

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan RedDoorz

RedDoorz adalah platform pemesanan hotel secara *online* yang terkemuka di Indonesia yang berasal dari Singapura. Didirikan oleh Amit Saberwal pada tahun 2015. Pada awalnya sebelum menjabat sebagai CEO RedDoorz, Amit Saberwal bekerja di MakeMyTrip.com dan kemudian menyadari bahwa bisnis perhotelan di Asia Tenggara seperti Thailand, Singapura, Bali, Jakarta dan Kuala Lumpur memiliki potensi yang sangat besar. Bersama dengan rekan kerjanya di MakeMyTrip.com, kemudian Amit Saberwal mengemukakan suatu ide untuk mengubah industri perjalanan di Asia Tenggara.

Model bisnis RedDoorz yaitu melakukan kerja sama dengan hotel kecil kemudian mengubahnya ke dalam suatu platform dan memberikan para pegawai dengan sejumlah pelatihan teknologi serta pelajaran dasar layanan pelanggan, bahasa, dan perawatan ruang untuk memastikan tingkat layanan yang seragam di seluruh jaringan. Saat ini RedDoorz telah mengklaim sebagai salah satu *marketplace hotel online* terkuat di Asia Tenggara yang telah memiliki lebih dari 13.600 kamar di 30 kota, 1.500 jaringan hotel di Indonesia dan akan membidik 5 ribu properti di akhir tahun 2020.

1.1.2 Profil Perusahaan OYO

OYO merupakan jaringan layanan perhotelan dan hotel hemat yang berasal dari India. OYO didirikan pada tahun 2013 oleh Ritesh Agarwal di India dan mulai berekspansi ke Indonesia pada tahun 2018. OYO telah berkembang menjadi lebih dari 8.500 hotel di 230 kota di India, Malaysia, Nepal, Cina, dan Indonesia. Pada awalnya, OYO terinspirasi dengan perusahaan Uber yang mendisrupsi bisnis transportasi. Di negara asalnya sendiri, India, OYO berhasil menjadi *budget* akomodasi Taj Hotel yang dikelola oleh raksasa Tata Group dan telah memiliki 125.000 kamar dan pertumbuhan transaksinya mencapai tiga kali lipat setiap tahunnya.

OYO merupakan startup yang mendisrupsi bisnis perhotelan di India yang nilainya mencapai US\$ 7 miliar. Konsep bisnis OYO sama dengan Reddoorz yaitu membantu pemilik *unbranded* hotel dalam mempromosikan dan meningkatkan standar pelayanannya setara dengan jaringan hotel sehingga pada akhirnya okupansi dapat meningkat. Sebelum meresmikan kehadirannya di Indonesia, OYO sudah melakukan berbagai riset kondisi pasar, sosial hingga regulasinya. OYO mulai merintis kiprahnya dengan badan hukum PT OYO Rooms Indonesia. Saat ini OYO telah menggandeng lebih dari 30 pemilik properti dan telah memiliki 1000 kamar yang tersebar di Jawa, Sumatera, Bali, Kalimantan dan Sulawesi.

1.1.3 Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo RedDoorz

Sumber: www.reddoorz.com, 2020



Gambar 1.2 Logo OYO

Sumber: www.oyorooms.com, 2020

1.1.4 Perbandingan Aplikasi Reddoorz dan OYO

Perkembangan aplikasi pada *Virtual Hotel Operator* (VHO) semakin menarik. Selain menampilkan kategori kamar yang akan disewakan, sekarang menampilkan blog yang berisi cerita perjalanan konsumen yang pernah menggunakan layanan VHO

tersebut, pilihan kota yang ditampilkan dengan ikonis dari kota tersebut, tampilan promo dan penawaran yang kreatif untuk menarik pengunjung, serta menampilkan fasilitas dari layanan tersebut dimana layanan aplikasi ini hampir mencakup semua kebutuhan para *traveler* dan tidak perlu memesan kamar langsung ke hotelnya. Semuanya menjadi lebih praktis dengan adanya aplikasi ini. Reddoorz dan OYO pun menyediakan layanan melalui aplikasi, berikut layanan yang terdapat pada aplikasi Reddoorz dan OYO:

a. Layanan yang ditawarkan

Sejauh pengalaman penulis menjelajahi kedua aplikasi ini, OYO lebih banyak menawarkan layanan penginapan, seperti berikut:

1) Layanan perusahaan OYO:

a) OYO Townhouse

Hotel yang dipromosikan untuk segmen menengah dan target pasarnya adalah para wisatawan milenial yang menginginkan akomodasi ekonomi premium.

b) OYO Home

Menawarkan rumah-rumah pribadi di berbagai lokasi dan sepenuhnya dikelola oleh OYO.

c) OYO Vacation Homes

Menyediakan rental rumah terkemuka di Eropa dan aktif di semua segmen industri: dari penyedia layanan lengkap Belvilla dan DanCentre hingga pasar online Traum-Ferienwohnungen yang berbasis di Jerman.

d) SilverKey

Diluncurkan pada bulan April 2018, melayani kebutuhan para pelancong bisnis yang melakukan perjalanan bisnis untuk jangka waktu pendek dan panjang.

e) Palette

Menawarkan *staycation* yang dikuratori dengan sempurna bagi wisatawan yang mencari pengalaman intuitif dengan harga kompetitif dengan kategori resort liburan kelas atas.

f) Collection O

Salah satu kategori hotel *budget* dengan suasana premium dalam jajaran produk OYO dimana pengelolaan dan pengoperasiannya secara

menyeluruh dari OYO. Collection O menyediakan fasilitas yang lengkap setara dengan standar internasional. Collection O masih membawa *core promise* OYO diantaranya WiFi yang cepat dan gratis, air panas, linen bersih, perlengkapan kamar mandi, kamar mandi bersih, AC dan televisi. Yang membedakan Collection O dengan produk OYO lainnya adalah kolam renang, fasilitas olahraga, resoratoran, ruang pertemuan dan area parkir.

g) OYO Life

Ditargetkan untuk kalangan milenial dan profesional muda yang mencari rumah yang dikelola penuh dengan persewaan jangka panjang dan harga yang terjangkau.

2) Layanan perusahaan RedDoorz:

a) RedDoorz Plus

Menawarkan kamar yang lebih eksekutif dibandingkan dengan merek RedDoorz lain, fasilitas kamar yang disediakan seperti kamar yang luas dengan fasilitas tambahan seperti ruang tamu dengan sofa, pelayanan kamar, dan kolam renang dengan harga yang terjangkau.

b) RedDoorz Premium

Tempat penginapan yang menawarkan fasilitas seperti hotel berbintang dengan harga yang terjangkau.

c) Residence by RedDoorz

Menawarkan hunian premium bersama dengan pengunjung lain dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti pelayanan kamar, dapur bersama, ruang tv, permainan *football table*, tempat gym, wifi dan listrik gratis, area parkir, dan fasilitas *laundry*.

d) KoolKost

KoolKost merupakan hunian untuk jangka waktu panjang dan dikelola agar pelanggan dapat menyewa kamar dengan fleksibel. KoolKost merupakan tipe hunian bersama yang dilengkapi dengan layanan bantuan 24 jam, akses WiFi gratis, pembersihan kamar, dan persediaan air minum tanpa batas.

b. Metode Pembayaran

Pembayaran pada aplikasi Reddoorz memberikan fasilitas pembayaran menggunakan kartu kredit, kartu debit, Bank Transfer, Mandiri Click Pay, Pembayaran tunai melauai Alfamart, pembayaran melalui kredivo dan Doku Wallet, RedCash (fitur mata uang yang didapatkan dalam bentuk *loyalty points* dari setiap pemesanan langsung melalui situs RedDoorz), dan *Pay at hotel* (membayar langsung di hotel saat proses *check-in*).

Pembayaran pada aplikasi OYO dapat melalui kartu kredit, kartu debit dan *cash*. OYO juga menawarkan potongan harga sebesar 50% bagi pengunjung yang menggunakan Bank Mega, Bank Mandiri, Permata Bank, Bank BRI, Bank BNI, Panin Bank, dan OCBC NISP.

c. Notifikasi Transaksi

Pada aplikasi RedDoorz setelah melakukan *booking* hotel melalui aplikasi, RedDoorz akan memberikan waktu selama 90 menit untuk melakukan pembayaran. Setelah melakukan transaksi, sistem RedDoorz akan secara otomatis memverifikasi pembayaran. Setelah itu akan muncul notifikasi melalui *e-mail* untuk menginformasikan bahwa *e-voucher* pilihan konsumen telah terbit.

Pada aplikasi OYO setelah melakukan *booking* hotel, pengguna langsung mendapatkan notifikasi mengenai status order melalui *e-mail* dan SMS. Konfirmasi yang memberikan kode *booking* yang diperlukan saat melakukan *check-in*.

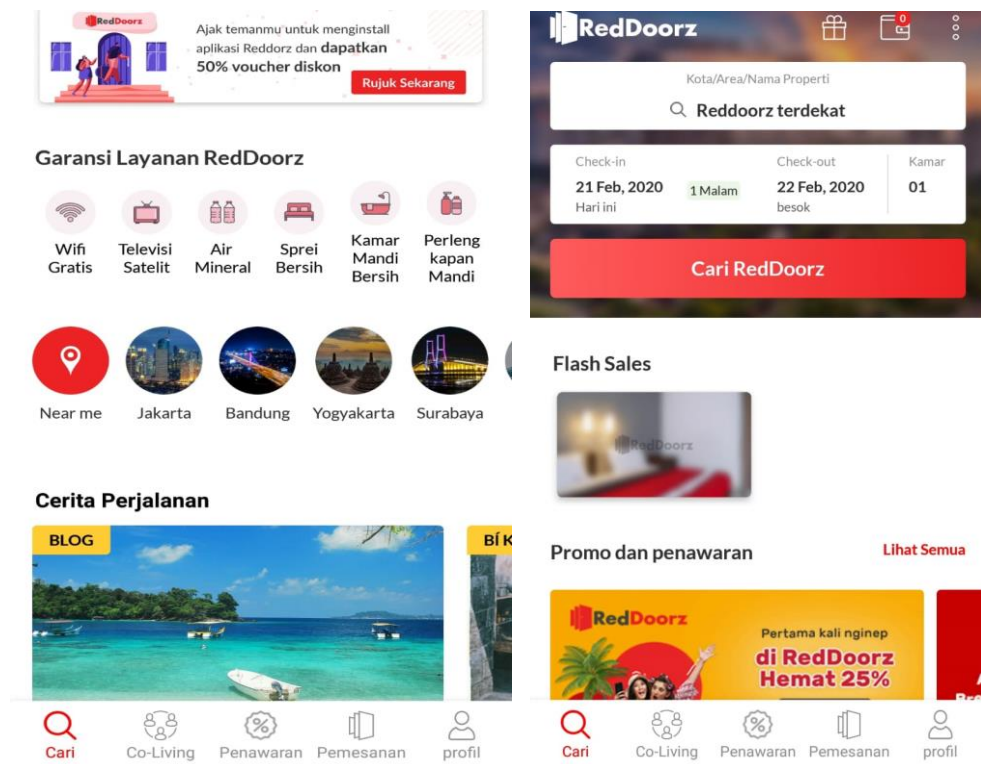
d. Keamanan Transaksi

Kedua aplikasi memberikan jaminan transaksi melalui rekening resmi RedDoorz dan OYO sebagai pihak ketiga penyalur transaksi. Dimana transaksi ini dapat dijadikan apabila pemesanan hotel dibatalkan dan akan dikembalikan 100% ke rekening pemesan.

e. Reputasi

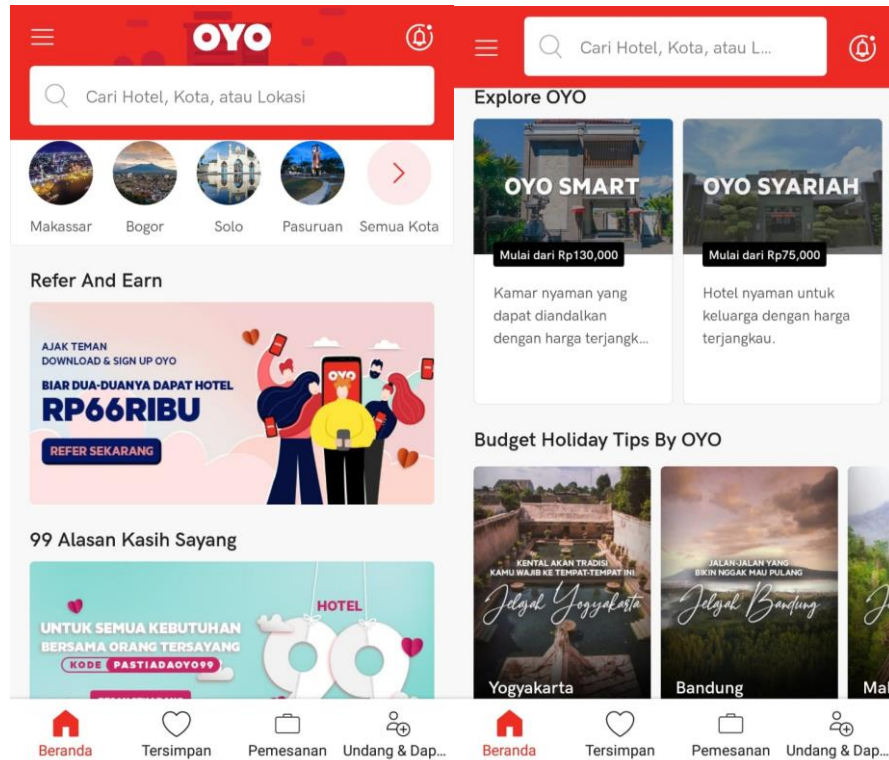
Setiap pengunjung yang telah menggunakan layanan penginapan pada aplikasi RedDoorz dan OYO akan memberikan *rating* pada hotel tempat pengunjung tersebut menginap. Tujuannya agar meningkatkan kepercayaan pada pengunjung selanjutnya dan reputasi hotel yang baik, aman dan terpercaya.

f. Tampilan Aplikasi



Gambar 1.3 Tampilan Aplikasi RedDoorz

Sumber: Aplikasi RedDoorz, 2020



Gambar 1.4 Tampilan Aplikasi OYO

Sumber: Aplikasi OYO, 2020

Aplikasi RedDoorz dan OYO memiliki kesamaan warna merah yang dominan. Aplikasi Reddorz menempatkan pilihan pencarian kamar berdasarkan lokasi pada bagian paling atas dilengkapi dengan menu untuk memilih tanggal untuk *check in* dan *check out* dan jumlah kamar yang hendak dipesan. Pada bagian tengah, aplikasi RedDoorz menempatkan berbagai macam promo harga kamar dan menampilkan berbagai fasilitas yang tersedia pada hotel yang disediakan oleh RedDoorz serta pilihan berbagai kota tempat pengunjung akan menginap dan dilengkapi dengan ikonis dari kota tersebut. Pada bagian bawah RedDoorz menampilkan blog atau cerita perjalanan pengunjung terhadap tempat wisata dan pengalaman selama menginap di RedDoorz.

Pada Aplikasi OYO, pada bagian atas menampilkan tempat pencarian lokasi yang akan dikunjungi dengan pilihan berbagai kota serta ikonis dari kota tersebut. Pada bagian tengah, OYO lebih banyak menampilkan promo kamar dan pada bagian bawah aplikasi OYO menampilkan berbagai jenis kategori hotel dilengkapi dengan

deskripsinya serta menampilkan tips kepada para wisatawan untuk tetap liburan dengan *low budget*.

1.1.5 Alamat Perusahaan

Reddoorz beralamat di UOB Plaza lantai 34, Jalan M.H. Thamrin Kav 8-10, RT 14/ RW 20, Kebon Melati, Tanah Abang, Jakarta Pusat, 10230. Untuk mendapatkan respon cepat dapat menghubungi layanan pelanggan di (021) 80629666 atau mengirimkan email ke cs@reddoorz.com.

OYO Rooms beralamat di Revenue Tower, Level 25 SCBD Jalan Jenderal Sudirman No. 52-53 Senayan Kebayoran Baru, Jakarta. Untuk mendapatkan respon cepat dapat menghubungi layanan pelanggan di 02127899808 atau mengirimkan email ke oyorooms@semua.sale.

1.2 Latar Belakang

Industri pariwisata berkembang dengan sangat pesat di Indonesia. Hal ini dapat terlihat dari performanya yang selalu mengalami peningkatan setiap tahun. Banyaknya turis mancanegara yang memilih Indonesia sebagai tempat tujuan wisata. Dilansir dari Databoks, turis mancanegara yang mengunjungi Indonesia pada tahun 2017 mencapai 14,1 juta orang dan pada periode Januari hingga Juli 2018 mencapai 9,06 juta di mana meningkat sebesar 12,92% dibandingkan periode tahun sebelumnya. Selain itu, survei dari Tim Analisis Picodi pada tahun 2019, menyebutkan bahwa sebanyak 86% masyarakat Indonesia lebih memilih untuk melakukan traveling di dalam negeri. Hal ini memicu pada pendapatan devisa negara dari sektor wisata. Pada tahun 2017, pendapatan devisa negara di sektor wisata mencapai US\$ 13,1 miliar dan meningkat signifikan menjadi US\$ 16,4 miliar pada tahun 2018.

Meningkatnya industri pariwisata di Indonesia juga disebabkan oleh kontribusi industri perhotelan atau layanan tempat penginapan yang semakin berkembang. Keberadaan hotel menjadi salah satu akomodasi yang sangat dibutuhkan oleh wisatawan. Semakin pesatnya perkembangan sektor pariwisata maka perhotelan juga semakin meningkat. Saat ini jumlah hotel berbintang sudah ada sekitar 2.300 hotel dan 290 kamar untuk non berbintang sekitar 16.000 hotel di Indonesia (Hartomo, 2017).

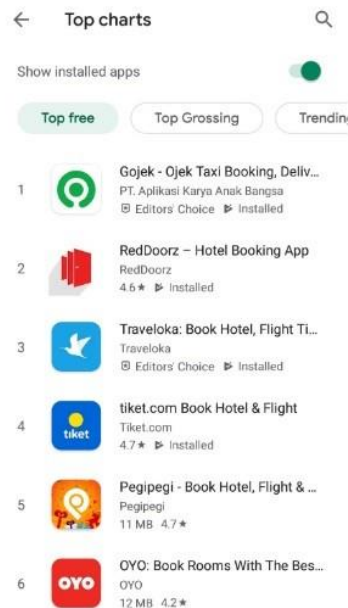
Melihat banyaknya jumlah hotel non berbintang di Indonesia membuat para pelaku bisnis mulai meluncurkan konsep hotel budget atau *Virtual Hotel Operator*.

Fenomena *Virtual Hotel Operator* (VHO) berkembang dengan pesat selama lima tahun terakhir. VHO menjadi tren setelah *Online Travel Agent* (OTA) seperti Traveloka, Tiket.com, Pegi Pegi serta Booking.com. Konsep bisnis dari VHO adalah tidak memiliki bangunan hotel tapi mengajak para pemilik hotel terutama non berbintang atau *unbranded* hotel untuk bekerja sama dalam penyewaan kamar dan membantu mempromosikan hotel tersebut serta meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan standar dari VHO tersebut. Keberadaan VHO ini menjadi solusi bagi hotel-hotel non berbintang yang belum memiliki teknologi seperti aplikasi maupun *website* untuk mempromosikan hotelnya. Selain itu, dengan adanya VHO ini dapat memudahkan para *traveler* dalam memesan tempat penginapan yang *low budget*. Nida Rooms merupakan VHO pertama yang masuk ke Indonesia pada tahun 2015 kemudian VHO asing mulai berekspansi ke Indonesia seperti RedDoorz, OYO dan ZenRooms serta VHO hasil karya anak bangsa seperti Airy Indonesia. Namun beberapa VHO ini mulai menutup bisnisnya seperti Nida Rooms dan Airy Indonesia yang telah menghentikan bisnis hotel *budget*-nya di Indonesia karena terus mengalami penurunan pendapatan. Adapun ZenRooms yang saat ini masih bertahan namun telah kalah bersaing dengan RedDoorz dan OYO sebagai VHO pendatang baru. Menurut Endy Poerwanto (2019), RedDoorz dan OYO saat ini merupakan VHO di Indonesia yang saling bersaing satu sama lain.

Untuk mengetahui popularitas dan pandangan konsumen di Indonesia terhadap *Virtual Hotel Operator*, *Daily Social* bekerja sama dengan JakPat (aplikasi survei online) melakukan survei kepada pengguna *smartphone* di Indonesia untuk mengetahui keterkaitannya terhadap layanan tersebut. Sekurangnya ada 1005 responden yang mengikuti survei tersebut. Tesis diawali dengan mengetahui kecenderungan pengguna ketika hendak menyewa sebuah tempat penginapan, sebanyak 65,77% telah memanfaatkan aplikasi atau layanan web agregasi, 41% mendatangi langsung hotel untuk menyewa, 18,81% melalui telepon dan 17,31% melalui agen travel (*offline*) (Eka, 2017).

Dari berbagai *Virtual Hotel Operator* (VHO) yang disebut diatas, penulis memilih RedDoorz dan OYO untuk dijadikan objek penelitian karena kedua objek

tersebut saat ini saling bersaing ketat satu sama lain di Indonesia. Pada penutupan tahun 2019 lalu, RedDoorz menjadi aplikasi seluler nomor satu bagi wisatawan Indonesia. RedDoorz juga berada pada peringkat pertama baik di Google Play Store maupun Apple App Store sebagai aplikasi pemesanan hotel paling populer di Indonesia.



Gambar 1.5 Top Charts Aplikasi

Sumber: <https://www.inews.id/travel/destinasi/reddoorz-menjadi-aplikasi-seluler-nomor-1-bagi-wisatawan-indonesia, 2019>

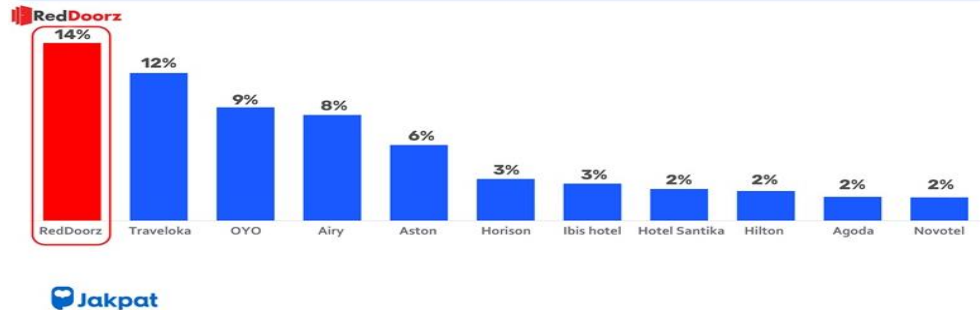
Aplikasi RedDoorz berada di peringkat tiga teratas dalam kategori Travel and Tech sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh di Indonesia dan OYO berada pada peringkat keenam sebagai aplikasi paling populer dan banyak diunduh di Indonesia. RedDoorz dan OYO hadir sebagai VHO dengan memberikan solusi yang efektif terhadap permasalahan melalui jaringan hotel yang *low cost* namun tidak mengurangi kualitas dan fasilitas hotel yang diharapkan oleh pengunjung.

Dalam persaingan suatu bisnis khususnya VHO seperti RedDoorz dan OYO sangat penting apabila konsumen selalu mengingat bisnis yang dimiliki oleh para pelaku VHO tersebut karena hal itu dapat menjaga kesetiaan konsumen dan membuat konsumen tersebut selalu menggunakan layanan jasa VHO tersebut. Dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Top of Mind Awareness

Merek jaringan hotel/merek hotel atau aplikasi yang pertama muncul di benak masyarakat Indonesia

- RedDoorz raih merek hotel dengan top of mind tertinggi, disebutkan oleh 14% masyarakat.



Gambar 1.6 Top of Mind Awareness

Sumber: <https://www.teknogav.com/2020/01/reddoorz-brand-hotel-terpopuler-2019.html>

Hasil survei dari Jakpat, RedDoorz berada pada peringkat pertama sebagai merek yang disebut secara spontan oleh responden dalam segmen travel di Indonesia dengan persentase sebesar 14% dan OYO berada pada peringkat ketiga dengan persentase sebesar 9%. Dapat disimpulkan dari hasil survei diatas, bahwa RedDoorz dan OYO sebagai *Virtual Hotel Operator* (VHO) yang paling populer di Indonesia. Selain itu, RedDoorz dan OYO saling bersaing dalam merebut bisnis hotel di Indonesia. Saat ini, RedDoorz telah memiliki 13.600 kamar yang tersebar di 30 kota di Indonesia dan telah mengelola 30 properti. OYO telah beroperasi di 720 *budget* hotel dengan 20.000 kamar yang tersebar di Jawa, Bali, Sumatera, Sulawesi dan Kalimantan (Petriella, 2019).

Menurut Pressman (2014), *Usability* adalah tingkatan kemampuan antarmuka aplikasi yang dapat digunakan untuk mempermudah hidup pengguna. *Usability* aplikasi dinilai dari seberapa mudah aplikasi tersebut dioperasikan, dipelajari dan berapa banyak pengguna yang puas menggunakan sistem aplikasi tersebut. Tren penggunaan aplikasi pada *smartphone* berkembang dengan sangat cepat karena diiringi dengan banyaknya pengguna *smartphone*. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), perangkat yang lebih sering digunakan masyarakat Indonesia adalah *smartphone* dengan persentase sebesar 93,9%. Di mana pada setiap *smartphone* mengakibatkan kenaikan pada penggunaan aplikasi *mobile* (Rian Alfianto, 2019). Berdasarkan survei dari App Annie “2017 Retrospective: A

Monumental Year for the App Economy”, dikatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan penggunaan aplikasi *mobile* yang paling aktif di dunia. Lama waktu yang digunakan pengguna pada aplikasi *mobile* hampir mencapai 4 jam dalam sehari (Ramadhan, 2018). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan *Usability* Aplikasi sebagai variabel karena saat ini banyak masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi pada *smartphone* dalam melakukan traveling karena prosesnya yang cepat dan dapat dilakukan di mana saja.

Pertumbuhan transaksi pada aplikasi yang semakin meningkat setiap tahunnya, membuat para pelaku bisnis khususnya VHO seperti RedDoorz dan OYO harus memperhatikan kualitas aplikasinya agar dapat memberikan kepuasan pada pengguna. RedDoorz dan OYO saling menciptakan teknologi yang inovatif dalam aplikasinya agar dapat memberikan kenyamanan bagi penggunanya dan menciptakan kesetiaan pengguna atau konsumen tersebut untuk menggunakan layanan aplikasi tersebut kembali. RedDoorz menyederhanakan aplikasinya mulai dari proses pemesanan hingga ke tahap akhir yaitu pembayaran sehingga pengguna dapat melakukan pemesanan melalui aplikasi RedDoorz hanya melalui tiga klik. Pada tahun 2019, RedDoorz meraih penghargaan “*Big Data in Hospitality and Leisure*” dalam ajang *SBR Technology Excellence Awards* sebagai VHO yang memiliki produk dan solusi teknologi informasi yang inovatif dan berhasil memenuhi kebutuhan pelanggan serta proses internal yang terus berubah-ubah (PR Newswire, 2019)

Aplikasi OYO juga menciptakan teknologi dalam aplikasinya dengan menggunakan konsep *Manchise (Management Franchise)*. Konsep *Manchise* membuat para pemilik hotel tidak perlu mengiklankan dan membuat tata kelola hotel karena semuanya akan dikerjakan oleh pihak OYO. Aplikasi OYO yang dipegang oleh pemilik hotel dapat digunakan untuk memantau secara langsung kegiatan operasional dan keuangan di hotel serta pemilik hotel langsung mendapatkan *review* dari pengunjung. Konsep *Manchise* ini juga dapat membuat aplikasi OYO memiliki tingkat komunikasi yang lebih cepat dan tepat. Berdasarkan data yang didapatkan dari OYO, aplikasi dengan konsep *Manchise* dapat mengurangi pertanyaan sebesar 60% yang diajukan oleh tamu (Petriella, 2019).

Penelitian ini menggunakan *Nielsen's Model* yang didalamnya terdapat 5 dimensi yaitu *Learnability*, *Efficiency*, *Memorability*, *Errors*, dan *Satisfaction*. Berikut hasil pra-survei menggunakan *Nielsen's Model* terhadap *Usability* Aplikasi RedDoorz:

Tabel 1.1

Hasil Survei kepada 15 Responden Pengguna Aplikasi RedDoorz

Dimensi	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
<i>Learnability</i>	Aplikasi RedDoorz mudah untuk dipelajari	100%	0%
	Mudah menemukan menu-menu layanan pada aplikasi RedDoorz	93,3%	6,7%
<i>Efficiency</i>	Mudah mendapatkan informasi pada aplikasi RedDoorz	86,7%	13,3%
	Dapat mengakses fitur aplikasi RedDoorz dengan cepat	46,7%	53,3%
<i>Memorability</i>	Nama aplikasi RedDoorz mudah untuk diingat	100%	0%
	Cara penggunaan aplikasi RedDoorz mudah untuk diingat	80%	20%
<i>Errors</i>	Aplikasi RedDoorz tidak pernah mengalami error	40%	60%
	Aplikasi RedDoorz mudah untuk dioperasikan	93,3%	6,7%
<i>Satisfaction</i>	Aplikasi RedDoorz menyediakan layanan yang menyenangkan	100%	0%
	Pengguna senang dengan tampilan aplikasi RedDoorz	100%	0%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 1.1, diketahui bahwa aplikasi RedDoorz belum sepenuhnya memiliki kegunaan yang baik. Berikut masalah yang diperoleh berdasarkan kuesioner yang disebar secara acak kepada 15 responden:

1. Pada dimensi *Learnability*, sebanyak 6,7% responden menyatakan tidak setuju dalam menemukan menu-menu layanan pada aplikasi RedDoorz dengan mudah. Penulis melakukan pencarian keluhan konsumen terkait dengan fenomena tersebut dan terdapat bahwa konsumen yang memesan melalui aplikasi RedDoorz mengalami kesulitan saat ingin memesan layanan kamar lebih dari dua.
2. Pada dimensi *Efficiency*, sebanyak 53,3% responden menyatakan tidak setuju dalam mengakses fitur aplikasi dengan cepat. Penulis mendapatkan keluhan bahwa banyak pengguna aplikasi yang sering mengalami aplikasi lambat dalam memberikan respon seperti *loading* yang lama dalam memilih Bahasa, foto pada aplikasi yang lama muncul, dan pada pengguna baru sering mengalami proses registrasi yang lama.
3. Pada dimensi *Memorability*, sebanyak 20% responden menyatakan tidak setuju mengenai cara penggunaan aplikasi RedDoorz yang mudah untuk diingat.
4. Pada dimensi *Errors*, sebanyak 60% responden menyatakan tidak setuju mengenai aplikasi RedDoorz tidak pernah mengalami error. Penulis melakukan pencarian keluhan konsumen terkait dengan fenomena tersebut dan terdapat bahwa banyak konsumen yang mengalami error atau kegagalan sistem pada aplikasi RedDoorz yaitu setelah konsumen melakukan pemesanan dan pembayaran, sistem aplikasi sering membatalkan pesanan tersebut secara sepihak tanpa diketahui baik dari pihak konsumen maupun pihak hotel. Kemudian setelah konsumen tersebut datang ke hotel, sering mendapati bahwa kamar yang dipesan telah dibatalkan oleh sistem aplikasi RedDoorz sendiri.
5. Pada dimensi *Satisfaction*, semua responden memilih “setuju” sebanyak 100%.

Tabel 1.2

Hasil Survei kepada 15 Responden Pengguna Aplikasi OYO

Dimensi	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
<i>Learnability</i>	Aplikasi OYO mudah untuk dipelajari	93,3%	6,7%
	Mudah menemukan menu-menu layanan pada aplikasi OYO	100%	0%
<i>Efficiency</i>	Mudah mendapatkan informasi pada aplikasi OYO	93,3%	6,7%
	Dapat mengakses fitur aplikasi OYO dengan cepat	33,3%	66,7%
<i>Memorability</i>	Nama aplikasi OYO mudah untuk diingat	100%	0%
	Cara penggunaan aplikasi OYO mudah untuk diingat	86,7%	13,3%
<i>Errors</i>	Aplikasi OYO tidak pernah mengalami error	53,3%	46,7%
	Aplikasi OYO mudah untuk dioperasikan	73,3%	26,7%
<i>Satisfaction</i>	Aplikasi OYO menyediakan layanan yang menyenangkan	86,7%	13,3%
	Pengguna senang dengan tampilan aplikasi OYO	86,7%	13,3%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 1.2, diketahui bahwa aplikasi RedDoorz belum sepenuhnya memiliki kegunaan yang baik. Berikut masalah yang diperoleh berdasarkan kuesioner yang disebar secara acak kepada 15 responden:

1. Pada dimensi *Learnability*, sebanyak 6,7% responden menyatakan tidak setuju mengenai aplikasi OYO mudah untuk dipelajari.

2. Pada dimensi *Efficiency*, sebanyak 66,7% responden menyatakan bahwa dapat mengakses fitur aplikasi OYO dengan cepat. Penulis melakukan pencarian keluhan konsumen terkait fenomena ini dan menemukan keluhan di mana pengguna aplikasi OYO sering mengalami *slow respond* dan saat melakukan proses *booking* selalu menampilkan bahwa internet pengguna tidak berfungsi bahkan hingga pengguna sudah mengganti dengan WiFi, aplikasi OYO masih menampilkan pemberitahuan “*no internet connection*”.
3. Pada dimensi *Memorability*, sebanyak 13,3% responden tidak setuju dengan cara penggunaan aplikasi OYO mudah untuk diingat.
4. Pada dimensi *Errors*, sebanyak 46,7% responden tidak setuju mengenai tidak pernah mengalami error dalam menggunakan aplikasi OYO. Penulis melakukan pencarian konsumen terkait fenomena ini dan menemukan bahwa kesalahan atau error pada aplikasi OYO sama dengan aplikasi RedDoorz yaitu setelah konsumen melakukan pemesanan dan pembayaran, sistem aplikasi OYO sering melakukan pembatalan pemesanan secara sepihak tanpa sepengetahuan konsumen maupun pihak hotel.
5. Pada dimensi *Satisfaction*, sebanyak 13,3% responden tidak setuju mengenai aplikasi OYO menyediakan layanan yang menyenangkan dan pengguna senang dengan tampilan aplikasi.

Evaluasi pengembangan aplikasi sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas dari suatu aplikasi. Melihat *Virtual Hotel Operator* (VHO) semakin banyak dibutuhkan oleh wisatawan di Indonesia membuat para pemain VHO harus dapat bersaing dalam mendapatkan posisi di pasar. Sehingga perusahaan harus mengetahui persepsi dari konsumen mengenai kegunaan layanan aplikasinya sendiri maupun pada kompetitor sehingga dapat menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas aplikasinya.

Peneliti memilih RedDoorz dan OYO sebagai objek penelitian karena kedua VHO ini menjadi pilihan bagi wisatawan Indonesia saat ini dan juga RedDoorz dan OYO merupakan VHO yang saling bersaing satu sama lain di Indonesia saat ini, seperti dalam merebut bisnis hotel, persaingan dalam Top Charts Aplikasi saling mengembangkan teknologi inovasi pada aplikasinya serta menjadi VHO yang diajak oleh pemerintah untuk bekerja sama dalam mengelola apartemen dan jaringan hotel berbasis internet. Dalam penelitian ini, penulis memilih pengguna aplikasi RedDoorz dan OYO di kota Bandung karena kedua bisnis ini mendirikan bisnisnya disana karena menjadi kota dengan kontribusi bisnis properti terbesar nomor dua di Indonesia, Bandung menjadi kota dengan penduduk

terpadat nomor tiga di Indonesia dengan jumlah penduduk mencapai 2.440.717 juta orang serta pengguna internet tertinggi di Indonesia adalah pulau Jawa dengan persentase sebesar 55% dan Jawa Barat berada pada posisi pertama dengan persentase sebesar 16,6%.

Menurut Dian Nurul Qolbi (2017), aspek *usability* merupakan syarat dan kunci keberhasilan untuk menentukan apakah sebuah aplikasi dapat diterima dan digunakan dengan baik. Penelitian yang dilakukan oleh Sintia Dewi Puspitasari (2018) juga memaparkan bahwa *usability* aplikasi merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan agar sebuah aplikasi dapat terus digunakan oleh banyak pengguna.

Peneliti memutuskan untuk melakukan analisis *usability* pada aplikasi RedDoorz dan OYO menggunakan standar *Nielsen's Model*. Nielsen dalam Aceng Abdul Wahid (2019) mendefinisikan bahwa *usability* merupakan suatu tolak ukur sebuah kualitas untuk mengkaji serta mengukur seberapa mudah tampilan (*interface*) digunakan oleh pengguna.

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, penulis akan meneliti lebih dalam mengenai *usability* pada aplikasi RedDoorz dan OYO. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fitur aplikasi apa saja yang sudah baik atau yang masih perlu melakukan perbaikan. Hal tersebut yang menjadikan penulis mengambil judul: **“ANALISIS PERBANDINGAN *USABILITY* APLIKASI PADA REDDOORZ DAN OYO (STUDI KASUS PADA PENGGUNA REDDOORZ DAN OYO DI KOTA BANDUNG)”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Usability* Aplikasi RedDoorz menurut penggunanya di kota Bandung?
2. Bagaimana *Usability* Aplikasi OYO menurut penggunanya di kota Bandung?
3. Seberapa besar perbedaan *Usability* Aplikasi RedDoorz dengan OYO menurut penggunanya di kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Usability* Aplikasi RedDoorz menurut penggunanya di kota Bandung.
2. Untuk mengetahui *Usability* Aplikasi OYO menurut penggunanya di kota Bandung.
3. Untuk mengetahui besarnya perbedaan *Usability* Aplikasi antara RedDoorz dengan OYO menurut penggunanya di kota Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka manfaat penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan bahan masukan dan evaluasi mendalam mengenai *Usability* Aplikasi RedDoorz dan OYO dalam meningkatkan jumlah konsumen yang melakukan pemesanan hotel melalui masing-masing aplikasi. Manfaat yang diharapkan dari penelitian adalah pertama, manfaat teoritis yaitu penelitian ini bermanfaat untuk menganalisa, apakah faktor-faktor yang dijelaskan oleh penelitian terdahulu menjadi kunci dan elemen penting dalam menciptakan suatu aplikasi yang berkualitas. Kedua manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi *e-commerce* di Indonesia terutama yang bergerak pada bidang *Virtual Hotel Operator* dalam menciptakan suatu aplikasi yang berkualitas dengan memperhatikan *Learnability*, *Efficiency*, *Memorability*, *Errors*, dan *Satisfaction* suatu aplikasi.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memberikan bacaan atau referensi tentang analisis komparatif *Usability* Aplikasi antara dua merk yang berbeda.

c. Bagi Penulis

Untuk memperoleh pengetahuan yang luas bagi peneliti. Proses penelitian ini dapat sebagai proses pelatihan peneliti untuk dapat berpikir logis dan sistematis dalam perekonomian secara umum dan *online marketing* pada khususnya. Serta memberikan

pengalaman dalam mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara sistematis, penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat penelitian ini. Isi bab meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas landasan teori yang mendasari penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian, meliputi uraian tentang karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahap penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, validitas dan reliabilitas, secara teknis analisis data dan pengujian hipotesis

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai karakteristik responden (sampel), hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan penelitian dan saran