

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam bidang transportasi udara yang paling dicari oleh penumpang dalam kegiatan awal mengkonsumsinya ialah kemudahan dalam memperoleh informasi penerbangan dan kemudahan dalam pembelian tiket pesawat (Restuti et al, 2014). Saat ini, maskapai penerbangan baik domestik maupun internasional berlomba-lomba menawarkan layanan perjalanan melalui berbagai program sebagai upaya untuk meningkatkan layanan (Tunjungsi dan Suryajaya, 2012).

Restuti et al (2014) menyatakan bahwa salah satu layanan yang disediakan setiap maskapai penerbangan dalam melayani calon penumpang untuk menggunakan pesawatnya dalam berpergian dengan cepat dan akurat saat ini adalah *E-Ticketing*. Layanan *E-Ticketing* ini merupakan sistem yang memudahkan orang untuk membeli tiket dan berbagai acara semua dari satu situs web. Tiket dapat dibeli dengan uang tunai, cek atau kredit / kartu debit.

Keuntungan yang dirasakan oleh konsumen maskapai penerbangan dari kemudahan sistem *E-Ticketing* ini adalah dalam segi waktu, tenaga, dan biaya. Dengan adanya sistem *E-Ticketing* ini, konsumen tidak perlu lagi bersusah payah mengunjungi langsung biro atau agen penjualan tiket. Konsumen dengan mudahnya memesan tiket di depan komputer, sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya seperti uang transportasi dan juga tidak perlu mengeluarkan waktu dan tenaga. Selain itu, konsumen dapat membandingkan harga tiket dari banyak maskapai penerbangan yang berbeda sehingga konsumen dapat mendapatkan tiket

pesawat dengan harga sesuai keinginan. (www.tiketpesawatdomestik.com , diakses pada 2 Oktober 2016).

Tetapi diantara kemudahan yang diberikan oleh *E-Ticketing* ini, terdapat kekurangan yang dikeluhkan oleh beberapa pengguna *E-Ticketing* pada jasa penerbangan ini. Keluhan-keluhan yang disampaikan terkait penggunaan *E-Ticketing* antara lain : perbedaan jam penerbangan pada saat pemesanan tiket keberangkatan dengan jam keberangkatan yang tertera pada tiket; pembatalan tiket secara sepihak yang dilakukan maskapai penerbangan; perubahan jadwal keberangkatan secara sepihak dari maskapai penerbangan; dan lainnya (sumber : detik.com dan kompas.com, diakses pada 25 September 2016).

Selain dari keluhan-keluhan yang peneliti baca, peneliti pun sering kali mendengar keluhan-keluhan dari orang terdekat mengenai layanan *E-Ticketing* pada maskapai penerbangan. Keluhan-keluhan yang disampaikan para pengguna ini bersentuhan langsung kepada kepuasan pelanggan maskapai penerbangan terhadap layanan yang disediakan. Tetapi, sekali lagi layanan *E-Ticketing* ini bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena layanan yang diberikan maskapai penerbangan tidak hanya layanan *E-Ticketing* melainkan masih banyak layanan yang ditawarkan seperti tiket murah, layanan pesawat yang disediakan masing-masing maskapai penerbangan, dan pelayanan lainnya.

Keputusan perusahaan untuk memperbaiki pelayanan dalam menindaklanjuti keluhan pelanggan merupakan suatu langkah yang paling tepat untuk memperbaiki tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan (Aryani dan Rosinta,

2010). Kepuasan pelanggan dapat memberikan berbagai manfaat diantaranya, hubungan antara perusahaan dengan konsumen secara harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta akan membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan (Hartono, 2014).

Dapat kita simpulkan tujuan utama perusahaan maskapai penerbangan atas dasar kepuasan pelanggan terhadap layanan *E-Ticketing* adalah menerima pendapatan atas penjualan tiket pesawat terbang. Ini sejalan dengan teori yang menyatakan semua perusahaan harus menghasilkan suatu produk atau memberikan jasa dimana terdapat permintaan pemasaran, dari permintaan pasaran ini harus dihasilkan suatu aliran pendapatan yang cukup untuk menutupi biaya (*expense*) dan ongkos (*cost*) perusahaan dan memberikan pemberi modalnya dengan suatu rentabilitas sebagai pengambalian investasinya (*return on their investment*). Dalam proses penciptaan pendapatan ini, sistem informasi akuntansi memainkan peranan penting (Cushing, 1986).

Midjan dan Susanto (1994) menyatakan sistem akuntansi penjualan termasuk sistem akuntansi penting yang harus didesain didalam perusahaan. Ini dikarenakan baik penjualan secara kredit maupun secara tunai merupakan sumber pendapatan perusahaan. Sistem akuntansi penjualan harus dapat menciptakan sistem informasi yang mutakhir mengenal pasar, harga, calon pembeli, cara distribusi, syarat penyerahan dan syarat pembayaran.

Belum ada ditemukan penelitian terdahulu mengenai pengaruh sistem informasi penjualan *E-Ticketing* terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan. Penelitian-penelitian terdahulu yang saya temukan lebih banyak meneliti

mengenai pengaruh kualitas *E-Ticketing* terhadap loyalitas pelanggan, kualitas website terhadap kepuasan pelanggan, faktor-faktor penentu kepuasan dan loyalitas pelanggan, dan sebagainya.

Dengan demikian, berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas peneliti tertarik untuk meneliti dan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Penjualan *E-Ticketing* terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan: Studi Kasus pada PT Air Asia Indonesia”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah yang penulis ajukan sebagai berikut:

1. Apakah Sistem Informasi Penjualan *E-Ticketing* diterapkan di perusahaan jasa penerbangan sudah memadai?
2. Apakah Kualitas Sistem Informasi Penjualan *E-Ticketing* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki 2 tujuan, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Sistem Informasi Penjualan *E-Ticketing* diterapkan di perusahaan jasa penerbangan sudah memadai.
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Sistem Informasi Penjualan *E-Ticketing* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat penelitian:

➤ Bagi manajemen perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada manajemen perusahaan agar lebih meningkatkan kualitas layanan *electronic ticketing* yang ada.

➤ Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada para akademisi mengenai pentingnya kualitas sistem informasi penjualan layanan *electronic ticketing* terhadap kepuasan pelanggan.

➤ Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat bagi pembaca dan juga kepada para peneliti selanjutnya agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik.

