

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

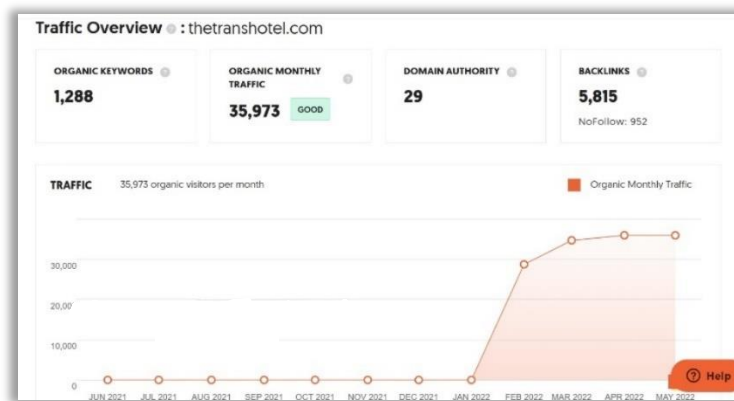
Tingginya jumlah penggunaan internet setiap tahunnya menandai perkembangan internet di Indonesia yang sangat signifikan. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan APJII dan Polling Indonesia, tahun 2022 jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 204,7 juta pengguna. Sedangkan pada tahun 2021 pengguna internet sekitar 73,7% dari populasi penduduk atau sekitar 196,7 juta jiwa. Indonesia menempati peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet (<https://www.kominfo.go.id>). Internet bukan hanya berfungsi sebagai penyedia layanan pencari data informasi dan alat komunikasi, namun internet sekarang dapat menjadi media untuk melakukan segala kegiatan bisnis, menghapuskan paradigma teknologi informasi lama, dan menciptakan lingkungan ekonomi baru secara global. Pertumbuhan ini di iringi dengan pesatnya teknologi komunikasi yang ada di dunia. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, aktivitas seperti komunikasi, riset, transaksi bisnis dan lainnya dapat dilakukan melalui internet yang menjadi sarana elektronik untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Teknologi internet menghubungkan ribuan jaringan komputer individual dan perusahaan di seluruh dunia sehingga teknologi internet begitu populer (Rahmidani, 2015). Perkembangan internet saat ini telah merambah ke bagian layanan atau perusahaan jasa. Banyaknya interaksi bisnis yang dilakukan oleh masyarakat, perusahaan maupun organisasi saat ini sudah beralih pada media elektronik. Hal ini tentunya menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan untuk memenuhi keinginan atau kepuasan pelanggan dengan cara menciptakan barang dan jasa yang baik. Salah satu faktor yang berpengaruh pada persaingan perusahaan adalah kualitas pelayanan. Kualitas layanan elektronik adalah tingkat website dapat memfasilitasi secara efisien dan efektif untuk melakukan pembelian, penjualan, dan pengiriman baik produk maupun jasa (Anggraeni & Yasa, 2012).

Pada era internet saat ini, teknologi dan industri pariwisata juga perkembangan dengan turut memunculkan layanan elektronik khususnya dalam bentuk *website*.

Kepuasan terhadap website sangat penting untuk membangun hubungan jangka panjang dengan tamu (Ranaweera et al., 2008). Semakin tinggi kepuasan terhadap website maka semakin tamu cenderung untuk membeli atau terus membeli produk/jasa disana dan merekomendasikannya kepada orang lain, sehingga terjadi peningkatan komitmen terhadap website tersebut (Currás-Pérez & Sánchez-García, 2012). Kepuasan pengguna website dapat membantu membangun loyalitas pada pelanggan, meningkatkan promosi dari mulut ke mulut atau *word of mouth*, lalu mengarah pada pembelian berulang, serta meningkatkan pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan (Anggraeni & Yasa, 2012). Kegiatan pemasaran dengan menggunakan website secara signifikan dapat mempengaruhi kesuksesan bisnis termasuk industri hotel, *Website* yang berkualitas merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan untuk membuat tamu semakin mencari informasi mengenai hotel dan sampai pada akhirnya membeli produk atau jasa yang ditawarkan secara online, Website yang memiliki kualitas baik dapat memuaskan pelanggan dan membantu mengubah pengguna browser Web atau pengunjung menjadi pembeli (Ali, 2016).

Hotel website usability diartikan sebagai efisiensi dari *website* dalam mempromosikan produk dan jasa didalamnya (Ali, 2016). The Trans Luxury Hotel salah satu hotel di kota Bandung yang menekankan pentingnya hotel *website usability* dimana pada halaman *website* terdapat pilihan Bahasa, *layout* yang simple serta susunan menu yang tersusun secara rapi. Selain itu juga The Trans Luxury Hotel Bandung menerapkan *Hotel Website Functionality*, dimulai dari menu *Introduction* yang berisi mengenai sejarah berdirinya hotel, lalu *Whats on* yang berisi promosi serta berita terbaru mengenai hotel, menu pilihan kamar, serta penambahan *widjet* video mengenai fasilitas hotel, serta informasi mengenai destinasi wisata di sekitar hotel. Selain itu, dengan adanya *hotel website security and privacy* dalam suatu *website* hotel sangat penting, untuk meyakinkan calon konsumen dalam melakukan reservasi secara *online*. The Trans Luxury Hotel Bandung juga menerapkan sistem keamanan dan privasi mengenai data pribadi tamu yang berkunjung ke *website* dan melakukan reservasi dengan adanya sertifikasi dari *terremark Cybertrust Security*.

Meskipun demikian kebanyakan tamu yang memesan kamar di The Trans Luxury Hotel Bandung memilih untuk melakukan *online booking* melalui OTA karena dirasa lebih mudah dan menarik karena menawarkan berbagai macam promo yang ditawarkan dibandingkan dengan melakukan reservasi langsung melalui *website* resmi hotel. Tingkat *awareness* yang rendah mengenai informasi yang terdapat pada *website hotel* mengenai promo, informasi *room*, serta *product knowledge* lainnya mengenai hotel membuat calon konsumen yang akan melakukan reservasi merasa kurang yakin dan harus menanyakan kembali kepada hotel mengenai informasi informasi tersebut.



Gambar 1. 1 *Traffic Overview Website The Trans Luxury Hotel Ubersuggest*

Pada gambar 1.1 dapat terlihat *Traffic overview* dari website thetranshotel.com yang di *track* selama satu bulan. *Organic monthly traffic* website Trans Luxury Hotel ada pada angka 35.973 selama bulan mei 2022. Sementara *organic keywords* yaitu jumlah kata kunci yang diperingkat domain untuk pencarian organic pada website hotel sejumlah 1.288. *Domain Authority* adalah skor peringkat mesin pencari yang memprediksi seberapa baik peringkat situs web pada halaman hasil mesin pencari dengan nilai skor 1 sampai 100. *Backlinks* adalah seberapa banyak *hyperlink* yang masuk dari situs web lain ke domain ini.

Ketidakmampuan untuk mengelola website dan kontennya dengan benar akan menyebabkan ketidakpuasan bagi konsumen atau pengguna website dan ada kemungkinan menyebabkan tingkat ingatan pengguna website terhadap informasi didalamnya menjadi lebih rendah (Bol et al., 2014). Oleh sebab itu, secara luas dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi kepuasan terhadap website maka semakin tinggi

konsumen akan membeli atau tetap membeli produk atau jasa yang ditawarkan dan merekomendasikannya kepada orang lain, sehingga meningkatnya komitmennya terhadap website tersebut (Currás-Pérez & Sánchez-García, 2012). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pada suatu website yang memberikan kemudahan akses dan dioperasikan akan memberikan kepuasan kepada pengguna website, sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar (*Occupancy*) hotel sebagai produk utama dalam suatu hotel.

Dengan memperhatikan fenomena tersebut selama peneliti melaksanakan *on job training* pada tahun 2021 di The Trans Luxury Hotel, peneliti memandang perlunya dilakukan evaluasi terhadap kualitas *website content* yang sudah ada untuk peningkatan kualitas baik dari aspek *usability*, *functionality* dan *security privacy*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *website usability* pada pengguna di The Trans Luxury Hotel Bandung
2. Bagaimana *website functionality* di The Trans Luxury Hotel Bandung.
3. Bagaimana *website security and privacy* di website The Trans Luxury Hotel Bandung
4. Bagaimana peningkatan desain *website* yang bisa dilakukan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Menjelaskan hasil evaluasi *website usability* di The Trans Luxury Hotel Bandung.
2. Menjelaskan hasil evaluasi *website functionality* di The Trans Luxury Hotel Bandung.
3. Menjelaskan hasil evaluasi *website security and privacy* di The Trans Luxury Hotel Bandung.

4. Merancang peningkatan *usability*, *functionality*, *security* dan *privacy* desain *website*

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu mengenai manajemen pemasaran hotel, khususnya yang berkaitan *hotel website quality* yang diukur berdasarkan *usability*, *functionality* dan *security and privacy*,

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi manajemen The Trans Luxury Hotel Bandung sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam ilmu manajemen dan pemasaran khususnya mengenai *hotel website quality* agar dapat memberikan layanan yang lebih baik kepada tamu sehingga pengguna dapat merasakan pengalaman terbaik saat mengunjungi website di The Trans Luxury Hotel.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini menginduk kepada sistematika penulisan yang tercantum dalam buku Pedoman Akademik terbitan Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut sistematika yang digunakan.

- 1. BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi mengenai penjabaran latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

- 2. BAB II: KAJIAN PUSTAKA**

Berisi teori-teori para ahli yang mendukung penelitian dan kerangka pemikiran.

- 3. BAB III: METODE PENELITIAN**

Penjabaran mengenai metode yang digunakan dan penjelasan seperti: lokasi, jenis dan sumber data, Instrumen penelitian, dan Teknik pengumpulan data.

- 4. BAB IV: TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Penjelasan mengenai hasil penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian.

5. BAB V: SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pada bab ini terdapat uraian mengenai kesimpulan penelitian dan rekomendasi mengenai penelitian yang penulis lakukan.

6. DAFTAR PUSTAKA

Daftar sumber yang mendukung dalam penulisan skripsi.

7. LAMPIRAN