

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Umumnya perusahaan yang bergerak dibidang jasa, *goal* utamanya adalah bagaimana cara memuaskan pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Pada perusahaan jasa, pelayanan prima kepada pelanggan merupakan satu faktor yang perlu diperhatikan dengan baik untuk menjaga kelancaran pembelian pelanggan pada perusahaan itu sendiri. Menurut Reichheld, dkk (dalam Malini 2003:1), pelanggan sangat menentukan hidup perusahaan. Oleh karena itu, pelanggan harus dipelihara dengan cara menciptakan hubungan pelanggan yang baik dalam jangka panjang. Diharapkan dengan adanya pemeliharaan hubungan pelanggan secara optimal, dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang berkelanjutan.

Menurut Kusumawati dan Handayani (2012:3) salah satu cara efektif yang dapat dilakukan pelanggan untuk memelihara hubungan pelanggan adalah dengan memberikan penanganan yang baik atas keluhan yang diberikan pelanggan. Penanganan keluhan pelanggan merupakan strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memperbaiki dan belajar dari kesalahan pelayanan yang bertujuan untuk membuktikan reabilitas perusahaan dimata pelanggan.

Demikian juga halnya yang terjadi dengan Traveloka, sebagai perusahaan jasa online, Traveloka tidak lepas dari kecenderungan yang terjadi dalam dunia e-

*commerce* misalnya adalah tuntutan konsumen yang semakin beragam. Para pelanggan memberikan evaluasi terhadap pelaksanaan pelayanan yang diberikan. Seringkali, dampak dari evaluasi tersebut adalah adanya ketidakpuasan dari pelanggan, dimana harapan yang diinginkan tidak sesuai dengan kenyataan yang diterima. Ketidakpuasan tersebut diwujudkan dengan pengaduan keluhan pelanggan yang disampaikan ke perusahaan, yang perlu untuk ditindaklanjuti dengan serius agar tidak ditinggalkan oleh pelanggannya.

Dari tulisan Bayu (19 Januari 2018), Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat 642 pengaduan umum, persentase tertinggi terdapat pada belanja online sebesar 16% atau 101 keluhan. Data ini mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya, dimana belanja *online* menjadi urutan pertama 2017 yang sebelumnya urutan kedua di tahun 2016.

Berdasarkan data YLKI, konsumen kerap mengeluhkan lambatnya respon komplain (44%), belum diterimanya barang (36%), sistem merugikan (20%), tidak diberikan *refund* (17%), dugaan penipuan (11%), barang yang dibeli tidak sesuai dengan pesanan (9%), dugaan kejahatan siber (8%), cacat produk (6%), pelayanan (2%), harga (1%), dan terlambat penerimaan barang (1%). Dari seluruh keluhan tersebut, 88% keluhan ditujukan kepada toko *online* penyedia aplikasi, termasuk Aplikasi Traveloka.

Dilihat dari testimoni yang ada disitus [www.trustedcompany.com](http://www.trustedcompany.com) (20 Desember 2017) ada beberapa masalah dalam melakukan pembelian e-tiket pesawat di Traveloka, yaitu: (1) *Complaint* yang lama ditanggapi oleh pihak Traveloka terutama perihal server *error*; (2) Lambatnya pemberian kode *voucher*

*E-tiket* dari waktu pembayaran. Contohnya waktu pembayaran pukul 12.00 tetapi kode *voucher E-tiket* diberikan pukul 14.00; (3) Sering terjadi gangguan server. Contohnya sudah transfer uang tetapi tidak ada konfirmasi dari pihak Traveloka karena ada gangguan server sehingga merugikan konsumen karena saldo di bank sudah terpotong.

Selanjutnya, berdasarkan penelitian dari Kusumawati dan Handayani (2012:1) dalam penanganan keluhan, pelanggan tidak hanya menghendaki sekedar penyelesaian, tetapi juga faktor keadilan baik keadilan prosedural, keadilan interaksional, dan keadilan distributif. Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Smith, dkk (dalam Malini 2003:5), bahwa kepuasan atas penanganan keluhan ini terdiri dari 3 dimensi keadilan yang diterima dari perusahaan, yaitu: keadilan procedural, keadilan interaksional dan keadilan distributif.

*Procedural Justice* berhubungan dengan proses dan prosedur dalam pengambilan keputusan. Dilihat dari kolom komentar di akun *facebook* Traveloka pada bulan Desember 2017, terdapat komplain pelanggan yang berhubungan dengan ketidakadilan prosedural dari Traveloka. Salah satunya adalah komplain yang dilakukan oleh Farrazari Basmurd. Ia mendapat notifikasi dari emailnya bahwa terjadi transaksi pembelian tiket pesawat atas namanya padahal dia tidak melakukan transaksi tersebut dan sudah menelpon pihak Traveloka berkali-kali tetapi masih tidak direspon padahal tiket pesawatnya sudah tertagih oleh bank. Ketidakadilan prosedural juga dirasakan oleh Febe Kristiana (25 Desember 2017). Dia komplain karena pengurusan passport yang terlalu ribet dan sudah meminta

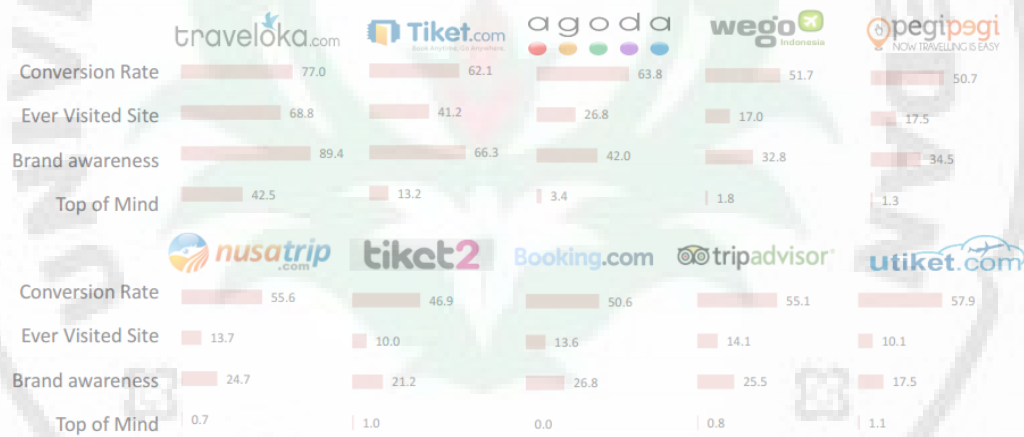
bantu dari pihak Traveloka tetapi jawabannya hanya disuruh menceritakan masalah tetapi tidak memberikan solusi.

*Interactional Justice* berhubungan dengan perlakuan *interpersonal* yang diterima pelanggan selama prosedur pengaduan. Dilihat dari kolom komentar di akun *facebook* Traveloka pada bulan November 2017, terdapat komplain pelanggan yang berhubungan dengan ketidakadilan interaksional dari Traveloka. Seperti yang dialami oleh pemilik akun *facebook* atas nama Dita Anggraini yang protes karena *refund* tiket pesawat yang dia lakukan dibatalkan dan tidak bisa diproses. Dalam komentarnya tersebut, dia mengatakan bahwa tiket yang ia *refund* dikirimnya melalui *Live Chatt*, namun *costumer cervice* tidak *followup chat*nya. Menurutnya, *costumer cervice* Traveloka tidak peduli dan menelantarkannya serta tidak memberikan respon yang cepat hingga tiketnya hangus dan kadaluarsa.

*Distributive Justice* berhubungan dengan hasil keputusan. Terdapat masalah yang berkaitan ketidakadilan distributif di Traveloka, seperti yang terjadi di Makassar, Sulawesi Selatan. Dengan penulis Mahyuddin (<http://makassar.tribunnews.com>) , “Beli Tiket Pesawat *Online* di Traveloka, Ketua Golkar Rugi Rp. 4,8Juta”. Artikel tersebut menjelaskan penyebab kerugian terdapat pada layanan pembayaran atau transfer yang sampai tiga kali gagal, dan sudah menghubungi Traveloka.com *via email*, telepon dan *chatt* tapi tidak ada jawaban yang sesuai keinginan ketua Golkar tersebut. Ia menilai, pembelian tiket secara *online* tidak mendapat jaminan pelayanan yang baik, khususnya untuk persoalan komplain ganti rugi.

Peneliti memilih data pengaduan ini karena keluhan atau komplain dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari data keluhan tersebut menjelaskan kualitas jasa Traveloka yang kurang maksimal sehingga membuat konsumen merasakan kekecewaan. Hal ini juga dibuktikan dengan membandingkan fenomena antara tingkat kunjungan dengan indeks kepuasan pelanggan di Traveloka seperti dibawah ini.

#### Ever Visited and Conversion Rate



**Gambar 1.1**  
Tingkat Kunjungan dan Tingkat Konversi Situs Pemesanan Tiket Pesawat  
Diakses pada tanggal 27 Desember 2017

Sumber : nusareaserch.id

Menurut Nusa reaserch dalam tulisan Nuraini (2017:12) Traveloka menjadi *market leader* bagi situs-situs *online* lainnya khususnya pada penjualan tiket pesawat secara *online*. Traveloka menjadi situs terpopuler dengan tingkat rata-rata konversi sebesar 77,0, tingkat pengunjung sebesar 68,8, *brand awareness* sebesar 24,7, dan *Top of Mind* 42,5. Sedangkan Tiket.com berada pada posisi nomor dua kemudian diikuti oleh pesaing lainnya. Mari kita bandingkan dengan indeks kepuasan pelanggan setelah melakukan pemesanan e-tiket di Traveloka seperti dilihat pada grafik dibawah ini.



**Grafik 1.1**  
**Indeks Kepuasan Pelanggan, E-Commerce Kategori Penawaran Travel.**

Sumber: Majalah CHIP, Edisi Mei 2017

Grafik 1.1 menjelaskan kepuasan pelanggan berdasarkan riset yang dipublikasi di majalah CHIP bahwa kepuasan pelanggan atas pembelian e-tiket masih dipimpin oleh Tiket.com yang menduduki posisi pertama yakni indeks kepuasan 90.95, sedangkan Traveloka.com menduduki posisi kedua dengan nilai 89,69, disusul oleh Pegipegi.com dan Agoda.com. Hal ini menjadi menarik karena hasil riset kepuasan pelanggan ini berbeda dengan peringkat pengunjung *website*, dimana Traveloka.com menduduki posisi pertama dengan pengunjung *website* paling banyak namun indeks kepuasan pelanggannya berada diposisi kedua.

Dengan melihat adanya keluhan pelanggan seperti data dari beberapa keluhan yang terdapat di beberapa situs dan juga dengan melihat fenomena perbandingan antara jumlah pengunjung dengan indeks kepuasan pelanggan yang negatif, maka Traveloka perlu melakukan penanganan keluhan pelanggan agar permasalahan yang ada dapat diselesaikan dengan baik. Menurut Kusumawati dan Handayani (2012:3) penanganan keluhan yang efektif dapat memberikan peluang untuk mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas ataupun bahkan menjadi pelanggan abadi.

Proses penanganan keluhan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh. Kepuasan pelanggan terhadap penanganan keluhan dapat mediator yang menghubungkan persepsi terhadap dimensi keadilan dengan perilaku dan sikap keluhan pelanggan. Disamping itu kepuasan pelanggan juga mempengaruhi penjualan pada perusahaan, karena setiap pelanggan yang merasa puas atas penanganan keluhan yang diberikan maka suatu saat akan kembali untuk melakukan pembelian ulang pada perusahaan yang bersangkutan. Karena, mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan pelanggan, Farida (2012:20).

Adapun pemilihan Traveloka sebagai objek penelitian karena Traveloka adalah situs pencarian dan pemesanan e-tiket yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia dibandingkan dengan para pesaingnya. Untuk itu, segala aktivitas perusahaan harus dapat diarahkan kepada peningkatan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Peneliti memilih melakukan survei pada Organisasi KAMNI-UNIMED karena semua anggotanya berasal dari pulau Nias yang berarti setiap libur semester dan jika ingin pulang ke kampung halaman maka mereka menaiki pesawat untuk sampai kesana. Pada kesempatan ini juga, peneliti memilih sampel yang pernah melakukan keluhan pada Traveloka. Berdasarkan fenomena diatas, penulis mengangkat judul penelitian: ***Pengaruh Procedural Justice, Interactional Justice dan Distributive Justice Terhadap Kepuasan Pemesanan E-Tiket Pesawat Melalui Aplikasi Online Traveloka (Survei Pada Organisasi KAMNI-UNIMED).***

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Traveloka tidak lepas dari masalah yang terjadi dalam dunia *e-commerce* misalnya tuntutan konsumen yang semakin beragam.
2. Seringkali terjadi ketidakpuasan pelanggan karena harapan yang diinginkan tidak sesuai dengan kenyataan yang diterima yang diwujudkan dengan pengaduan keluhan yang disampaikan ke perusahaan.
3. Dari semua pengaduan mengenai bisnis, persentase tertinggi/urutan pertama terdapat pada penyedia jasa *online* yang sebelumnya berada diposisi kedua.
4. Pada belanja *online*, konsumen kerap mengeluhkan lambatnya respon komplain, belum diterimanya barang, sistem merugikan, tidak diberikan *refund*, dugaan penipuan, barang yang dibeli tidak sesuai dengan pesanan, dugaan kejahatan siber, cacat produk, pelayanan, harga, dan terlambat penerimaan barang. Dari seluruh keluhan tersebut, 88% keluhan ditujukan kepada toko *online* penyedia aplikasi, termasuk Aplikasi Traveloka.
5. Pembelian tiket secara *online* tidak mendapat jaminan pelayanan yang baik, khususnya untuk persoalan komplain. Ketika konsumen melakukan pembayaran atau transfer gagal, Traveloka tidak menangani dengan baik.
6. *Complaint* yang lama ditanggapi oleh pihak Traveloka terutama perihal *server error*.



7. Lambatnya pemberian kode *voucher E-tiket* Traveloka dari waktu pembayaran.
8. Sering terjadi gangguan server pada aplikasi Traveloka sehingga ketika melakukan pembayaran dapat merugikan konsumen karena saldo di bank sudah terpotong.
9. Traveloka memiliki kunjungan dan *brand awarness* yang memimpin pasar, tetapi indeks kepuasan pelanggannya berada diposisi kedua (negatif) yang memberi arti bahwa pelayanan yang diberikan oleh Traveloka masih belum maksimal.

### 1.3. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah penanganan keluhan hanya pada dimensi *Procedural Justice*, *Interactional Justice* dan *Distributive Justice*. Penulis mengukur tingkat kepuasan atas penanganan keluhan dengan melakukan survei pada Organisasi KAMNI-UNIMED.

### 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Procedural Justice* berpengaruh terhadap kepuasan pemesanan e-tiket pesawat melalui aplikasi online Traveloka (Survei Pada Organisasi KAMNI-UNIMED)?

2. Apakah *Interactional Justice* berpengaruh terhadap kepuasan pemesanan e-tiket pesawat melalui aplikasi online Traveloka (Survei Pada Organisasi KAMNI-UNIMED)?
3. Apakah *Distributive Justice* berpengaruh terhadap kepuasan pemesanan e-tiket pesawat melalui aplikasi online Traveloka (Survei Pada Organisasi KAMNI-UNIMED)?
4. Apakah *Procedural Justice*, *Interactional Justice* dan *Distributive Justice* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pemesanan e-tiket pesawat melalui aplikasi online Traveloka (Survei Pada Organisasi KAMNI-UNIMED)?

### 1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Procedural Justice* terhadap kepuasan pemesanan e-tiket pesawat melalui aplikasi online Traveloka (Survei Pada Organisasi KAMNI-UNIMED).
2. Untuk mengetahui pengaruh *Interactional Justice* terhadap kepuasan pemesanan e-tiket pesawat melalui aplikasi online Traveloka (Survei Pada Organisasi KAMNI-UNIMED).
3. Untuk mengetahui pengaruh *Distributive Justice* terhadap kepuasan pemesanan e-tiket pesawat melalui aplikasi online Traveloka (Survei Pada Organisasi KAMNI-UNIMED).

4. Untuk mengetahui adakah pengaruh *Procedural Justice*, *Interactional Justice* dan *Distributive Justice* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pemesanan e-tiket pesawat melalui aplikasi online Traveloka (Survei Pada Organisasi KAMNI-UNIMED).

### 1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneiti

Dijadikan sebagai bahan masukan sehingga dapat menerapkan perpaduan yang tepat dan sesuai antara praktek dan keadaan teoritis yang diterima dibangku kuliah.

2. Bagi Universitas Negeri Medan

Untuk memberikan sumbangan teoritis sebagai bahan pustakan dalam bidang ilmu pemasaran yang berkaitan dengan penanganan keluhan pelanggan dalam konteks keadilan prosedural, interaksional dan ditributif terhadap kepuasan pelanggan

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan evaluasi terhadap kebijakan yang selama ini diterapkan dalam perusahaan khususnya dalam peningkatan pelayanan penanganan keluhan konsumennya.

4. Bagi Pihak Lain

Sebagai informasi tentang bagaimana pengaruh *Procedural Justice*, *Interactional Justice* dan *Distributive Justice* terhadap Kepuasan pemesanan e-tiket pesawat melalui aplikasi online Traveloka.