

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN TRAVELOKA

2.1 Sejarah Traveloka

Pada tahun 2012 Fery Unardi, Deniarto Kusuma dan Albert mendirikan sebuah perusahaan bernama PT Trinusa Travelindo (Traveloka). Konsep ini mulai diusung karena salah satu pendiri mengalami kesulitan dalam pemesanan pesawat. Traveloka ini mulai berfungsi sebagai situs mesin pencarian untuk membandingkan harga tiket pesawat dengan berbagai macam lainnya. Di pertengahan tahun 2013, Traveloka berubah menjadi situs pemesanan tiket pesawat. Pemesanan dapat dilakukan pengguna melalui akun resmi. Pada tahun 2012 tepatnya bulan November, perusahaan Traveloka memberi pengumuman dengan adanya investasi tahap awal oleh East Venture. Pada bulan September 2013, Traveloka mendapatkan pendanaan Seri A dari Global Founders Capital, yang dialokasikan untuk memperluas layanannya, termasuk pemesanan hotel dan paket wisata. Saat ini, Traveloka memfasilitasi pemesanan lebih dari 18.000 rute penerbangan dan sejumlah hotel di kawasan Asia Pasifik.

Pada bulan Juli 2014, Traveloka memperluas penawarannya dengan mencakup layanan pemesanan hotel, menampilkan akomodasi di berbagai tujuan di Asia Pasifik seperti Indonesia, Hong Kong, Korea Selatan, Jepang, dan Australia. Situs web ini telah dikunjungi lebih dari 150.000 kali dan terjual puluhan ribu tiket setiap hari. Traveloka telah muncul sebagai platform pemesanan penerbangan terkemuka di Indonesia, menawarkan beragam pilihan harga kepada konsumen, layanan pelanggan 24 jam melalui email, telepon, dan media sosial, serta 47 metode

pembayaran untuk menambah kenyamanan. Hal ini ditegaskan ketika Traveloka menerima penghargaan bergengsi Top Brand Award pada Juli 2015 dengan memenangkan dua kategori: *Online Hotel Reservation and Online Travel Agency*. Perusahaan ini telah menjalin kemitraan dengan lebih dari 100 maskapai penerbangan domestik dan internasional, menawarkan akses lebih dari 200.000 rute di seluruh dunia. Selain itu, perusahaan ini juga menawarkan pilihan inventaris akomodasi langsung terbesar, mulai dari hotel, apartemen, guesthouse, homestay, hingga vila dan resor, dengan lebih dari 40 opsi tersedia bagi pengguna. Pada tahun 2022, Traveloka memperluas penawarannya dengan meluncurkan layanan baru bernama Traveloka Eats di Indonesia. Layanan akomodasi kuliner ini melayani pengguna yang bepergian ke luar wilayah setempat. Traveloka Eats menawarkan serangkaian fitur, termasuk direktori pilihan tempat makan yang lengkap, pilihan kategori, fitur booking tempat makan, dan ulasan restoran.

2.2 Visi Misi Perusahaan Traveloka

Pada dasarnya, setiap perusahaan menetapkan pedoman dan tujuan untuk mencapai tujuan tertentu dan memastikan keselarasan dengan harapannya. Pernyataan visi dan misi merupakan hal yang substansial bagi perusahaan karena memberikan arahan, meningkatkan kontrol, dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk berkembang, bersaing secara efektif, dan menjaga relevansi di pasar.

2.2.1 Visi Traveloka

Adapun Visi dan Misi perusahaan Traveloka, sebagai berikut :

1. Menciptakan traveling lebih mudah, cepat, dan menyenangkan melalui teknologi.
2. Menjadikan *online travel agent* terbaik di Indonesia
3. Berdedikasi untuk meningkatkan dan memajukan industri pariwisata dan transportasi perjalanan di Indonesia

2.2.2 Misi Traveloka

Adapun Misi yang dilakukan oleh Traveloka untuk mencapai visi tersebut adalah

1. Senantiasa menghadirkan produk produk dan layanan terbaik
2. Memberikan kemudahan dan pelayanan bagi setiap pengguna
3. Memajukan dan meningkatkan kinerja SDM dan infrastuktur perusahaan sehingga mampu mengoptimalkan performa.
4. Menjalin dan meningkatkan kolaborasi mitra bisnis baik regional maupun internasional

2.3 Nilai Perusahaan Traveloka

Nilai-nilai Ketentuan Etika dan Prinsip-prinsip Traveloka

1. Standar Perilaku

- a) Menjalankan kegiatan bisnis dengan jujur, berintegritas, dan transparan, serta menghormati hak asasi manusia dan kepentingan pihak lain, termasuk karyawan dan perwakilan dari Traveloka.

2. Mematuhi Undang-undang dan Peraturan yang Berlaku

- a) Semua unit usaha Traveloka, karyawannya, dan mitra bisnisnya harus mematuhi undang-undang dan peraturan di negara tempat mereka beroperasi.

3. Peraturan Tindak Pidana Korupsi dan Penyuapan

- a) Traveloka dengan tegas melarang karyawan dan pihak lain yang bekerja untuk Traveloka melakukan korupsi dan suap kepada siapapun, dimanapun, dan dengan alasan apapun.
- b) Traveloka juga mengharapkan hal yang sama dari Mitra Usaha/pemasoknya, yaitu menjalankan kegiatan usaha dengan menjunjung tinggi integritas. Anda diwajibkan mematuhi peraturan dan ketentuan terkait Tindak Korupsi dan Penyuapan, termasuk UU No. 31/1999 yang telah diubah dengan UU No. 20/2001, UU No. 11/1980, US FCPA, UK Bribery Act, dan peraturan lainnya yang berlaku.
- c) Anda, karyawan Anda, atau siapa pun yang bekerja untuk Anda dilarang untuk (i) memberikan atau menawarkan suap, (ii) memberikan atau menawarkan suap melalui perantara atau pihak lain, (iii) memberikan, menjanjikan, atau menawarkan sesuatu yang bernilai, (iv) menjanjikan kesempatan kerja atau peluang bisnis lainnya kepada seseorang atau pihak lain, termasuk Pejabat/Petugas Pemerintah serta anggota keluarganya, dengan tujuan untuk memperoleh atau mempertahankan bisnis, atau mempengaruhi keputusan yang menguntungkan Anda.

4. Hadiah dan Jamuan

- a) Dalam memberikan atau menerima Hadiah dan Jamuan kepada atau dari karyawan, perwakilan Traveloka, pihak lain seperti pengguna atau pelanggan Traveloka, Pejabat atau Petugas Pemerintah, Mitra Usaha/pemasok harus selalu mempertimbangkan apakah Hadiah dan

Jamuan tersebut dapat secara tidak wajar mempengaruhi keputusan atau kebijakan Traveloka atau hubungan bisnis dengan Traveloka.

- b) Mitra Usaha/pemasok dilarang memberikan atau menerima Hadiah dan Jamuan jika bertujuan untuk mempengaruhi keputusan bisnis secara tidak wajar. Pertimbangan untuk memberikan atau menerima Hadiah dan Jamuan adalah yang:
 - i. Memiliki tujuan bisnis yang jelas;
 - ii. Tidak berlebihan ataupun mewah;
 - iii. Tidak berupa uang ataupun setara dengan uang;
 - iv. Tidak diberikan ataupun diterima dari pemberi / penerima yang sama secara terus menerus; serta
 - v. Sesuai dengan Hukum dan Peraturan, termasuk yang terkait dengan Korupsi dan Penyuapan, serta kebijakan yang berlaku di Traveloka.

5. Persaingan Usaha

- a. Traveloka secara konsisten mencari usaha bisnis yang kompetitif dan menguntungkan yang dilakukan atau berasal dari praktik yang sah dan beretika.
- b. Sebagai mitra bisnis/pemasok, Anda harus selalu mematuhi peraturan dan undang-undang yang berlaku yang mengatur persaingan usaha, termasuk UU No. 5/1999. Mitra usaha/pemasok tidak diperbolehkan untuk:

- Bekerja sama dengan pesaing untuk menetapkan atau menyepakati harga atau syarat-syarat lain dalam penjualan pada saat tender yang dapat mempengaruhi hasil tender; Dan
- Mengkoordinasikan atau mendiskusikan harga, tender, komisi penjualan, produksi, dan informasi sensitif lainnya dengan pesaing.

6. Patuh terhadap Aturan dan Kebijakan Lain

- a. Untuk memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh peraturan yang dipatuhi Traveloka, dan sebagai bagian dari kepatuhan Traveloka terhadap hukum, peraturan, dan kebijakan yang berlaku, mitra bisnis/pemasok Traveloka harus melakukan hal-hal berikut:
 - Menjaga dan tidak mengungkapkan informasi rahasia atau pribadi apa pun milik Traveloka atau pengguna atau pelanggannya, serta mematuhi peraturan dan ketentuan mengenai kewajiban melindungi dan menyimpan data pribadi atau informasi rahasia;
 - Mentaati dan mematuhi peraturan perundang-undangan, serta kebijakan terkait Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme;
 - Memastikan standar keselamatan dan kesehatan kerja diterapkan dan dipatuhi, termasuk kepatuhan terhadap peraturan yang melarang pekerja anak dan diskriminasi terhadap pekerja berdasarkan karakteristik tertentu atau pilihan individu yang tidak bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

7. Pertanyaan dan Jalur Aduan

- a. Traveloka mendorong mitra bisnis/pemasoknya untuk melaporkan dan angkat bicara jika mereka mengalami atau mengetahui adanya tindakan atau peristiwa yang mereka yakini merupakan pelanggaran atau berpotensi melanggar hukum, peraturan, atau ketentuan terkait hubungan bisnisnya dengan Traveloka.
- b. Pertanyaan dan laporan tersebut dapat ditujukan kepada perwakilan Traveloka yang bertanggung jawab mengelola hubungan bisnis dengan Anda atau melalui email ke etika-team@traveloka.com.

2.4 Logo & Tagline Traveloka



Gambar 2.1 Logo Traveloka

Pada dasarnya logo berfungsi sebagai representasi visual dari identitas perusahaan, memungkinkan orang untuk mengenali dan memahaminya secara lebih efektif. Logo membedakan produk atau layanan yang ditawarkan oleh satu perusahaan dari perusahaan lain. Selain itu, logo dapat berfungsi sebagai simbolis. Pengganti nama perusahaan dan bertindak sebagai tanda pembeda di antara para pesaing. Logo Traveloka berfungsi sebagai simbol utama yang mencerminkan semangat dan nilai-nilai yang melekat pada setiap elemen visual. Terinspirasi dari Burung Godwit, logo tersebut mencerminkan ciri-ciri seperti daya tahan dan

semangat petualangan. Meski berukuran kecil, Burung Godwit mampu terbang sejauh 11.000 kilometer tanpa jeda, menunjukkan ketahanan yang luar biasa. Demikian pula, kegemaran burung ini dalam melakukan eksplorasi global mencerminkan aspirasi Traveloka untuk dikenal oleh khalayak yang lebih luas, menumbuhkan rasa penemuan dan petualangan. Traveloka sendiri memiliki *Tagline* “Life, Your Way” guna mempertegas kehadirannya sebagai platform yang menghadirkan pengalaman konsumen dengan mengedepankan teknologi.

2.5 Produk Perusahaan

Traveloka.com, sebuah *Online Travel Agent* yang telah berkembang menjadi platform yang menawarkan beragam layanan dan produk yang dimanfaatkan oleh beragam segmen masyarakat. Hingga saat ini, Traveloka.com tetap teguh pada komitmennya untuk memberikan layanan terbaik sambil terus menerus berusaha untuk berinovasi. Bentuk dari berbagai macam layanan Traveloka.com :

1. Tiket Penerbangan Pesawat

Traveloka adalah platform pemesanan penerbangan dan hotel terkemuka di Asia Tenggara, yang memiliki lebih dari 100.000 rute penerbangan dan 100.000 hotel yang tersedia di seluruh dunia. Berkantor pusat di Indonesia, Traveloka memiliki kantor cabang di negara-negara Asia Tenggara seperti Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Singapura . Jaringan luas ini memungkinkan konsumen mengakses beragam pilihan penerbangan, termasuk tarif terjangkau dan beragam pilihan maskapai penerbangan dari seluruh dunia. Adanya fitur yang

mempermudah konsumen untuk mencari bandara, sampai memilih class dari *economy, premium economy, business, dan first class*.

2. Tiket Reservasi Hotel

Traveloka memberikan penawaran hotel di seluruh dunia, tidak hanya di wilayah Asia Tenggara. Traveloka juga menawarkan hotel murah pada skala besar melalui promosi dan penawaran. Traveloka memberikan penawaran fitur hal hal menarik yang nyaman, istimewa serta bermanfaat bagi konsumen. Dimulai dari bebas biaya pemesanan, konsumen dapat menentukan harga yang diinginkan, dan konsumen juga bisa melihat review serta rating hotel.

3. Tiket Kereta

Traveloka telah mengembangkan sistem khusus untuk berinteraksi langsung dengan PT KAI, sehingga konsumen dapat dengan mudah menghubungkan tiket elektronik dengan stasiun. Hal ini menghilangkan kebutuhan konsumen untuk mencetak tiket fisik, karena mereka hanya memerlukan voucher tiket. Selain itu, Traveloka juga menawarkan kepada konsumen tiket kemudahan pemilihan kereta mulai dari harga, dan kursi yang memungkinkan mereka menyesuaikan jadwal sesuai kebutuhan mereka.

4. Japan Train Pass (JR Pass)

Melalui kolaborasi dengan West Japan Railway Company (JRWest), Traveloka menawarkan cara paling efisien bagi wisatawan Indonesia untuk menjelajahi Jepang. Bagi wisatawan yang ingin mengunjungi beberapa wilayah di Jepang, opsi untuk membeli Japan Train Pass melalui Traveloka terbukti menjadi pilihan yang

tepat. solusi hemat biaya, membantu wisatawan menghemat biaya perjalanan mereka secara signifikan.

5. Paket Bundling Tiket Pesawat dan Hotel

Traveloka selalu ingin memberikan pelayanan terbaik, salah satunya menyediakan paket penerbangan pesawat serta akomodasi. Hal ini memberikan keuntungan kepada konsumen karena lebih cepat, berbagai pilihan paket penerbangan dan penginapan bagi konsumen, metode pembayaran juga dapat dilakukan melalui kartu kredit, cicilan 0% dengan syarat 3 dan 6 bulan, melalui ATM dan sebagainya.

6. Tagihan dan Isi Ulang

Selain layanan transportasi, Traveloka telah berinovasi dengan merambah ke produk lain, seperti menyediakan layanan pembayaran tagihan dan isi ulang yang nyaman dalam bentuk virtual. Layanan ini mencakup pembayaran utilitas seperti PLN, tagihan telepon, BPJS, PDAM , serta pembelian voucher game.

7. Xperience

Traveloka meluncurkan fitur Xperience untuk memenuhi kebutuhan hiburan konsumen dan menawarkan rincian berbagai aktivitas rekreasi, termasuk tiket atraksi, konser musik, pemutaran film, taman hiburan, tempat karaoke, dan kelas olahraga.

8. Eats

Fitur ini membantu konsumen dalam menjelajahi kuliner yang direkomendasikan oleh Traveloka Eats dan food blogger. Dilengkapi juga dengan

foto restoran sehingga konsumen dapat memilih restoran atau tempat makan yang ingin dikunjungi.

9. Car Rental

Traveloka telah memperluas layanannya dengan memasukkan pilihan sewa mobil ke dalam aplikasinya. Layanan Rental Mobil Traveloka memberi pengguna, akses ke ratusan pilihan sewa mobil, memastikan keamanan dan keandalan dengan pengemudi terpercaya. Selain itu, pengguna dapat memilih berbagai paket tambahan, seperti biaya bahan bakar, biaya parkir, biaya tol, dan ketentuan biaya atau akomodasi pengemudi selama perjalanan ke luar kota.

10. International Data Plans

Fitur yang berguna membantu konsumen guna membeli paket data internet di luar negeri tanpa biaya roaming dan sesuai dengan jangka waktu berlibur yang dipilih.

11. Pay Later

Fitur ini menghadirkan kenyamanan finansial melalui opsi pembayaran cicilan yang tidak memerlukan kartu kredit, berlaku untuk semua produk Traveloka. Konsep di balik fitur ini adalah 'beli sekarang, bayar nanti'.

12. Airport Transfer

Traveloka memperluas penawaran layanan di platformnya dengan memperkenalkan layanan transportasi bandara, yang dimungkinkan melalui kolaborasi antara Traveloka dan penyedia layanan transportasi, Blue Bird Group. Layanan ini memungkinkan pengguna mengakses layanan antar-jemput bandara

premium dengan tarif tetap, sehingga menghilangkan kebutuhan menunggu dalam antrian.

13. Buss and Shuttle

Inovasi lain yang ditambahkan pada layanan transportasi Traveloka adalah fitur pemesanan online untuk bus dan layanan perjalanan. Kini tidak perlu lagi mengunjungi terminal bus atau agen perjalanan untuk membeli tiket. Kini konsumen dapat dengan mudah membeli tiket melalui platform Traveloka. Konsumen cukup memilih bus yang diinginkan sesuai dengan tujuannya.

14. Gift Voucher

Fitur ini berupa Gift Voucher, sehingga konsumen dapat mengirimkan voucher kepada orang lain untuk pembelian tiket pesawat dan reservasi hotel melalui Traveloka. Voucher ini dapat digunakan sebagai hadiah istimewa untuk berbagai kesempatan, mulai dari ulang tahun, pernikahan, dan perayaan lainnya. Saat ini, Gift Voucher hanya ditawarkan secara eksklusif dalam rupiah Indonesia dan hanya dapat digunakan untuk satu pembelian.

15. Insurance

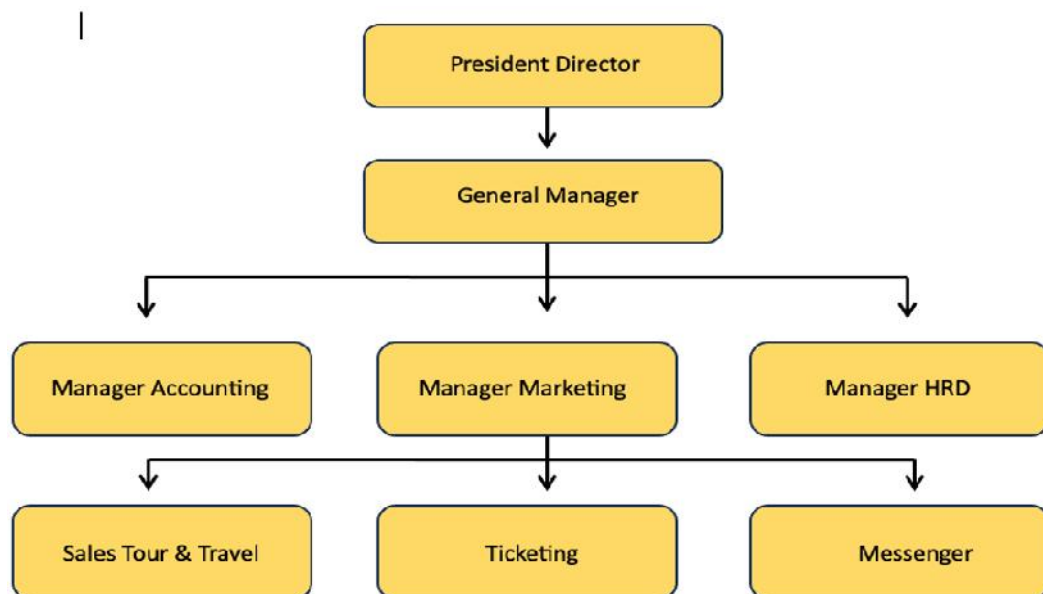
Demi kenyamanan konsumen, Traveloka menyediakan asuransi perjalanan yang dapat dibeli langsung melalui formulir pemesanan. Pengguna memiliki opsi untuk menyertakan asuransi perjalanan pada proses pra-pemesanan sebelum melanjutkan ke layar pembayaran, di mana biaya asuransi akan diintegrasikan ke dalam harga totalnya.

16. Villas and Apartments

Traveloka juga menawarkan layanan sewa vila dan apartemen untuk melayani konsumen yang mencari akomodasi luas di lokasi strategis dengan harga terjangkau. Menyadari permintaan ini, Traveloka memperkenalkan fitur vila dan apartemen, dengan inventaris lebih dari 240.000 properti yang tersedia baik di dalam negeri maupun internasional.

2.6 Struktur Organisasi Traveloka

Struktur organisasi suatu perusahaan memiliki manfaat untuk mengetahui peran, tugas, kewenangan, maupun tanggung jawab di setiap sub unit kerja. Dengan begitu setiap divisi memiliki tanggung jawab atas tugasnya.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Traveloka

Berdasarkan bagan struktur organisasi Traveloka diatas, maka tanggung jawab dan wewenang atas tiap divisi dapat diuraikan sebagai berikut :

- a) President Director

- Memutuskan, menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan
- Memimpin perusahaan dengan membuat kebijakan-kebijakan terkait dengan kepentingan perusahaan
- Mengawasi dan mengendalikan perusahaan

b) General Manager

- Mengawasi serta menjalankan kegiatan perusahaan dengan anggaran yang dimiliki
- Menjadi perantara dan mengkomunikasikan ide strategi

c) Manager Accounting

- Membuat laporan mengenai keuangan
- Membuat alur kas perusahaan

d) Manager Marketing

- Menjalin hubungan ataupun relasi dengan konsumen
- Membimbing dan membina karyawan bagian pemasaran
- Melakukan planning serta analisis pemasaran

e) Manager HRD

- Membantu general manager saat perencanaan dan pengembangan perusahaan
- Melakukan evaluasi dan mengawasi kinerja

f) Sales Tour & Travel

- Menanggapi feedback konsumen
- Memantau pesaing

- Menawarkan serta melakukan promosi produk pada konsumen
- Menjual produk dan jasa parawisata

g) Ticketing

- Menjaga serta memantau stock
- Melakukan segala kegiatan yang berkaitan dengan transaksi penjualan tiket

h) Messenger

- Melakukan kerjasama dengan pihak ticketing
- Memproses data dan pengiriman tiket

2.7 Karakteristik Responden

2.7.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan salah satu variable yang bisa mempengaruhi tingkat kematangan suatu individu dalam berpikir, bertindak dan merespon terhadap sesuatu, sama hal nya respon yang diberikan kepada penelitian ini. Berikut merupakan data responden yang telah diklasifikasikan berdasar pada usia :

Tabel 2.1 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1	20-24	53	53.00
2	25-29	27	27.00
3	30-34	9	9.00
4	35-39	4	4.00
5	40-44	1	1.00
6	45-49	3	3.00
7	50-54	0	0.00
8	55-58	3	3.00
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel 2.1 dapat diketahui bahwasanya mayoritas responden berada pada kisaran usia 20-25 tahun dengan tingkat presentase sebanyak 57%. Kelompok usia tersebut merupakan kelompok usia mahasiswa / pelajar yang telah memasuki usia legal diatas 17 tahun yang melakukan pembelian dan berdomisili di Kota Semarang.

2.7.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk membandingkan jumlah laki-laki dan perempuan yang terlibat dalam menjawab pertanyaan penelitian. Berikut merupakan data yang telah diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1	Laki-laki	37	37.00
2	Perempuan	63	63.00
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel 2.2 dapat diketahui bahwa Sebagian besar dari responden berjenis kelamin perempuan dengan banyaknya sebesar 63 responden. Dan sisanya berjenis kelamin laki-laki sebanyak 37 responden. Dari data diatas dapat diketahui bahwasanya pengguna Traveloka khususnya Kota Semarang didominasi oleh perempuan.

2.7.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adanya pengumpulan data berdasar pekerjaan berguna untuk menggali pemahaman mendalam terkait peran yang terlibat dalam transaksi pembelian. Jenis

pekerjaan sendiri dapat mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan pembelian utamanya jasa yang ditawarkan oleh Traveloka. Berikut merupakan data yang telah diklasifikasikan berdasarkan pekerjaan :

Tabel 2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1	Ibu Rumah Tangga	2	2.00
2	TNI/Polri/PNS	10	10.00
3	Karyawan Swasta	36	36.00
4	Wiraswasta	13	13.00
5	Pelajar/Mahasiswa	36	36.00
6	Lainnya	3	3.00
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel 2.3 diketahui bahwa identitas responden dikategorikan menjadi enam yaitu ibu rumah tangga, TNI/POLRI/PNS, karyawan swasta, wiraswasta, pelajar/mahasiswa, dan lainnya. Dari tabel tersebut ditunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 36 responden atau sebesar 36%. Responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 36 responden atau sebesar 36%. Responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 13 responden atau sebanyak 13%. Responden yang bekerja sebagai TNI/POLRI/PNS sebanyak 10 responden atau sebesar 10%. Kemudian berstatus sebagai ibu rumah tangga sebanyak 2 responden atau sebesar 2%. Kemudian yang terakhir ada pada kategori lainnya sebanyak 3 responden atau sebesar 3%.

2.7.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pengumpulan data responden yang dikategorikan berdasarkan pendapatan bulanan bertujuan untuk memahami tingkat kemampuan individu dalam melakukan transaksi untuk menunjang kebutuhan sehari-hari maupun kegiatan lainnya. Berikut merupakan data responden yang telah diklasifikasikan berdasarkan pendapatan bulanan :

Tabel 2.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

No	Pendapatan (Rp.)	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1	≤1.000.000	9	9.00
2	>1.000.000 – 2.000.000	10	10.00
3	>2.000.000 – 3.000.000	22	22.00
4	>3.000.000 – 4.000.000	27	27.00
5	>4.000.000	32	32.00
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel 2.4 diketahui bahwa klasifikasi responden berdasarkan pendapatan sebanyak 32 responden yang memiliki pendapatan diatas 4 juta sebesar 32%. Responden yang memiliki pendapatan kisaran 3-4 juta sebanyak 27 responden atau sebesar 27%. Responden yang memiliki pendapatan dengan kisaran 2-3 juta sebanyak 22 responden atau sebesar 22%. Responden dengan kisaran pendapatan 1-2 juta sebanyak 10 responden atau sebesar 10%. Kemudian yang terakhir responden dengan pendapatan kurang dari 1 juta sebanyak 9 responden atau sebesar 9%.