

BAB II

GAMBARAN UMUM TIKET.COM DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah Singkat Perkembangan PT Global Tiket Network

Salah satu *Online Travel Agent* (OTA) terkemuka di Indonesia adalah PT Global Tiket Network, yang juga dikenal dengan nama Tiket.com. Dimas Surya Yaputra, Jonathan Natakusuma, Mikhael Gaery Undarsa, dan Wenas Agusetiawan meluncurkan perusahaan ini pada tahun 2011. Tiket.com bergabung dengan Blibli pada tahun 2017 dan menjadi anak perusahaan dari Blibli pada tahun 2021. Tiket.com adalah platform yang menawarkan berbagai layanan yang berhubungan dengan perjalanan, termasuk hotel, acara, kereta api, tiket pesawat, penyewaan kendaraan, dan kebutuhan terkait perjalanan lainnya. Tujuan Tiket.com adalah untuk menyediakan akses aplikasi *online* dan *mobile* terbaik untuk pemesanan perjalanan. Indonesia akan jauh lebih maju jika masyarakatnya dapat bepergian dengan mudah serta dapat diakses dari lokasi manapun, itulah alasan terciptanya satu platform yang dapat memenuhi semua kebutuhan perjalanan yaitu Tiket.com.

Pada awalnya Tiket.com dikembangkan dan mendapatkan dana yang cukup besar dari investor, pada tahun diluncurkan Tiket.com mampu memenangkan kompetisi *start-up* dan membawa hadiah sebesar Rp 350 juta. Pada tahun 2012, Tiket.com mulai berkolaborasi dengan PT KAI, dan pada tahun 2018, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia secara resmi mengakui Tiket.com sebagai *Official Partner*. Tiket.com memberikan banyak inovasi secara bertahap

dalam merilis produk layanannya. Tiket.com meluncurkan aplikasi *mobile* yang unik untuk smartphone android, merilis layanan pelanggan melalui WhatsApp yang bisa diakses selama 24 jam, meluncurkan kantor perwakilan di Jakarta, Yogyakarta, dan Pulau Bali, dsb. Dari tahun ke tahun Tiket.com telah mencapai banyak hal. Sebagai contoh, kini Tiket.com memiliki lebih dari 90 maskapai penerbangan baik domestik maupun internasional, lebih dari 2 juta mitra hotel baik domestik maupun internasional, layanan sewa mobil pertama di Indonesia dengan lebih dari 175 mitra penyewaan kendaraan di lebih dari 90 kota, serta terdapat tiket untuk tur, atraksi, transportasi, taman bermain, kecantikan dan kebugaran, kelas dan *workshop* yang termasuk ke dalam tiket To Do.

2.2 Visi dan Misi

2.2.1 Visi

Menjadi situs *One Stop Travel & Entertainment* terbaik di Indonesia.

2.2.2 Misi

Memenuhi kebutuhan pelanggan dengan solusi terbaik bagi setiap konsumen yang ingin *travelling* serta mendapatkan hiburan di Indonesia.

2.3 Logo dan Makna Perusahaan

Berikut ini merupakan logo dan makna dari Tiket.com :



Gambar 2. 1 Logo Tiket.com

Sumber: (Tiket.com, 2024) *official logo*

Lingkaran kuning besar yang juga dikenal sebagai “titik kebahagiaan”, merepresentasikan pengguna yang dinamis. Warna kuning sering diasosiasikan dengan *joy*, *happiness*, dan *excitement*. Lingkaran mewakili pengguna yang selalu diposisikan di tengah dan merupakan fokus utama dari perusahaan. Huruf “t” pada Tiket.com sengaja dibuat tanpa huruf kapital untuk menggambarkan perusahaan yang setingkat dan tidak lebih besar dari pengguna. Huruf “i” dalam bahasa Inggris berarti saya, maka huruf “I” sengaja dibuat tanpa titik agar fokus pada pengguna sebagai pelanggan bukan pada saya.

Warna biru yang dominan pada logo bermakna kebebasan layaknya langit yang tidak memiliki batas, artinya melalui berbagai pilihan produk layanan yang ada pada Tiket.com diharapkan mampu meningkatkan kebebasan dan kemudahan pengguna dalam melakukan perjalanan sesuai keinginan. Dengan menekankan pada dua warna utama, yaitu kuning dan biru, Tiket.com menunjukkan bahwa misinya tidak berubah untuk menjadi teman perjalanan para penggunanya karena menurut mereka setiap perjalanan haruslah ramah dan menyenangkan.

2.4 Produk Layanan Tiket.com

Berikut ini merupakan macam-macam produk layanan Tiket.com :

1. Tiket Pesawat

Tiket.com menyediakan layanan tiket pesawat untuk berbagai pilihan maskapai penerbangan, yaitu maskapai domestik terdiri dari Citilink,

Garuda Indonesia, Nam Air, Batik Air, Pelita Air, Lion Air, Sriwijaya Air, Wings Air, Super Air Jet, Transnusa, Airasia, dan Trigana Air, serta maskapai internasional terdiri dari Scoot, Qantas Air, Jetstar, Philippine Airlines, Emirates, Japan Airlines, Singapore Airlines, Qatar Air, dan Malaysia Airlines.

2. Tiket Hotel

Tiket.com dapat digunakan untuk memesan hotel dengan berbagai fasilitas dari kota-kota besar dan luar negeri. Pelanggan dapat memesan lebih dari 100.000 hotel di Indonesia dan negara lainnya. *TIK Points* yang diperoleh dari pembelian sebelumnya dapat digunakan untuk pembelian penginapan berikutnya. Transaksi pada Tiket.com bisa dilakukan dengan cara dicicil hingga tiga, enam, atau dua belas bulan.

3. Tiket Kereta Api

Tiket.com menawarkan tiket kereta api untuk sejumlah tujuan di Indonesia. Pembelian tiket kereta api secara *online* sangat mudah, bebas antrean, memungkinkan pelanggan untuk memilih tempat duduk sendiri, dan menerima berbagai metode pembayaran. Pelanggan Tiket.com dapat dengan mudah memesan tiket kereta api kelas ekonomi, bisnis, dan eksekutif ke berbagai tujuan di Indonesia berkat kerjasama dengan PT KAI (Kereta Api Indonesia).

4. Tiket Sewa Mobil

Tiket.com menawarkan penyewaan kendaraan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Tiket.com mampu menyederhanakan perjalanan dengan

bermitra pada perusahaan penyewaan mobil terkemuka di kota-kota besar. Tiket.com menyertakan layanan pengantaran dan penjemputan (bandara dan hotel), asuransi, sopir dan bensin jika termasuk, jarak tempuh tak terbatas, serta dukungan sepanjang waktu dalam harga yang ditawarkan.

5. Tiket To Do

Tiket untuk acara-acara seperti seminar, konser, atraksi, dan banyak lagi tersedia di Tiket.com karena telah berkolaborasi dengan berbagai mitra dalam berbagai acara dan atraksi. Untuk mengunjungi idola atau menikmati hari yang menyenangkan di taman hiburan bersama keluarga, pelanggan Tiket.com tidak perlu mengantre untuk membeli tiket, karena Tiket.com sudah memberikan informasi lengkap tentang acara dan lokasi untuk memastikan pelanggan mendapatkan pengalaman terbaik dalam hidupnya.

6. JR Pass

Japan Railways Group mengoperasikan banyak layanan transportasi di Jepang. Tiket JR Pass atau dikenal sebagai *Japan Rail Pass* adalah tiket kereta api yang memberikan akses tak terbatas. JR Pass hanya tersedia untuk pengunjung dari luar Jepang. Pemegang JR Pass dapat memanfaatkan layanan kereta api lokal dan Shinkansen yang berkecepatan tinggi, serta perjalanan kereta api di seluruh jaringan *Japan Railways Group* dengan menggunakan JR Pass.

7. Villa dan Apartemen

Beragam pilihan penginapan dalam dan luar negeri yang ditawarkan oleh Tiket.com, termasuk villa, apartemen, *glamping*, *cabin*, dan lainnya. Tiket.com menawarkan pilihan penginapan terbaik dari segi fasilitas yang lengkap, lokasi yang strategis, pelayanan yang memuaskan, ulasan tamu yang terbaik, hingga jaminan harga termurah.

8. Tiket Bus dan Travel

Tiket.com menyediakan tiket bus dan travel tanpa harus mengunjungi agen bus terdekat. Pesan tiket bus dan travel sangat mudah hanya dengan satu aplikasi Tiket.com. Tiket.com bekerja sama dengan sejumlah agen tiket bus dan travel resmi yang siap membantu kebutuhan pemesanan tiket bus dan travel secara *online*.

9. Tiket Ferry

Tiket.com menyediakan layanan pemesanan untuk pelanggan yang ingin bepergian jalur air dengan menggunakan kapal ferry. Tiket.com menjadikan layanan ferry sebagai solusi perjalanan hemat lintas pulau untuk pelanggan yang membutuhkan.

10. Tiket Jemputan Bandara

Tiket.com menyediakan layanan antar jemput yang mencakup *transfer in* yaitu layanan pengantaran ke bandara dan *transfer out* yaitu layanan penjemputan di bandara dan stasiun KA. Dengan layanan ini, pelanggan Tiket.com dapat melakukan perjalanan dari dan ke bandara atau stasiun kereta api dengan aman, nyaman, dan tanpa repot.

2.5 Identitas Responden

Identitas responden ditunjukkan untuk mengetahui latar belakang atau kondisi responden sebagai sampel. Penelitian ini melibatkan 100 orang responden di Kota Semarang yang memenuhi kriteria yang sebelumnya sudah ditetapkan serta menjadi pengguna aktif dari *Online Travel Agent* Tiket.com. Data yang diberikan oleh responden untuk penelitian ini terdiri dari usia, jenis kelamin, wilayah, pekerjaan, pendidikan terakhir, penghasilan atau uang saku per bulan, dan beberapa data pendukung lainnya.

2.5.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia dapat mempengaruhi sikap seseorang berdasarkan tingkat pemikiran atau kematangan orang tersebut. Tabel berikut ini menunjukkan data usia dari responden :

Tabel 2. 1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
1.	20-26	68	68
2.	27-33	16	16
3.	34-40	6	6
4.	41-47	2	2
5.	48-54	5	5
6.	55-61	2	2
7.	62-68	1	1
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Tabel 2.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 20 dan 26 tahun, yaitu sebanyak 68 orang (68%). Mayoritas dari responden memiliki

usia produktif, dimana usia paling muda ialah 20 tahun dan usia paling tua 64 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih sering menggunakan internet, salah satunya dengan mengakses aplikasi *Online Travel Agent* Tiket.com yang dapat menunjang kebutuhan perjalanan responden.

2.5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden dalam penelitian ini digunakan untuk membandingkan proporsi responden laki-laki dengan perempuan. Tabel berikut ini menunjukkan data jenis kelamin dari responden :

Tabel 2. 2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-laki	31	31
2.	Perempuan	69	69
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.2, terlihat jelas bahwa proporsi responden laki-laki lebih rendah dibandingkan dengan responden perempuan dengan total responden laki-laki sebesar 31 orang (31%) dan responden perempuan sebesar 69 orang (69%). Hal ini menandakan bahwa perempuan menjadi mayoritas pengguna Tiket.com.

2.5.3 Responden Berdasarkan Wilayah Responden

Tabel berikut ini menunjukkan data wilayah ketersebaran asal responden di Kota Semarang :

Tabel 2. 3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Wilayah

No.	Kecamatan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Banyumanik	10	10
2.	Gajah Mungkur	1	1
3.	Gayamsari	4	4
4.	Genuk	4	4
5.	Gunungpati	3	3
6.	Mijen	5	5
7.	Ngaliyan	8	8
8.	Pedurungan	1	1
9.	Semarang Barat	4	4
10.	Semarang Timur	3	3
11.	Semarang Utara	3	3
12.	Tembalang	51	51
13.	Tugu	3	3
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.3, terlihat jelas bahwa responden yang tinggal di wilayah Kecamatan Tembalang terbanyak dengan persentase sebesar 51% (51 orang), selanjutnya Kecamatan Banyumanik dengan persentase sebesar 10% (10 orang) dan Kecamatan Ngaliyan sebesar 8% (8 orang).

2.5.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan yang dimaksud dalam kuesioner ini adalah pekerjaan utama yang dapat menjadi status dari seorang responden. Tabel berikut ini menunjukkan data jenis pekerjaan dari responden :

Tabel 2. 4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	56	56
2.	TNI/Polri/PNS	6	6
3.	Karyawan BUMN	7	7
4.	Karyawan Swasta	13	13
5.	Ibu Rumah Tangga	4	4
6.	Lainnya	14	14
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.4, terlihat jelas bahwa responden dengan jenis pekerjaan terbanyak adalah pelajar/mahasiswa dengan persentase sebesar 56% (56 orang). Jenis pekerjaan terbanyak berikutnya disusul pekerjaan lain-lain yang terdiri dari karyawan BUMD dan pengusaha dengan persentase sebesar 14% (14 orang), selanjutnya karyawan swasta sebesar 13% (13 orang), karyawan BUMN sebesar 7% (7 orang), serta PNS sebesar 6% (6 orang). Responden paling sedikit adalah ibu rumah tangga yaitu sebesar 4% (4 orang). Hal ini menandakan bahwa pelajar/mahasiswa menjadi mayoritas yang menggunakan layanan Tiket.com.

2.5.5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Latar belakang pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap pola pikir dan tingkat pengetahuan dalam penggunaan teknologi. Tabel berikut ini menunjukkan data pendidikan terakhir dari responden :

Tabel 2. 5 Pengelompokan Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SMP	1	1
2.	SMA	62	62
3.	Diploma	8	8
4.	Sarjana	27	27
5.	Pascasarjana	2	2
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.5, terlihat jelas bahwa responden yang menggunakan layanan Tiket.com berlatar belakang pendidikan terakhir SMA terbanyak, yaitu sebesar 62% (62 orang) dan paling sedikit 2% (2 orang) responden berlatar belakang pendidikan terakhir S2. Disimpulkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMA merupakan mayoritas responden yang menggunakan layanan Tiket.com

2.5.6 Responden Berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku Per Bulan

Penelitian ini mengacu pada pendapatan bulanan responden, baik yang masih menerima uang saku dari orang tua ataupun yang sudah memperoleh pendapatan dari tempat kerja. Tabel berikut ini menunjukkan data penghasilan atau uang saku per bulan dari responden :

Tabel 2. 6 Pengelompokan Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan

No.	Penghasilan/Uang Saku Per Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< Rp 2.000.000	43	43
2.	> Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	20	20
3.	> Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	18	18
4.	> Rp 5.000.000	19	19
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.6, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang memakai Tiket.com pada penelitian ini mempunyai penghasilan atau uang saku sebesar < Rp 2.000.000, yaitu sebanyak 43 orang (43%). Hal tersebut dikarenakan mayoritas responden pengguna Tiket.com adalah mahasiswa/pelajar yang berasal dari luar kota atau dari luar pulau dan masih menjadi tanggungan orang tua. Kemudian responden dengan penghasilan atau uang saku lebih dari Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 per bulan sebanyak 20 orang (20%), penghasilan atau uang saku lebih dari Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 18 orang, serta penghasilan atau uang saku lebih dari Rp 5.000.000 sebanyak 19 orang dengan rata-rata responden bekerja sebagai karyawan swasta dan lainnya.

2.5.7 Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian di Tiket.com

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner, tabel berikut ini menunjukkan data jumlah pembelian yang dilakukan oleh pengguna di Tiket.com :

Tabel 2. 7 Pengelompokan Berdasarkan Jumlah Pembelian di Tiket.com

No.	Jumlah Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1.	2 kali	73	73
2.	3-5 kali	19	19
3.	>5 kali	8	8
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.7, dapat dilihat sebanyak 73 orang (73%) pengguna Tiket.com melakukan pembelian 2 kali dalam jangka waktu setahun. Kemudian sebanyak 19 orang (19%) pengguna Tiket.com melakukan pembelian 3 hingga 4

kali dalam jangka waktu setahun, serta 8 orang (8%) pengguna Tiket.com melakukan pembelian lebih dari 5 kali dalam jangka waktu setahun.

2.5.8 Responden yang pernah membaca *review* mengenai Tiket.com di media *online*

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner, tabel berikut ini menunjukkan data responden yang pernah membaca *review* mengenai Tiket.com di media *online* :

Tabel 2. 8 Pengelompokan Berdasarkan Responden yang pernah membaca *review* mengenai Tiket.com di media *online*

No.	Review mengenai Tiket.com	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Mediakonsumen.com	10	10
2.	App store/Play store	41	41
3.	Instagram	44	44
4.	Lainnya	5	5
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.8, sebanyak 44% responden melihat *review* mengenai Tiket.com di instagram dan sebanyak 41% responden melihat *review* mengenai Tiket.com di app store/play store. Kedua media *online* ini menjadi paling banyak dilihat dibandingkan dengan Mediakonsumen.com dengan persentase sebesar 10% responden, serta media *online* lainnya yang terdiri dari google review, tiktok, dan twitter dengan persentase sebesar 5% responden. *Review* dari responden di media *online* mengenai Tiket.com dapat membantu pengguna lain yang ingin menggunakan jasa Tiket.com agar lebih yakin dalam melakukan keputusan pembelian ulang.