

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata Indonesia terus mengalami perkembangan yang meningkat, banyak pulau-pulau Indonesia dengan kekayaan alam, budaya, suku bangsa, sejarah dan makanan khas yang ada di Indonesia. Wisata Indonesia menjadi potensi destinasi sebagai daya tarik wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik untuk mencari pengalaman baru yang berkesan dan menyenangkan.



Sumber : Badan Pusat Statistik Kementerian Pariwisata 2017

Gambar 1.1
Kajian Data Pasar Wisatawan Nusantara

Berdasarkan gambar 1.1 menjelaskan bahwa ditahun perjalanan wisatawan 2017 mencapai 270,82 juta dibandingkan perjalanan di tahun 2016 yang mencapai 264,34 juta. Hal ini menyebutkan bahwa perjalanan wisatawan domestik meningkat sekitar

9.8%. Meningkatnya jumlah wisatawan domestik setiap tahunnya diikuti meningkatnya fasilitas sarana dan prasarana yang bisa memudahkan untuk mendorong peningkatan daya beli wisatawan domestik akan sebuah produk wisata. Melihat kondisi tersebut, tidak sedikit situs referensi tiket resmi online sebagai fasilitator perusahaan *online travel agent* yang mulai bermunculan berbagai layanan referensi tiket pesawat, hotel, kereta dan paket wisata.

Era teknologi komunikasi dan informasi yang membuat konsumen ingin memperoleh informasi secara *real time*, yang artinya dimanapun dan kapanpun mahasiswa berada, informasi yang diperoleh dengan mudah asal terhubung dengan jaringan internet. Hal inilah yang membuat para pembisnis berlomba-lomba memadukan antara informasi dan teknologi dengan bisnis yang dijalankannya. Selain informasi yang mudah diakses, internet juga banyak di gunakan sebagai sarana komunikasi dan menjalankan bisnisnya, yang kemudian terkenal dengan *E-commerce* merupakan suatu kumpulan yang dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu yang melalui elektronik. *E-commerce* memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara online ditempat manapun.

Pertumbuhan dan perkembangan teknologi dalam era globalisasi membawanya perubahan dalam kehidupan manusia. Salah satunya hasil dari kemajuan era teknologi informasi seperti televisi, radio, surat kabar termasuk teknologi yang saat ini masih memegang peran penting dalam penyebaran informasi dan akan terus berkembang ditambah dengan adanya internet. Hal ini yang membuat

masyarakat menyadari bahwa teknologi komunikasi dan informasi jaman sekarang dengan menggunakan internet menjadi salah satu hal sangat dibutuhkan.

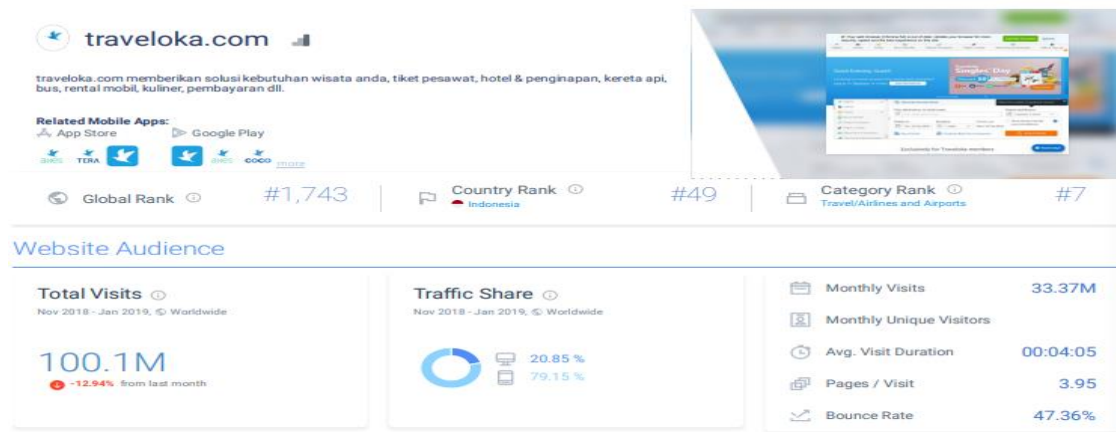


Gambar 1.2
Data Pertumbuhan Pengguna Internet

Menurut gambar 1.2 menjelaskan bahwa ada 130 juta orang Indonesia yang aktif di media sosial. Bila dilihat dari jumlah pengguna internetnya, maka bisa dibayangkan seluruh pengguna internet di Indonesia sudah mengakses medsos. We Are Social mengatakan 132,7 juta pengguna internet, 130 juta diantaranya pengguna aktif di medsos dengan penetrasi 49% pengguna internet di Indonesia sangat lah besar, karena jejaring internet memberi kemudahan dalam mengakses sebuah informasi tidak hanya itu member kemudahan dalam member informasi travel online yang diberikan dalam memberikan fasilitas dalam bertransaksi yang ditawarkan untuk

menarik konsumen seperti pembayaran ,pemilihan travel dan meberikan fasilitas lebih . Kemudahan ini dapat membantu mahasiswa gresik yang sibuk aktivitas untuk menikmati liburan.Kemudahan (Jogianto(2013:115)) penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (*is the extent to which a person believes that using a technology will be free of effort*) Dari definisinya, diketahui bahwa konstruk kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) ini juga merupakan sesuatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan..

Salah satu jenis jasa yang ditawarkan situs online merupakan perjalanan (*traveling*) untuk para konsumen ataupun wisatawan domestik, misalnya : pemesanan hotel, pemesanan tiket pesawat dan lain sebagainya. Kebiasaan kebutuhan yang sering digunakan adalah tiket pesawat yang dapat mempersingkat waktu perjalanan maupun menggunakan akses di darat dan laut. Situs resmi booking tiket secara online memberikan kemudahan bagi para mahasiswa seperti mengakses dan memantau harga tiket dimanapun dan kapanpun tanpa datang langsung ditempat. Pembelian tiket secara online ini juga fleksibel dan efisien, hal ini dapat dilihat dari penggunaanya diuntungkan tenaga dan waktu dalam melakukan pemesanan tiket tidak hanya itu keamanan dengan membeli tiket online dari kehilangan tiket pesawat secara fisik.



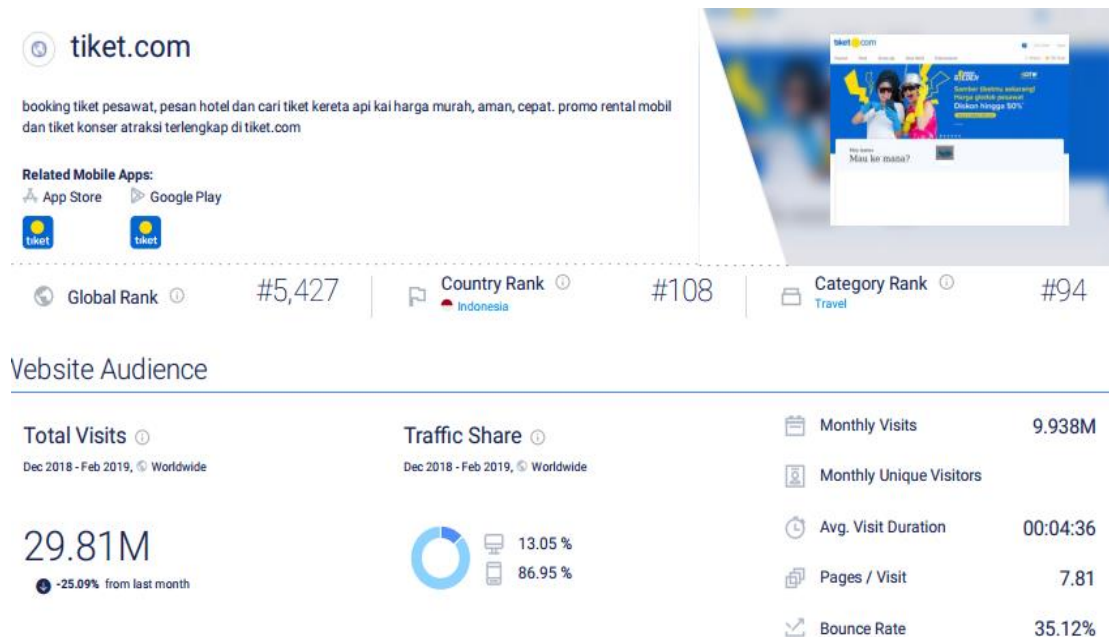
Sumber : *Similar Web Traveloka.com Feb 2019*

Gambar 1.3 Data Kunjungan Traveloka

Menurut gambar 1.3 Data Kunjungan Traveloka menyebutkan bahwa total kunjungan dibulan November 2018 – Januari 2019 ada 100.1 Juta orang yang berkunjung disitus Traveloka.com dan tiap bulannya kunjungan situs traveloka mencapai 33.37 juta tiap bulannya sehingga situs traveloka sering digunakan konsumen untuk melakukan travel atau liburan untuk memesan tiket, pada kolom *traffic share* terlihat bahwa pengunjung lebih banyak menggunakan telepon selular dalam mengunjungi situs Tiket.com sebesar 79.15% dibandingkan dengan menggunakan PC (*Personal Computer*) yaitu sebesar 20.85%. Traveloka.com atau bisa disebut traveloka Indonesia merupakan salah satu situs online *agents travel* yang menyediakan berbagai tiket online. Tidak hanya traveloka yang menjadi bagian dari deretan agen *travel* yang ada di Indonesia yang tiap tahun semakin menjamur salah satu kompetitor paling kuat dari Traveloka adalah Tiket.com yang mempunyai

pengunjung yang cukup besar dan juga dapat menjadi saingan terkuat dari Traveloka,

Berikut adalah data terkait dengan kunjungan situs Tiket.com :

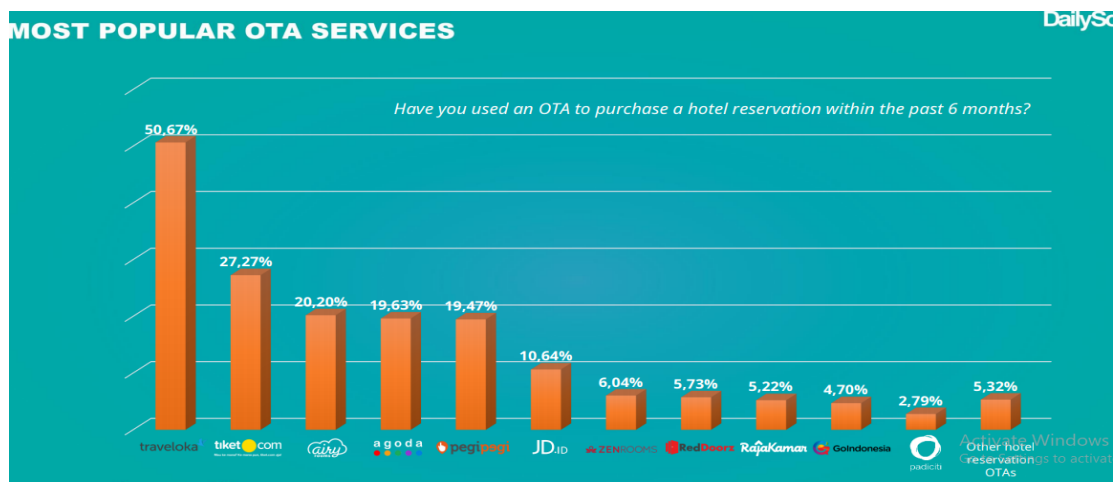


Sumber : *Similar Web Tiket.com* Maret 2019

Gambar 1.4 Data Pengunjung Tiket.com

Gambar 1.4 Data pengunjung Tiket.com menyebutkan bahwa total kunjungan dari bulan Desember 2018 - Februari 2019 mencapai 29.81 juta pengunjung, pada kolom *traffic share* terlihat bahwa pengunjung lebih banyak menggunakan telepon selular dalam mengunjungi situs Tiket.com sebesar 86.95% dibandingkan dengan menggunakan PC (*Personal Computer*) yaitu sebesar 13.05% dan rata-rata yang dihabiskan pengunjung sekitar 5 menit saat mengunjungi situs Tiket.com. Terbukti tingkat kualitas website situs online Traveloka.com dan Tiket.com sebagai sarana penyediaan informasi, promosi dan komunikasi dengan

pelanggan. Menurut Furkonudin (2016:10) menyatakan bahwa kualitas dari suatu website dalam sebuah situs online shop merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan. Klasifikasi ini dapat membantu para pemasar untuk mengenali dan lebih memahami potensi dari alat-alat online shopping yang digunakan. Saat ini pengguna website dijadikan penunjang perusahaan travel online untuk memasarkan ke kosumen dengan menawarkan kemudahan yang diberikan traveloka terhadap kosumen. Perilaku kosumen menginginkan berbelanja yang efektif dan efisien dalam segi waktu.



Sumber :*Online Travel Agencies Survey 2018*

Gambar 1.5
Data Travel Agen E-commerce

Menurut gambar 1.5 menjelaskan bahwa traveloka menjadi agent travel populer di Indonesia untuk melakukan pemesanan tiket pesawat dan hotel secara online. Situs Traveloka memiliki dua platform yaitu berbasis website dan gadget dan terdapat *future refund* dan *re-schedule* yang belum memiliki agent travel lainnya, *refund* adalah fitur yang diberikan kepada situs travel online jika kosumen ingin

membatalkan pemesanan tiket dan uangnya kembali sedangkan *re-schedule* adalah fitur untuk mengganti beberapa detail pemesanan tiket yaitu tanggal keberangkatan dan kepulangan .

Saat ini perusahaan situs travel online berlomba-lomba mendapatkan nilai positif di masyarakat sehingga perusahaan harus mengetahui keinginan,kebutuhan dan kemudahan sehingga mencapai kepuasan konsumen. Citra merek situs online travel yang positif akan membuat konsumen menyukai suatu merek, sedangkan merek mempunyai dampak sebagai memperkuat para merek pesaingnya. Citra merek positif yang diberikan Traveloka sangat penting dalam memilih suatu produk atau jasa yang ditawarkan dikarenakan dengan memiliki citra merek yang dapat memudahkan konsumen mengingat merek tersebut. Citra merek merupakan gambaran mental atau pemikiran tentang sebuah merek yang mengandung asosiasi dan juga perasaan. Asosiasi dan perasaan biasanya muncul dari isi iklan dan komunikasi pemasaran lainnya (Moriarty et al (2015:78)).

Menghadapi persaingan harus mempunyai strategi pemasaran untuk jasanya yaitu menentukan segmentasi pasar, target sasaran dan positioning. *Positioning* menurut Kotler and Keller (2014:375) adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas (dibandingkan para pesaing) di dalam benak pelanggan sarannya. *Positioning* dapat menjadikan sebuah jembatan yang menghubungkan antar perusahaan dengan target pelanggan pasarnya. Sehingga pelanggan sarannya mengerti dan memahami apa arti keberadaan sebuah perusahaan dalam kaitannya dengan keberadaan pesaingnya. Kunci keberhasilan terletak berada

kemampuan perusahaan dalam menciptakan keinginan pelanggan dan persepsi pesaing tersebut.

Situs travel online Traveloka memberikan penerapan diskon harga yang dilakukan ini mempunyai berbagai macam diskon yang diberikan untuk konsumen untuk persaingan sehingga dapat menambah daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian tiket dikarenakan banyaknya pilihan yang tersedia. Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual (Tjiptono (2008:116)).

Pra-Survei Penggunaan Situs Travel Online Mahasiswa di Gresik



Sumber : Data Primer Pra-Survei diolah : 2019

Gambar 1.6
Data Transaksi Situs Travel Online oleh Mahasiswa di Gresik

Peneliti melakukan *pra-survei* yang dilakukan pada mahasiswa di Gresik .berdasarkan *pra-survei* mengambil 30 mahasiswa yang di wakilkkan sebagaian

mahasiswa di gresik. Menyatakan 10 mahasiswa di gresik yang belum pernah melakukan transaksi disitus travel online dan 20 mahasiswa di Gresik pernah melakukan transaksi disitus travel online sebagai liburan perjalanan keluar kota disaat liburan kuliah setelah melakukan sibuknya perkuliahan. Didukung perkembangan jaman dengan adanya situs travel online ini mahasiswa dimudahkan dalam melakukan liburan atau travel, sehingga banyak perusahaan situs travel online yang bersaing dengan perusahaan travel *online* lainnya untuk menjadi daya tarik mahasiswa menggunakan sistem travel *online* tersebut.

Dari pokok diatas,dapat ditarik kesimpulan bahwa perlu adanya penelitian mengenai Website Traveloka.com. Penelitian ini akan disusun dalam skripsi yang berjudul “***Positioning Situs Travel Online Traveloka Berdasarkan Persepsi Mahasiswa di Gresik Menggunakan Metode Multi Dimensional Scalling***”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah diutarakan, maka permasalahan-permasalahan yang diidentifikasi dalam peniliti ini adalah :

Apakah peta posisi situs travel *online* Traveloka.com baik menurut Persepsi Mahasiswa di Gresik?

1.3 Tujuan

Ada tujuan penelitian ini diadakan sebagai berikut :

Untuk menganalisis peta posisi Situs travel *online* Traveloka.com menurut Persepsi Mahasiswa di Gresik?

1.4 Manfaat

1. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat membantu informasi atau referensi untuk penelitian lain yang tertarik melakukan penelitian selanjutnya terutama mengenai keputusan konsumen pembelian disitus *e-commerce* Traveloka.com.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan dapat dijadikan masukan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan perusahaan dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang .