

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Kemajuan perekonomian di berbagai belahan dunia sudah terlihat bertambah pesat. Indonesia merupakan salah satu negara yang terpengaruh oleh keadaan tersebut dan akhir – akhir ini pemerintah telah membuat kebijakan – kebijakan yang bertujuan untuk memberikan kemudahan baik penanam modal, penyederhanaan prosedur ekspor impor, bebas visa untuk beberapa negara, perbaikan sarana dan prasarana di berbagai sektor industri yang akhirnya meningkatkan perekonomian Indonesia.

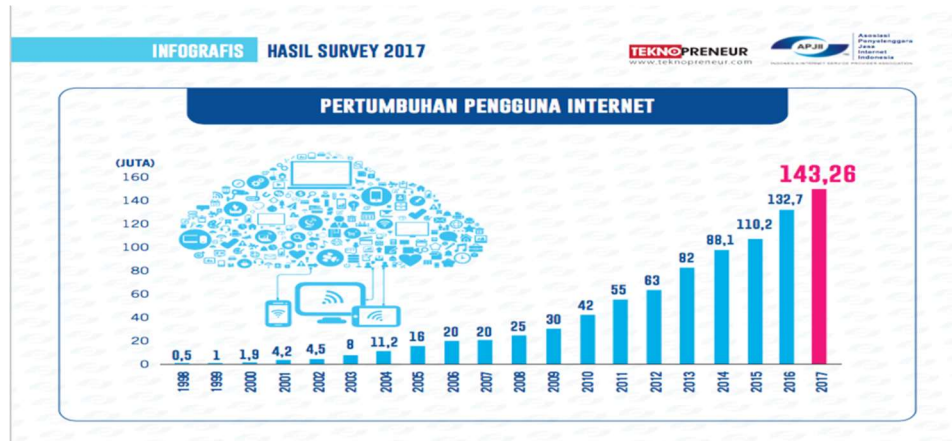
Salah satu sektor yang pertumbuhannya meningkat adalah sektor jasa, khususnya Pariwisata. Bisnis pariwisata di Indonesia sangat potensial mengingat Indonesia secara geografis memiliki banyak keindahan alam, keragaman budaya dan yang lainnya. Semua potensi tersebut menjadi modal dalam industri pariwisata Indonesia yang bisa di ekspose ke mancanegara. Harus diakui bahwa kelemahan industri pariwisata adalah karena industri ini bersifat massif dan massal melibatkan banyak orang jadi harus ada sinegritas dari segenap komponen bangsa. Disamping itu industri ini sangat sensitif terhadap isu keamanan. Isu keamanan yang pernah terjadi diantaranya adalah kerusuhan 1998, bom Bali I dan II, kasus terorisme dan lain sebagainya. Semua isu keamanan tersebut berdampak pada industri pariwisata keseluruhan termasuk

perhotelan. Namun karena pengalaman yang sudah dimiliki, maka saat ini Indonesia bisa menjaga kondisi industri pariwisata tetap stabil.

Belakangan ini perkembangan bisnis pariwisata dan perhotelan di Indonesia khususnya Yogyakarta sedang mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pembangunan hotel – hotel baru di Yogyakarta, dari pinggiran sampai ke pusat kota. Kondisi ini berhubungan dengan status Kota Yogyakarta sebagai kota wisata nomor dua setelah Bali dan bertambahnya objek wisata baru di Provinsi Yogyakarta khususnya objek wisata di Gunung Kidul yang membantu mendongkrak tingkat kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Dan pesatnya perkembangan teknologi menyebabkan persaingan diantara para pelaku usaha pariwisata industri perjalanan khususnya *travel agent* semakin ketat sehingga berdampak pada para pelaku usaha berlomba untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya.

Menurut Laudon (2007:77) sistem dan teknologi digital telah mengubah hubungan perusahaan dengan pelanggan, karyawan, pemasok dan mitra logistik menjadi hubungan digital menggunakan jaringan dan internet. Begitu banyak bisnis kini dimungkinkan atau didasarkan pada jaringan digital hingga muncul istilah perdagangan elektronik (*e-commerce*).

**GAMBAR 1.1**  
**PERTUMBUHAN PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA TAHUN**  
**1998 – 2017**



Sumber : Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia 2017 oleh TEKNOPRENEUR & APJII

Hasil riset kerja sama antara Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dengan TEKNOPRENEUR menunjukkan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia terus meningkat dan di tahun 2017 menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 54,68%. Jamalul Izza selaku ketua umum APJII (2018 – 2021) mengemukakan semakin *massive* aplikasi, perangkat keras (*device*) dan koneksi dalam kaitannya dengan pengguna, hasil riset tahun 2017 secara signifikan menunjukkan pengguna chatting (*messaging*) menduduki peringkat tertinggi yang dimanfaatkan, mengalahkan sosial media (*social media*) di posisi kedua. Posisi ke-3 *browsing/searching*, lihat gambar/foto (ke-4), lihat video (ke-5), diikuti oleh download video dan gambar di posisi ke-6 dan ke-7, pencarian artikel/berita di posisi ke-8. Pencarian berita/artikel dan email saat ini anjlok tak populer. Perubahan perilaku tersebut menunjukkan *digital native* (pengguna yang lahir bersama era teknologi internet) telah mendominasi.

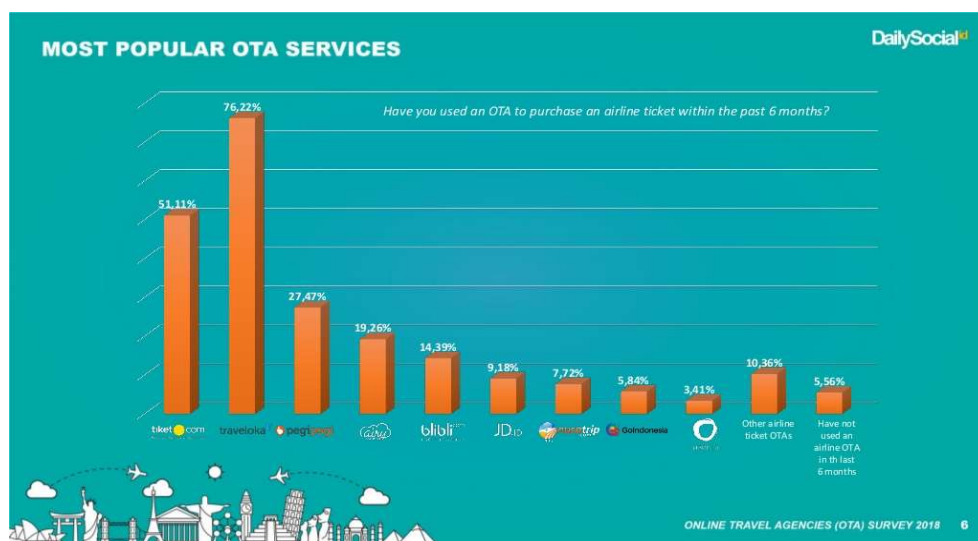
Lohman & Schmucker (2009:32) mengemukakan bahwa internet memiliki pengaruh yang terus tumbuh di berbagai pasar pariwisata, hal ini berkaitan dengan informasi konsumen dan perilaku pemesanan mereka telah berubah secara dramatis sejak layanan dan pemesanan secara *online* telah diperkenalkan. Sehingga pertumbuhan industri perjalanan membutuhkan teknologi informasi untuk mengelola meningkatnya volume dan kualitas pariwisata (Law et al, 2004:100).

Penelitian yang telah dilakukan Christian (2001), Lubektin (1999), Samenfink (1999) sebelumnya dalam Law, et al, (2004:100) menunjukkan bahwa permintaan wisatawan yang modern ditandai dengan pelayanan perjalanan wisata, produk, informasi dan memiliki nilai makna uang (*value for money*) lebih berkualitas tinggi. Shapiro dan Shi (2008:3) mengemukakan bahwa dalam beberapa tahun terakhir, munculnya pasar elektronik *online* mengubah secara dramatis industri perjalanan wisata sehingga hal ini menjadikan salah satu bisnis *online* yang paling maju.

Vilarinho (2014:17) juga mengatakan dengan munculnya teknologi informasi dan komunikasi dalam abad ini, pariwisata juga mulai didorong ke saluran *online*. Pemasok dan perantara sekarang berjuang dalam persaingan sengit untuk menjual jasa mereka melalui *e-commerce*. Clemons, et al. (1999:8) mendefinisikan *online travel agents* (OTA) sebagai poin penyedia kontak melalui *World Wide Web* (*WWW*) untuk memungkinkan pelanggan mencari dan

memilih harga penerbangan serta jadwal yang tepat, yang kemudian dipesan dan diberikan oleh OTA.

**GAMBAR 1.2**  
**MOST POPULAR OTA SERVICES IN INDONESIA 2018**



Sumber : Most Popular OTA Services di Indonesia oleh DailySocial

Data diatas merupakan data pengunjung dan pengguna website yang diukur selama 6 bulan terakhir di tahun 2018 yang mengakses *Online Hotel & Ticket Booking Sites* di Indonesia. Dari data tersebut Traveloka.com menjadi website dengan ranking pertama dengan presentase 76,22%. Sehingga bisa dilihat 5 dari 10 website pilihan yang sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia diantaranya Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan Airy sebagai pilihan OTA di Indonesia. Dikaitkan dengan data-data diatas, maka ada beberapa fenomena yang terjadi mengenai keberadaan OTA tersebut. Keberadaan OTA dalam empat tahun terakhir ini cukup berdampak pada penjualan *travel agent* yakni terjadi penurunan hingga 40%. Namun turunnya penjualan tersebut juga bersamaan

dengan adanya kondisi ekonomi tahun 2015 yang lesu, nilai tukar dolar AS yang naik dan daya beli masyarakat yang turun. Selain itu *occupancy* penerbangan domestik juga cenderung turun, seperti di segmen pemerintahan karena ada kebijakan pembatasan perjalanan dinas dan meeting di hotel. Selama ini selisih harga tiket yang dijual *travel online* yakni sekitar 4% lebih rendah dari yang. Bahkan, keberadaan mereka yang tidak jelas kerap merugikan konsumen yang tidak peka dengan harga murah (sumber: Humas Asosiasi Perusahaan Penjual Tiket Penerbangan/ ASTINDO dalam Bisnis.com).

Berdasarkan hal-hal diatas maka peneliti tertarik meneliti apa yang menjadi pengaruh hal tersebut dan bagaimana hal tersebut berpengaruh kepada aspek-aspek agen perjalanan tradisional atau *travel agent* yang berada di Kota Yogyakarta ini. Frost (2004:10) mendefinisikan *travel agent* merupakan bisnis yang menjual layanan pariwisata dan perjalanan yang disediakan oleh bisnis-bisnis lain. Dalam hal ini, *travel agent* dipandang sebagai agen tiket atau penjual tiket. Istilah *travel agent* disini berarti *travel agent* yang standarisasinya bersifat umum, dimana maksud umum disini adalah *travel agent* yang memiliki kantor atau gedung di kota khususnya di Kota Yogyakarta. Dengan adanya hal-hal tersebut maka peneliti mengangkat penelitian dengan judul “**Analisis Kinerja Travel Agent Sebelum dan Sesudah Adanya Online Travel Agent di Kota Yogyakarta**”.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas bahwa indikator masalah utamanya adalah kemunculan *online travel agent* yang menyebabkan pendapatan *travel agent* menurun, sehingga rumusan masalah penelitian ini adalah:

- a) Apakah ada perbedaan kinerja *travel agent* sebelum dan sesudah adanya *online travel agent* ?

## **C. BATASAN MASALAH**

Atas beberapa pertimbangan yang telah diputuskan maka peneliti perlu melakukan beberapa pembatasan terhadap penelitian yang akan diteliti:

- a) Penelitian ini membandingkan laporan laba rugi *travel agent* tahun 2008 - 2012 dengan laporan laba rugi tahun 2013 - 2017

## **D. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a) Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan pada kinerja *travel agent* saat sebelum dan sesudah adanya *online travel agent* ?

## E. MANFAAT PENELITIAN

Beberapa manfaat penelitian yang peneliti buat, diantaranya sebagai berikut:

- a) Sebagai referensi bagi ASITA untuk mensosialisasikan hasil analisa yang bisa diberikan kepada anggota agar dapat menentukan strategi yang bisa dilakukan di masa yang akan datang.
- b) Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi seluruh *travel agent* khususnya di Kota Yogyakarta agar bisa membaca keadaan perusahaan saat ini.
- c) Sebagai bahan pertimbangan untuk beberapa perusahaan *airlines* agar bisa mengetahui keadaan *travel agent* saat ini, sehingga diharapkan akan terjadi koordinasi yang baik antara *airlines* dengan *travel agent*.
- d) Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk bisa mengetahui keadaan *travel agent* saat ini di Kota Yogyakarta, yang nantinya diharapkan pemerintah bisa berperan sebagai pendukung perusahaan-perusahaan *travel agent* sehubungan dengan sektor industri yang mendukung program pariwisata di Indonesia, khususnya Kota Yogyakarta.