

Terbit : 09 Oktober 2024

# Keberadaan Website Traveloka dan Kepuasan Pengguna di Indonesia

<sup>1</sup>Rachmaniar, <sup>2</sup>Renata Anisa  
<sup>1,2</sup>Fikom, Universitas Padjadjaran  
[rachmaniar@unpad.ac.id](mailto:rachmaniar@unpad.ac.id)

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengkaji keberadaan website Traveloka dalam kaitannya dengan kepuasan pengguna di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi literatur. Objek penelitian ini adalah empat kajian empiris yang memaparkan keberadaan website Traveloka bagi pengguna di Penajam Paser Utara, Medan, dan Bandung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui editing, organizing, dan finding. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) keempat kajian empiris melakukan pengukuran kualitas website mengacu pada tiga indikator, yaitu penggunaan, kualitas informasi, dan interaksi, sementara dalam artikel lain, kualitas website dapat diukur melalui indikator-indikator, seperti kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan, and desain website; 2) kualitas website dapat dikaji menggunakan metode penelitian WebQual dan metode penelitian kuantitatif dimana metode penelitian WebQual digunakan saat mengkaji pengaruh kualitas website dengan kepuasan pengguna, sementara metode penelitian kuantitatif digunakan saat mengkaji pengaruh kepercayaan, harga, dan kualitas website terhadap kepuasan pengguna; dan 3) ada dua kajian empiris yang memberikan hasil penelitian berbeda terkait pengaruh kualitas website dengan kepuasan pengguna dimana penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 pengaruh paling besar ada pada interaksi, sementara penelitian yang dilakukan pada tahun 2022 hal berpengaruh ada pada kualitas informasi.

**Kata Kunci:** Website Traveloka, kepuasan pengguna, Indonesia, studi literatur

## PENDAHULUAN

Dalam sindonews.com disebutkan bahwa sektor pariwisata terus menunjukkan tanda-tanda pemulihan dari pandemi, terbukti dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap perjalanan. Menurut laporan e-Conomy SEA 2022, sektor perjalanan menunjukkan tren pemulihan bertahap dan diperkirakan pulih sepenuhnya pada tahun 2023-2024. Laporan tersebut juga mencatat bahwa perjalanan domestik pulih lebih cepat, dengan pemesanan hotel di Asia Tenggara mencapai hampir 80% dari tingkat sebelum pandemi. Sementara itu, jumlah penumpang domestik di Indonesia dan Malaysia masing-masing mencapai 70% dan 60% dibandingkan tahun 2019 (Susanti, 2022).

Platform perjalanan Traveloka pun mengalami peningkatan hingga lima kali lipat dalam pemesanan perjalanan tujuan internasional dan peningkatan lebih dari 30% dalam pemesanan perjalanan domestik pada Q3 tahun 2022. Secara umum pemesanan penerbangan juga meningkat empat kali lipat dibandingkan periode yang sama pada tahun 2021. Menurut Shirley Lesmana, *Chief Marketing Officer Traveloka*, kebutuhan perjalanan konsumen terus berkembang, dan Traveloka melihat tren konsumen yang mencari pengalaman perjalanan yang lebih personal; sebagai perusahaan teknologi, Traveloka terus menghadirkan beragam produk untuk membantu konsumen memenuhi kebutuhannya; dan untuk menanggapi kebutuhan perjalanan masyarakat yang semakin meningkat, Traveloka meluncurkan slogan baru "*Life, Your Way*" (Susanti, 2022).

Shirley Lesmana mempercayai bahwa langkah ini mencerminkan komitmen perusahaan dalam memberikan solusi komprehensif berdasarkan kebutuhan konsumen. Menurut nya *tagline*

baru tersebut mempertegas kehadiran Traveloka sebagai platform perjalanan berteknologi pertama yang menghadirkan pengalaman konsumen melalui beragam solusi layanan perjalanan. Selain itu *tagline* baru ini mencerminkan misi perusahaan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan perjalanannya (Susanti, 2022).

Shirley menekankan bahwa ada tiga kunci utama dari Traveloka, yaitu solusi produk dan layanan yang komprehensif, jaminan kualitas layanan, fitur-fitur terbaik yang meningkatkan kenyamanan konsumen, dan keterjangkauan konsumen. Traveloka juga menyebutkan ketersediaan harga yang terjangkau (Susanti, 2022). Seperti diketahui bahwa Traveloka saat ini merupakan platform perjalanan terkemuka di Asia Tenggara dimana platform ini menyediakan akses untuk mencari dan membeli berbagai macam kebutuhan perjalanan, atraksi lokal, dan produk jasa keuangan. Portofolio produk Traveloka begitu lengkap mencakup layanan pemesanan transportasi seperti penerbangan, bus, kereta api, penyewaan mobil, dan transfer bandara, serta akses terhadap penawaran akomodasi terlengkap di Asia Tenggara. Traveloka juga menawarkan berbagai atraksi dan aktivitas untuk memuaskan keinginan konsumen Ketika akan bepergian lebih jauh, termasuk klinik kesehatan dan kecantikan. Pada platform Traveloka, setiap perjalanan konsumen menjadi mudah hanya dengan sekali klik (Traveloka, n.d.).

Traveloka mempercayai bahwa kebahagiaan bisa datang dengan cara yang berbeda kepada orang yang berbeda dan pada kesempatan yang berbeda. Oleh karena itu, dengan pengalaman lebih dari 10 tahun, Traveloka menjamin konsumen mendapatkan pilihan yang lengkap untuk merayakan kebahagiaannya sendiri, baik saat bepergian di dalam negeri atau di luar negeri, pengalaman glamping dan menginap di resor bintang lima, spa relaksasi dan petualangan liburan yang mengasyikkan, penerbangan kelas satu yang nyaman, dan perjalanan darat yang mengasyikkan, semuanya ada di ujung jari konsumen dalam satu aplikasi, yaitu Traveloka (Traveloka, n.d.).

Traveloka juga memberikan layanan bagi pengguna selama 24 jam 7 hari dengan berbagai bahasa dan lebih dari 30 metode pembayaran. Traveloka telah diunduh lebih dari 114 juta kali, menjadikannya sebagai platform travel terpopuler di Asia Tenggara (Traveloka, n.d.).

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik mengkaji penelitian-penelitian terdahulu yang membahas mengenai keberadaan *website* traveloka dan pengaruhnya pada kepuasan wisatawan. Untuk menjawab tujuan penelitian tersebut, penulis menggunakan metode penelitian studi literatur.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian studi literatur terdiri dari kumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, dan mengelolah bahan penelitian. Darinal dan Warsiah mengatakan bahwa studi literatur adalah jenis penelitian yang mengumpulkan banyak buku dan majalah yang berkaitan dengan subjek dan tujuan penelitian. Secara umum, masalah diselesaikan melalui penelitian studi literatur. Dalam penelitian kualitatif, studi literatur biasa juga disebut studi pustaka. Peneliti harus memiliki pemahaman yang luas tentang subjek yang akan diteliti saat menggunakan metode penelitian studi literatur. Jika tidak, penelitian tersebut akan gagal (Wiradi, 2022).

Perlu diketahui bahwa setidaknya ada lima tujuan penelitian studi literatur. Tujuan tersebut adalah 1) peneliti mencari informasi yang relevan dengan masalah yang diteliti; 2) peneliti mengkaji beberapa teori dasar yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, dan untuk membuat penjelasan teoritik dan empirik tentang faktor, indikator, variable, dan parameter penelitian yang diwakili dalam masalah yang ingin diselesaikan; 3) peneliti memperdalam pengetahuan mereka tentang masalah dan bidang penelitian; 4) mereka juga melihat penelitian sebelumnya yang terkait dengan topik penelitian; 5) dan untuk menghindari meneliti masalah yang sama, peneliti belajar tentang aspeknya (Wiradi, 2022)

Jenis dan prosedur penelitian studi literatur dipengaruhi oleh beberapa karakteristiknya, yaitu

1. Bentuk Teks  
Dalam penelitian studi literatur, peneliti bekerja dengan teks atau data angka daripada narasumber langsung seperti orang. Teknik membaca teks sangat penting untuk studi literatur.
2. Sifat Siap Pakai  
Studi literatur memiliki sifat siap pakai, yang berarti peneliti tidak akan melakukan apa pun selain berinteraksi langsung dengan bahan yang ada di perpustakaan.
3. Bersumber dari Tangan Kedua  
Data studi literatur biasanya bersifat sekunder, artinya peneliti mendapatkan bahan dari sumber lain daripada data asli dari lapangan dari tangan pertama.
4. Tidak Ada Batasan Ruang dan Waktu  
Saat melakukan penelitian literatur, peneliti berhadapan dengan data yang tetap atau statis. Dengan kata lain, data tidak pernah berubah karena sudah disimpan dalam rekaman tertulis, seperti teks, angka, gambar, rekaman tape, atau film.

(Wiradi, 2022).

Lalu proses untuk pengumpulan penelitian studi literatur mencakup:

1. Editing  
Proses ini memerlukan peneliti untuk memeriksa kembali data yang mereka peroleh terutama dari segi kelengkapan, kejelasan makna, dan keselarasan makna.
2. Organizing  
Proses ini memerlukan peneliti untuk mengorganisir data yang mereka peroleh dengan kerangka yang sudah diperlukan.
3. Finding  
Proses ini mengharuskan peneliti menganalisis hasil pengorganisasian data secara menyeluruh dengan menggunakan prinsip, teori, dan metode yang telah ditentukan. Selama proses ini, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai hasil dari menentukan solusi masalah. (Wiradi, 2022) .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberadaan *website* traveloka tentu menjadi sesuatu yang harus diperhitungkan dalam industri pariwisata. Beberapa penelitian mencoba mengukur pengaruh kualitas *website* ini. Salah satu hal yang diukur adalah keberadaan kualitas *website* dengan kepuasan wisatawan. Beberapa penelitian berupaya menunjukkan hal tersebut dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Penelitian pertama yang akan dikaji adalah penelitian yang dilakukan oleh Maulidah Nur Komala Sari dan Joy Nashar Utamajaya pada tahun 2022. Penelitian ini dilakukan di Penajam Paser Utara dimana yang menjadi sampel penelitiannya adalah pengguna Traveloka yang berada di komunitas Traveloka Telegram. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah WebQual (Sari & Utamajaya, 2022).

WebQual merupakan metode yang digunakan untuk menilai kualitas *website* berdasarkan pandangan terakhir pengguna dimana WebQual ini memiliki berbagai versi.

1. WebQual 1.0 digunakan untuk menelaah kualitas informasi (*information quality*)
2. WebQual 2.0 digunakan untuk menelaah interaksi (*services interaction*)
3. WebQual 3.0 digunakan untuk menelaah interaksi (*services interaction*) dan kualitas informasi (*information quality*)
4. WebQual 4.0 digunakan untuk menelaah interaksi (*services interaction*), kualitas informasi (*information quality*), dan penggunaan (*usability*)

(Wijayanto & Putra, 2023)

Untuk penelitian yang dilakukan Sari dan Utamajaya (2022) ini mencakup tiga variabel, yaitu penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan interaksi (*services*

*interaction*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas *website* Traveloka terhadap kepuasan pengguna pada komunitas Traveloka di Telegram adalah penggunaan (*usability*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna; kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, artinya setiap peningkatan kualitas informasi akan meningkatkan kepuasan pengguna; dan interaksi (*services interaction*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Sari & Utamajaya, 2022)

Dalam penelitian ini diketahui bahwa keberadaan informasi menjadi sesuatu yang penting bagi pengguna Traveloka yang berada di komunitas Traveloka Telegram. Seperti yang disebutkan oleh Raminda dan Ardini (2014) bahwa kualitas informasi yang baik akan mempengaruhi pengguna dalam pengambilan keputusan. Untuk itu Delone dan McLean (2003) menyatakan bahwa untuk menilai kualitas informasi ada lima dimensi yang dapat digunakan, yaitu akurat (*accuracy*), ketepatan waktu (*timeliness*), kelengkapan (*completeness*), relevansi (*relevance*), dan konsistensi (*consistency*) (Kementerian Keuangan RI Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2022). Saat kelima hal ini terpenuhi tentu kualitas informasi yang dihasilkan akan memberikan kepuasan pada pengguna.

Dalam [djp.kemkeu.go.id](http://djp.kemkeu.go.id) disebutkan bahwa akurat (*accuracy*) merujuk pada informasi yang dihasilkan memiliki keakuratan, bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan karena berperan dalam pengambilan keputusan pengguna. Lalu ketepatan waktu (*timeliness*) merujuk pada informasi yang hadir dapat diterima pengguna secara tepat waktu, tidak terlambat, tidak basi, kekinian karena hal ini menjadi landasan dalam pengambilan keputusan. Selanjutnya kelengkapan (*completeness*) merujuk pada informasi yang disampaikan lengkap, mencakup seluruh informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Lalu relevan (*relevance*) merujuk pada informasi yang disampaikan relevan, sesuai dengan kebutuhan pengguna, bermanfaat bagi pengguna. Terakhir adalah konsistensi (*consistency*) merujuk pada format yang memudahkan pengguna dalam memahami informasi yang disampaikan. Semakin baik penyajian informasi maka semakin mudah pengguna memahami informasi (Kementerian Keuangan RI Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2022).

Selanjutnya penelitian kedua yang akan dikaji adalah penelitian yang dilakukan Muhammad Arif dan Sonja Nirwana Hasibuan pada tahun 2020. Penelitian ini dilakukan di kota Medan dengan jenis penelitian asosiatif dan model penelitian kuantitatif. Dalam penelitiannya diketahui bahwa pengukuran kualitas *website* mengacu pada tiga indikator, yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel yang ada dalam kualitas *website* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan pada kepuasan pengguna. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *t*-hitung yang diperoleh. Ini menunjukkan bahwa saat indikator-indikator yang ada dalam kualitas *website* ditingkatkan maka kepuasan pengguna pun akan meningkat (Arif & Hasibuan, 2020).

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan *website* Traveloka mempunyai kualitas yang baik terkait *usability*, *information quality*, dan *service interaction*, dimana menurut Endra dan Hermawan (2017), semakin tinggi kualitas suatu *website* maka semakin banyak pengguna yang akan mengakses *website* tersebut (Arif & Hasibuan, 2020).

Dalam artikel yang disampaikan Ajay Kaushik Noronha dan Potti Srinivas Ra pada tahun 2017 menyebutkan bahwa ada empat hal yang mempengaruhi kualitas *website* dalam kaitannya dengan kepuasan pengguna dimana keempat hal ini sedikit berbeda dengan yang disampaikan penelitian-penelitian sebelumnya. Menurut Noronha dan Ra (2017), kualitas *website* terkait kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kualitas informasi (*information quality*), kualitas sistem (*system quality*), kualitas layanan (*service quality*), and desain *website* (*website design*). Kualitas informasi (*information quality*) mengacu pada keakuratan, relevansi, dan keandalan konten yang disediakan di *website* (Ershadi & Moghadam, 2019; Napitupulu, 2017; Kaushik & Srinivasa, 2017). Kualitas sistem (*system quality*) mengacu pada kinerja teknis dan fungsionalitas *website* (Kaushik

& Srinivasa, 2017). Kualitas layanan (*service quality*) berkaitan dengan responsivitas, keandalan, dan dukungan pengguna yang disediakan oleh *website* (Kaushik & Srinivasa, 2017). Desain *website* (*website design*) mencakup daya tarik visual, tata letak, dan organisasi *website* (Singh, 2022; Kaushik & Srinivasa, 2017).

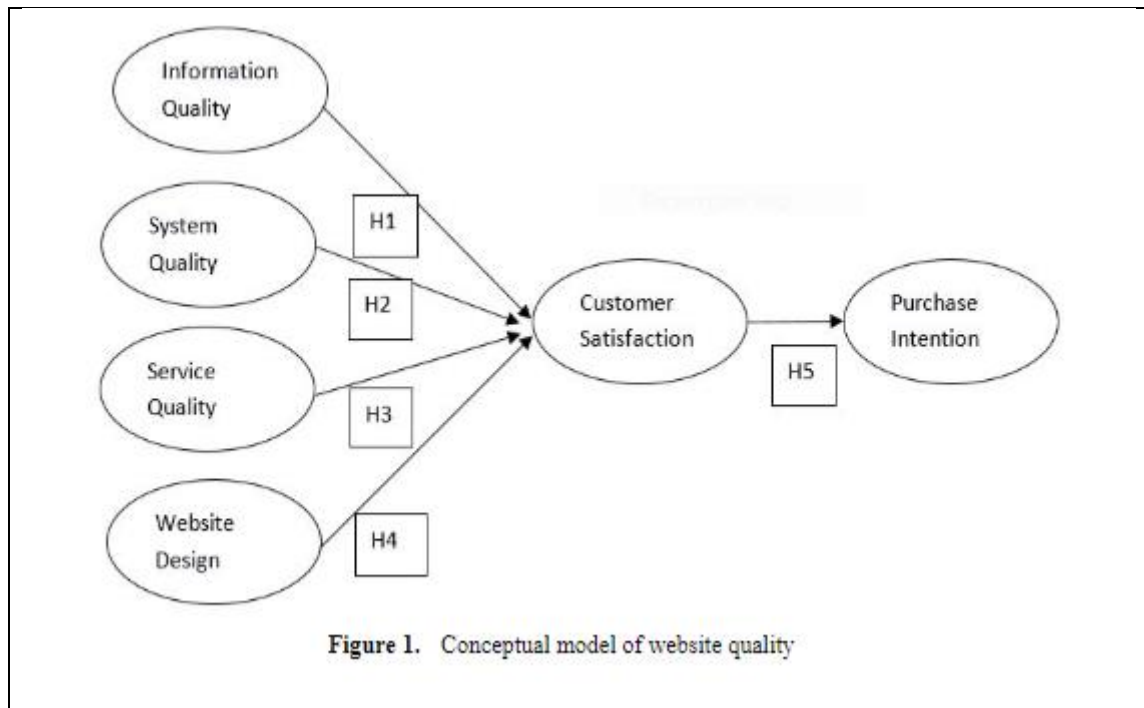


Figure 1. Conceptual model of website quality

Sumber (Noronha & Rao, 2017)

Lalu penelitian ketiga yang akan dikaji adalah penelitian yang dilakukan Kukuh Shahrul Wijayanto dan Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra pada tahun 2023. Dalam penelitian ini diketahui bahwa metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data pada pengguna aplikasi dan *website* Traveloka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas website dengan kepuasan elektronik (Wijayanto & Putra, 2023).

Kepuasan elektronik merujuk kepada kepuasan pengguna berdasarkan pengalaman penggunaan sebelumnya atas situs *online* tertentu. Ini mengacu pada aspek-aspek hubungan pengguna dengan *website*, termasuk di dalamnya kondisi afektif pengguna. Kepuasan elektronik merupakan kumpulan kepuasan yang didapat pengguna dari waktu ke waktu berdasarkan pengalaman dan keterlibatan pengguna atas platform *online* tertentu (Wijayanto & Putra, 2023).

Pengguna yang puas akan menggunakan platform *online* tersebut berulang kali, dan ini ditandai dengan transaksi yang berulang dengan platform tersebut atau merekomendasikan platform ini pada orang lain. Menurut Wijaya (2021), kepuasan elektronik didapat saat produk atau layanan melampaui persepsi yang diharapkan pengguna (Wijayanto & Putra, 2023).

Dalam penelitian Wijayanto dan Putra (2023) diketahui bahwa kepuasan pengguna meningkat seiring dengan kemudahan dalam penggunaan dan akses yang membantu memenuhi kebutuhan pengguna. Kualitas *website* ditandai dengan meningkatnya jumlah pengunjung, dan hal ini merupakan hasil dari informasi *website* yang baik, desain, dan interaksi yang terjadi pada pengguna (Wijayanto & Putra, 2023).

Penelitian keempat yang akan dikaji adalah penelitian yang dilakukan Okki Risyandi dan Dinda Amanda Zuliestiana pada tahun 2017. Penelitian ini dilakukan di kota Bandung dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan pengamatan *cross sectional*. Dalam penelitian ini

diketahui bahwa persepsi pengguna terkait kualitas *website* Traveloka berada pada posisi baik. Begitu pun persepsi pengguna pada kepuasan dari kualitas *website* Traveloka berada posisi tinggi. Lalu secara parsial dan simultan diketahui bahwa kualitas *website* Traveloka memiliki pengaruh positif pada kepuasan pengguna. Pengaruh paling besar ada pada interaksi (*service interaction*), sementara pengaruh paling rendah ada pada kualitas informasi (*information quality*) (Risyandi & Zuliestiana, 2017).

Hasil dari penelitian Risyandi dan Zuliestiana (2017) ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Sari dan Utamajaya (2022) yang mendapatkan bahwa hal yang paling berpengaruh pada kepuasan pengguna adalah kualitas informasi (*information quality*). Hal ini mungkin terjadi karena pengguna di tahun 2022 semakin mengharapkan informasi yang lebih lengkap dan akurat saat melakukan transaksi *online*. Pada tahun 2017, pengguna mungkin lebih fokus pada interaksi yang lancar dan responsif, tetapi seiring bertambahnya pengalaman (2022), mereka menjadi lebih kritis terhadap kualitas informasi yang disediakan.

Perlu diketahui juga bahwa sejak 2017, penggunaan teknologi dan internet berkembang pesat, membuat pengguna (2022) lebih terampil dan cerdas dalam mencari informasi. Oleh karena itu, mereka lebih menuntut informasi yang tepat dan relevan, yang mungkin menjelaskan mengapa kualitas informasi menjadi lebih berpengaruh pada tahun 2022. Hal lain adalah mungkin Traveloka pada tahun 2022 telah meningkatkan kualitas informasinya dengan menyediakan fitur-fitur baru yang membuat informasi lebih mudah diakses dan lebih bermanfaat bagi pengguna. Ini bisa mencakup informasi yang lebih mendalam tentang destinasi, opsi perjalanan, dan ulasan pengguna yang lebih lengkap.

Berdasarkan pemaparan tersebut, sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis historis atau etnografi virtual. Analisis historis dilakukan untuk melihat perkembangan *website* Traveloka di tahun 2017 hingga 2022. Fitur-fitur apa yang bertambah atau berubah, bahkan hilang sehingga dapat diketahui mengapa kualitas informasi menjadi hal yang paling berpengaruh bagi kepuasan pengguna. Selanjutnya etnografi virtual dilakukan guna mengkaji bagaimana kebutuhan informasi dan interaksi di komunitas Traveloka Telegram terjadi. Bentuk-bentuk informasi apa saja yang dicari oleh orang-orang yang tergabung dalam komunitas telegram tersebut. Hasil penelitiannya akan berujung pada kategorisasi informasi yang berguna bagi Traveloka.

## KESIMPULAN

1. Keempat kajian empiris melakukan pengukuran kualitas *website* mengacu pada tiga indikator, yaitu penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan interaksi (*services interaction*). Sementara dalam artikel yang lain, kualitas *website* dapat diukur melalui indikator-indikator lain, seperti kualitas informasi (*information quality*), kualitas sistem (*system quality*), kualitas layanan (*service quality*), and desain *website* (*website design*)
2. Kualitas *website* dapat dikaji menggunakan metode penelitian WebQual dan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian WebQual digunakan saat mengkaji pengaruh kualitas *website* dengan kepuasan pengguna, sementara metode penelitian kuantitatif digunakan saat mengkaji pengaruh kepercayaan, harga, dan kualitas *website* terhadap kepuasan pengguna
3. Ada dua kajian empiris yang memberikan hasil penelitian berbeda terkait pengaruh kualitas *website* dengan kepuasan pengguna. Untuk penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 pengaruh paling besar ada pada interaksi (*service interaction*), sementara penelitian yang dilakukan pada tahun 2022 pengaruh paling tinggi ada pada kualitas informasi (*information quality*)

