

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

2.1 Sejarah Singkat PT. Global Tiket Network

Tiket.com merupakan sebuah platform penyedia layanan OTA milik Perusahaan PT Global Tiket Network yang didirikan pada Agustus 2011 lalu oleh Natali Ardianto, Wenas Agusetiawan, Dimas Surya Yaputra, dan Mikhael Gaery Undarsa. Tiket.com hadir sebagai solusi dari adanya kesulitan Masyarakat ketika ingin berpergian dimana informasi mengenai kebutuhan perjalanan sangat terbatas. Oleh karena itu, mereka mendirikan tiket.com sebagai platform yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan perjalanan secara lengkap, seperti tiket kereta api, tiket pesawat, hotel, dan sebagainya yang mudah diakses secara *real time* dan praktis.

Pada tahun 2012, tiket.com berhasil menjalin kerjasama dengan PT. Kereta Api Indonesia (KAI) yang juga menjadi partner pertama dari PT KAI dalam merealisasikan system layanan tiket online untuk KAI. Dua tahun kemudian pada tahun 2014, tiket.com juga memperluas kolaborasi dengan maskapai nasional Garuda Indonesia untuk penjualan tiket penerbangan secara online. Di tahun yang sama, tiket.com meluncurkan aplikasi mobile yang tersedia di perangkat Android. Hal ini menjadi permulaan dari inovasi yang dilakukan oleh tiket.com yang terus berkembang hingga saat ini.

Pada 12 Juni 2017, tiket.com resmi diakuisisi penuh oleh Blibli.com yang berada di bawah naungan grup Djarum dan pada tahun 2021 menjadi anak Perusahaan terkonsolidasi dari Blibli. Meskipun akuisisi ini tidak membawa perubahan besar dalam jajaran direksi tiket.com, tetapi posisi CEO dipimpin oleh George Hendrata yang berasal dari grup Djarum. Akuisisi ini terjadi dengan tujuan untuk memperluas pangsa pasar di Indonesia dan berupaya untuk berfokus pada kepuasan pelanggan. Dalam Upaya mengembangkan bisnisnya, tiket.com terus menjalin berbagai kemitraan strategis dengan pihak-pihak terkait. Pada tahun 2018, tiket.com berhasil menjadi partner resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, hal ini menunjukkan komitmen dalam mendukung sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Hingga saat ini, tiket.com terus melakukan inovasi dalam memberikan layanan perjalanan yang terbaik dan menjadikannya sebagai salah satu platform OTA terkemuka di Indonesia.

2.2 Visi dan Misi PT. Global Tiket Network

a. Visi

Visi PT. Global Tiket Network adalah menjadi situs *One Stop Travel & Entertainment* terbaik di Indonesia. Visi ini mencerminkan bahwa perusahaan bertujuan untuk menyediakan layanan travel dan hiburan yang lengkap hanya dengan satu platform yaitu tiket.com serta menjadi platform terbaik di Indonesia.

b. Misi

“Misi kami adalah untuk mengakomodasi akses online travel booking terbaik melalui web dan aplikasi mobile”. Perusahaan berusaha dalam

menyediakan akses yang terbaik bagi pelanggan dalam melakukan pemesanan perjalanan dan hiburan yang dapat diakses melalui situs web dan aplikasi mobile di seluruh perangkat.

2.3 Logo PT. Global Tiket Network



Gambar 2. 1 Logo tiket.com

Sumber: *Website tiket.com* (2025)

Lingkaran kuning besar pada logo tiket.com merupakan gambaran dari pengguna tiket.com yang dinamis. Lingkaran kuning tersebut tidak hanya menggambarkan titik (dot) dalam kata tiket.com, tetapi juga melambangkan keceriaan atau “happiness dot”. Karena fokus utama tiket.com adalah perjalanan penggunanya, maka tiket.com meletakkan “happiness dot” ini di tengah, bukan di depan ataupun di belakang. Selain itu, bentuknya yang bulat memiliki arti longlast atau tidak ada selesainya, yang bermakna bahwa pengguna yang melakukan perjalanan itu tidak ada limitnya.

Tiket.com membuat desain baru pada huruf logonya dimana sengaja membuat "t" di awal tanpa kapital, juga huruf "i" yang dibuat tanpa titik di atasnya. Bahasa Inggris 'i' itu artinya 'saya.' Dalam artian fokusnya bukan "i" dalam arti saya,

tetapi pengguna Tiket.com sebagai konsumen. Kemudian 't-nya' dibuat huruf kecil karena Tiket.com selevel dengan customer. Tiket.com tidak lebih hebat dari pada customernya. Sementara itu, warna dominan biru pada nuansa logo dilambangkan sebagai kebebasan. Tiket.com ingin membuat konsumennya lebih bebas dan mudah dalam melakukan berbagai perjalanan dan liburan yang diinginkan melalui fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen Tiket.com.

2.4 Produk dan Layanan Tiket.com

Dikutip dari website resmi tiket.com, tiket.com merupakan salah satu perusahaan travel online terbesar dan terlengkap di Indonesia yang menawarkan tiket pesawat, tiket hotel, tiket kereta, akomodasi, tiket acara, sewa mobil, bus & travel, Ferry, dan To Do.

Tiket.com menyediakan beragam tiket pesawat dengan banyak pilihan maskapai penerbangan. Ada banyak maskapai penerbangan yang bekerjasama dengan tiket.com antara lain: Garuda Indonesia, Citilink, Lion Air, Nam Air, Sriwijaya Air, Pelita Air, Batik Air, Wings Air, Transnusa, Super Air Jet, Airasia, Trigana Air, Scoot, Qantas Air, Jetstar, Philippine Airlines, Japan Airlines, Emirates, Singapore Airlines, Qatar Air, Malaysia Airlines, dan sebagainya. Selain itu, tiket.com juga menyediakan tiket penerbangan dengan tujuan domestik dan internasional.

Konsumen yang ingin booking hotel di berbagai kota di Indonesia maupun luar negeri juga dapat dilakukan dari tiket.com. tiket.com telah bekerjasama lebih dari 100.000 hotel dengan penawaran harga yang menarik. Tiket.com bisa

menampilkan hotel yang tersedia berdasarkan harga, lokasi, popularitas, dan juga nilai review. Tiket.com menyediakan keterangan berupa foto hotel, harga per-malam, nomor telepon, dan info terkait hotel.

Tiket.com menyediakan tiket kereta api dengan berbagai rute dan tujuan di Indonesia. Dengan melakukan pemesanan di tiket.com, konsumen tidak perlu antri langsung di stasiun untuk membeli tiket kereta api, dan secara online dengan langkah mudah, bebas pilih kursi, serta tersedia dengan berbagai metode pembayaran. Tiket.com bekerja sama dengan PT Kereta Api Indonesia (KAI), sehingga pada saat memesan, pengguna bisa memilih kursi kereta api kelas Ekonomi, Bisnis, dan Eksekutif ke berbagai tujuan di Indonesia.

Selain itu, tiket.com juga menyediakan sewa mobil sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tiket.com bekerja sama dengan rental mobil yang terpercaya di kota-kota besar, agar perjalanan konsumen menjadi sederhana. Harga yang ditawarkan sudah termasuk supir (jika disertakan), bensin (jika disertakan), asuransi, layanan pengiriman & penjemputan (bandara dan hotel), pajak & biaya, jarak tempuh tak terbatas, serta customer service yang tersedia 24 jam.

Selain tiket akomodasi transportasi dan hotel, tiket.com juga menyediakan tiket konser, atraksi, tempat wisata, seminar dan lainnya. Tiket.com menjalin kerja sama dengan berbagai partner dalam event dan atraksi. Dengan melakukan pemesanan di tiket.com, calon pembeli tidak perlu antri dalam membeli tiket atau berlibur dengan keluarga di tempat wisata. Tiket.com menyediakan informasi yang lengkap terkait acara dan venue untuk memudahkan penggunaanya.

Pengguna tiket.com yang melakukan pembelian tiket di tiket.com, tiket yang dipesan akan langsung dikirimkan melalui e-mail dan SMS. Dengan demikian, konsumen bisa mengetahui bahwa tiket yang dipesan sudah berhasil dan dapat melihat informasi tiket melalui e-ticket yang telah dikirimkan.

2.5 Lokasi dan Informasi PT Global Tiket Network

PT Global Tiket Network merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang travel yang berdiri sejak Agustus 2011 lalu oleh Natali Ardianto, Wenas Agusetiawan, Dimas Surya Yaputra, dan Mikhael Gaery Undarsa. PT Global Tiket Network berlokasi di Gedung Wisma Barito Pacific II LT 8 Jl. Let. Jend. S. Parman Kav 60 RT. 014 RW. 005, Slipi, Palmerah, DKI Jakarta. Berikut terdapat informasi tiket.com yang dapat dilihat melalui media sosial:

Website	: tiket.com
Instagram	: @tiket.com
Twitter	: Tiket.com
Facebook	: @tiket
Tiktok	: @tiketcom

2.6 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan informasi dasar atau pribadi yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan data responden dalam suatu penelitian. Pengumpulan karakteristik responden digunakan untuk memahami profil setiap individu yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan domisili, jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta jumlah penghasilan. Responden dalam penelitian ini merupakan

pengguna aplikasi Tiket.com yang melakukan pembelian tiket kereta api di Kota Semarang dengan jumlah 100 responden.

2.6.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dikategorikan berdasarkan jenis kelamin dari pengguna tiket.com yang memesan tiket kereta bertujuan untuk mengetahui distribusi perbandingan jumlah antara responden laki-laki dan perempuan. Berikut merupakan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	22	22%
2.	Perempuan	78	78%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah (2025)

Pada tabel 2.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terlihat bahwa mayoritas responden adalah Perempuan sebanyak 78% dan responden laki-laki sebanyak 22%. Hal ini menandakan bahwa perempuan merupakan mayoritas yang melakukan pembelian tiket kereta melalui aplikasi Tiket.com.

2.6.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden yang dikategorikan berdasarkan usia dari pengguna tiket.com yang melakukan pemesanan tiket kereta untuk menganalisis perbedaan usia yang berbeda. Berikut merupakan tabel karakteristik responden berdasarkan usia.

Tabel 2. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Rentang Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
1.	≤ 20	9	9%
2.	21 – 25	67	67%
3.	26 – 30	15	15%
4.	31 – 35	5	5%
5.	36 – 40	1	1%
6.	41 – 45	2	2%
7.	≥ 46	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah (2025)

Pada tabel 2.2 karakteristik responden berdasarkan usia terlihat bahwa responden yang berusia ≤ 20 tahun sebanyak 9%, responden berusia 21 – 25 tahun sebanyak 67%, responden berusia 26 – 30 tahun sebanyak 15%, responden berusia 31 – 35 tahun sebanyak 5%, responden berusia 36 – 40 tahun sebanyak 1%, responden berusia 41 – 45 tahun sebanyak 2% dan responden berusia ≥ 46 tahun sebanyak 4%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan tiket.com saat memesan tiket kereta adalah responden yang berada dalam rentang usia 21 – 25 tahun.

2.6.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian ini, dilakukan kategorisasi responden berdasarkan pekerjaan dari pengguna tiket.com yang melakukan pemesanan tiket kereta. Kategorisasi pekerjaan responden terdiri dari pelajar/mahasiswa, TNI/Polri/PNS, karyawan BUMN, karyawan swasta, ibu rumah tangga, dan pengusaha. Berikut merupakan tabel karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.

Tabel 2. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	55	55%
2.	TNI/Polri/PNS/BUMN	10	10%
3.	Karyawan Swasta	23	23%
4.	Wirausaha	2	2%
5.	Lainnya (Advokat, Buruh, Pedagang, Tukang Bangunan, IRT)	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah (2025)

Pada tabel 2.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terlihat bahwa mayoritas responden masih pelajar/mahasiswa sebanyak 55%, kemudian TNI/Polri/PNS/BUMN sebanyak 10%, karyawan swasta sebanyak 23%, wirausaha 2%, dan lainnya (Advokat, Buruh, Pedagang, Tukang Bangunan, IRT) sebanyak 10%. Hal ini menunjukkan bahwa pelajar/mahasiswa lebih banyak melakukan pembelian tiket kereta melalui aplikasi Tiket.com.

2.6.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan/Uang Saku Perbulan

Dalam penelitian ini, dilakukan kategorisasi responden berdasarkan penghasilan/uang saku perbulan dengan tujuan untuk mengetahui distribusi ekonomi responden dalam menggunakan layanan tiket.com. Berikut merupakan tabel karakteristik responden berdasarkan tingkat penghasilan/uang saku perbulan.

Tabel 2. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan/Uang Saku Perbulan

No.	Penghasilan Perbulan	Jumlah	Persentase
1.	$\leq$ Rp2.000.000	36	36%
2.	$>$ Rp2.000.000 – Rp3.500.000	35	35%
3.	$>$ Rp3.500.000 – Rp5.500.000	16	16%
4.	$>$ Rp5.500.000	13	13%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah (2025)

Pada tabel 2.4 karakteristik responden berdasarkan tingkat penghasilan / uang saku perbulan terlihat bahwa responden dengan penghasilan/uang saku sebesar $\leq$ Rp2.000.000 sebanyak 36%, penghasilan/uang saku sebesar $>$ Rp2.000.000 – Rp3.500.000 sebanyak 35%, penghasilan/uang saku sebesar $>$ Rp3.500.000 – Rp5.500.000 sebanyak 16%, dan penghasilan/uang saku sebanyak 13%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan penghasilan $\leq$ Rp2.000.000 lebih banyak menggunakan tiket.com dalam pemesanan tiket kereta.

2.6.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam

Kurun Waktu 2 Tahun Terakhir

Dalam penelitian ini, karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian dalam kurun waktu dua tahun terakhir bertujuan untuk mengetahui seberapa sering responden melakukan pembelian tiket kereta melalui aplikasi tiket.com. Semakin sering responden menggunakan tiket.com, maka semakin banyak pula pengalaman yang dimiliki sehingga memudahkan dalam melakukan penelitian ini. Berikut karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian dalam kurun waktu dua tahun terakhir.

Tabel 2. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam Kurun Waktu 2 Tahun Terakhir

No.	Frekuensi pembelian	Jumlah	Persentase
1.	3 Kali	61	61%
2.	4-6 Kali	30	30%
3.	> 6 Kali	9	9%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah (2025)

Pada tabel 2.5 karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian dalam kurun waktu 2 tahun terakhir terlihat bahwa frekuensi pembelian 3 kali sebanyak 61%, frekuensi pembelian 4-6 kali sebanyak 30%, dan frekuensi pembelian > 6 Kali sebanyak 9%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam 2 tahun terakhir mayoritas responden melakukan pembelian tiket kereta di tiket.com sebanyak 3 kali.