia dalam puluhan bahasa, menawarkan jutaan daftar akomodasi, serta didukung oleh layanan pelanggan selama 24 jam [3].

Walaupun kedua aplikasi memiliki keunggulan masing-masing, perbedaan karakteristik sistem informasi, kualitas informasi, tampilan antarmuka, kemudahan penggunaan, serta ketepatan waktu layanan berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pengguna secara berbeda. Dalam konteks aplikasi pemesanan perjalanan, aspek-aspek

tersebut memiliki peran penting karena secara langsung memengaruhi proses pengguna dalam mengakses, memahami, dan memanfaatkan layanan yang disediakan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan membandingkan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna pada aplikasi Traveloka dan Booking.com berdasarkan indikator kepuasan pengguna dalam model *End User Computing Satisfaction* (EUCS) yang dikembangkan oleh Doll dan Torkzadeh sebagai kerangka evaluasi kepuasan pengguna sistem informasi.

Kedua platform tersebut dipilih sebagai objek penelitian karena beroperasi pada domain layanan yang sama, yaitu online travel agent berbasis sistem informasi, namun hingga saat ini belum terpetakan secara jelas dalam literatur penelitian yang melakukan analisis perbandingan kepuasan pengguna Traveloka dan Booking.com menggunakan pendekatan model *End User Computing Satisfaction* (EUCS). Selain itu, kajian kepuasan pengguna aplikasi Booking.com dengan pendekatan EUCS juga belum terpetakan secara jelas dalam literatur, sehingga diperlukan penelitian yang dapat mengisi celah penelitian (*research gap*) tersebut.

End User Computing Satisfaction (EUCS) adalah metode evaluasi untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna akhir terhadap suatu aplikasi atau sistem informasi [4]. Model ini menilai kepuasan pengguna berdasarkan lima dimensi utama, yaitu *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness*. EUCS banyak digunakan dalam penelitian sistem informasi karena mampu menggambarkan tingkat kepuasan terhadap kualitas informasi, tampilan antarmuka, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu penyajian informasi, sehingga relevan diterapkan pada aplikasi pemesanan perjalanan berbasis digital[5].

Penelitian terdahulu yang dilakukan Novita dan Helena pada Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End-User Computing Satisfaction* (EUCS), pengujian terhadap 100 responden menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam model TAM diterima. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat berperan penting dalam membentuk sikap dan niat penggunaan, sehingga menghasilkan tingkat kepuasan pengguna yang positif. Pada pengujian menggunakan EUCS, tiga dari lima variable yaitu *Content*, *Format*, dan *Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil ini menegaskan bahwa mayoritas indikator kualitas sistem dan informasi pada Traveloka dinilai memadai, meskipun aspek tampilan dan ketepatan waktu masih perlu diperbaiki[6].

Selanjutnya, Mumtaz dan Sanjay dalam penelitian berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Traveloka Menggunakan Metode *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) melakukan survei terhadap 300 pengguna aktif aplikasi Traveloka. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa lima dimensi EUCS *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Timeliness*, dan *Ease of Use* memperoleh skor rata-rata 3,78 yang masuk dalam kategori puas. Meskipun demikian, penelitian tersebut juga merekomendasikan agar studi berikutnya menggunakan pendekatan atau model tambahan untuk memperoleh perspektif yang lebih luas terkait pengalaman pengguna aplikasi pemesanan perjalanan[7].

Penelitian lain dilakukan oleh Pasaribu dan Adiwihardja melalui studi berjudul Kepuasan Pengguna terhadap Aplikasi Mobile Agoda dalam Pemesanan Kamar Hotel Menggunakan Metode EUCS. Melibatkan 85 responden dan analisis menggunakan PLS-SEM, penelitian ini menunjukkan bahwa lima variabel *Content*, *Accuracy*, *Timeliness*, *Perceived Usefulness*, dan *service* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Sementara itu, variabel *Format* dan *Ease of Use* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan, bahwa kualitas informasi dan manfaat yang dirasakan menjadi faktor utama dalam membentuk pengalaman positif pengguna Agoda[8].

Penelitian yang dilakukan oleh Esty Purwaningsih, Ela Nurelasari, dan Hiskia Junian Tamba mengkaji kepuasan pengguna layanan aplikasi Traveloka dan Tiket.com dengan metode EUCS. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengguna aktif kedua aplikasi tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa dua dimensi berada pada kategori sangat puas, sementara tiga dimensi lainnya berada pada kategori puas, dengan nilai rata-rata keseluruhan 4,16. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kualitas layanan pada kedua aplikasi dinilai mampu memenuhi ekspektasi pengguna pada sebagian besar aspek[9].

Penelitian yang dilakukan oleh Hendrik Setiawan dan Dien Novita mengkaji kepuasan pengguna aplikasi KAI *Access* sebagai media pemesanan tiket kereta api menggunakan metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS). Penelitian ini melibatkan 100 responden, dengan hasil analisis menunjukkan bahwa lima variabel EUCS, yaitu *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness*, secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dengan kontribusi sebesar 67,9%. Namun, berdasarkan uji parsial diketahui bahwa hanya tiga variabel, yaitu *Accuracy*, *Format*, dan *Timeliness*, yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan *Content* dan *Ease of Use* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun secara umum aplikasi KAI *Access* mampu memberikan kepuasan, masih

diperlukan peningkatan pada aspek kelengkapan konten dan kemudahan penggunaan untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna secara keseluruhan[10].

Berdasarkan penelitian terdahulu, penerapan model *End User Computing Satisfaction* (EUCS) pada aplikasi online travel agent menunjukkan temuan yang beragam pada setiap dimensi kepuasan pengguna. Sejumlah studi mengindikasikan bahwa tidak seluruh dimensi EUCS memberikan pengaruh yang sama terhadap tingkat kepuasan, baik pada aplikasi Traveloka maupun platform pemesanan perjalanan lainnya. Variasi hasil tersebut menunjukkan bahwa evaluasi kepuasan pengguna masih memerlukan kajian yang lebih komprehensif, khususnya melalui pendekatan komparatif antarplatform yang memiliki karakteristik layanan serupa. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul **“Analisis Perbandingan Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka dan Booking.com Menggunakan Model EUCS (End User Computing Satisfaction)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk memperoleh arah penelitian yang jelas dan terukur, diperlukan perumusan masalah yang berfokus pada aspek-aspek yang ingin dianalisis. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Traveloka dan Booking.com berdasarkan lima dimensi EUCS?
2. Apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan pengguna antara aplikasi Traveloka dan Booking.com berdasarkan lima dimensi EUCS?

1.3 Tujuan

Agar penelitian memiliki arah dan sasaran yang sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dirumuskan untuk menjelaskan capaian yang ingin diperoleh melalui proses analisis. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Traveloka dan Booking.com berdasarkan lima dimensi EUCS.
2. Membandingkan tingkat kepuasan pengguna antara Traveloka dan Booking.com berdasarkan lima dimensi EUCS.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis bagi pengembangan ilmu maupun peningkatan kualitas layanan aplikasi digital. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini meliputi:

1. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terkait kepuasan pengguna aplikasi digital, khususnya melalui penerapan model EUCS pada platform pemesanan perjalanan online.
2. Memberikan masukan bagi Traveloka, Booking.com, dan pengembang aplikasi sejenis mengenai aspek sistem yang perlu ditingkatkan terutama terkait kualitas informasi, tampilan, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu sehingga dapat meningkatkan pengalaman serta kepuasan pengguna.

1.5 Ruang Lingkup

Untuk menjaga fokus dan batasan penelitian agar tidak meluas, ruang lingkup penelitian ditetapkan agar seluruh proses analisis tetap berada dalam koridor yang telah ditentukan. Ruang lingkup penelitian ini mencakup:

1. Objek penelitian berfokus pada aplikasi Traveloka dan Booking.com sebagai platform pemesanan perjalanan secara online.
2. Penelitian menggunakan model *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dengan lima dimensi: *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness*.
3. Responden penelitian merupakan pengguna aktif aplikasi Traveloka dan Booking.com yang berdomisili di kota Medan. Jumlah minimum responden ditentukan menggunakan rumus Lemeshow karena ukuran populasi pengguna tidak diketahui secara pasti. Dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 5%, sehingga menghasilkan estimasi kebutuhan responden minimal sebanyak 385 orang.
4. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online menggunakan *Google Form*, sedangkan pengolahan data dilakukan dengan perangkat lunak SPSS menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, khususnya *purposive sampling*, karena responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu (pengguna aktif kedua aplikasi)