

BAB II

Gambaran Umum PT Trinusa Travelindo (Traveloka)

2.1 Sejarah Perkembangan Traveloka

Perusahaan Traveloka didirikan pada tahun 2012 oleh Ferry Unardi, Deniarto Kusuma, dan Albert. Pada awal konsepnya, Traveloka berfungsi sebagai mesin pencari untuk membandingkan harga tiket pesawat dari berbagai situs lainnya. Pada pertengahan tahun 2013 Traveloka kemudian berubah menjadi situs reservasi tiket pesawat. Pengguna dapat melakukan pemesanan di situs resminya. Selain itu, jasa pemesanan hotel telah tersedia di situs Traveloka pada bulan Juli 2014.

Pada bulan November 2012, perusahaan Traveloka mengumumkan investasi tahap awal oleh East Venture. Pada bulan September 2013 perusahaan Traveloka mengumumkan investasi seri A oleh Global Founders Capital. Dana dari investasi digunakan untuk membangun layanan baru seperti pemesanan hotel dan paket wisata. Hingga kini, Traveloka melayani lebih dari 18.000 rute penerbangan dan ribuan hotel di kawasan Asia Pasifik.

Pada bulan Juli 2014, Jasa pemesanan hotel telah tersedia di situs Traveloka. Hotel yang terdaftar meliputi hotel-hotel di Asia Tenggara, Hong Kong, Korea Selatan, Jepang dan Australia. Situs ini sudah diakses lebih dari 150.000 kunjungan dan dapat menjual lebih dari puluhan ribu tiket setiap harinya. Traveloka berhasil menjadi situs booking pesawat no.1 di Indonesia dengan berbagai layanannya seperti memberikan pilihan harga kepada konsumen, pelayanan 24 jam melalui email, telepon, media sosial serta metode pembayaran

yang beragam sehingga memudahkan konsumen. Hal ini dibuktikan pada bulan juli 2015 Traveloka mendapatkan penghargaan Top Brand Award pada dua kategori, yaitu *Online Hotel Reservations* dan *Online Travel Agency*.

Hingga saat ini, perusahaan ini telah menjalin kemitraan dengan lebih dari 100 maskapai domestik dan internasional, melayani lebih dari 200.000 rute di seluruh dunia. Ini juga memiliki inventaris akomodasi langsung terbesar, bervariasi dari hotel, apartemen, wisma, homestay, hingga vila dan resor. Traveloka menyediakan lebih dari 40 opsi.

2.2 Visi dan Misi Traveloka

2.2.1 Visi Traveloka

Adapun Visi dan Misi perusahaan Traveloka, sebagai berikut :

1. Menjadikan *traveling* lebih mudah, cepat, dan menyenangkan melalui teknologi.
2. Menjadi salah satu perusahaan Biro Perjalanan Wisata (Agen Perjalanan) terbaik di Indonesia.
3. Berkontribusi didalam meningkatkan industri pariwisata dan transportasi/perjalanan di Indonesia.

2.2.2 Misi Traveloka

Adapun Misi yang dilakukan oleh Traveloka untuk mencapai visi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Selalu menghadirkan Produk-Produk dan Layanan terbaik.
2. Memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi setiap pelanggan.

3. Secara terus menerus meningkatkan kemampuan SDM dan infrastuktur perusahaan sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pelanggannya.
4. Menjalin dan meningkatkan kerja sama dengan semua mitra usaha, baik domestik dan International.

2.3 Logo Perusahaan

Logo Traveloka adalah representasi utama yang menggambarkan semangat dan nilai-nilai yang dapat diambil dari setiap gambar yang ada. Burung Godwit menginspirasi logo Traveloka. Nilai yang dapat dari ciri khas burung godwit tersebut adalah walaupun memiliki fisik yang kecil namun Godwit mampu terbang sejauh 11 ribu kilometer tanpa berhenti. Selain itu, Godwit juga memiliki karakter yang suka berpetualang keliling dunia. Oleh karena itu, diharapkan situs Traveloka ini dapat dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan
Sumber : Website Traveloka, 2019

2.4 Produk Perusahaan

Traveloka.com merupakan Online Travel Agent yang kini dikenal dengan menyediakan beragam layanan produk-produknya dan digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat. Hingga saat ini, Traveloka.com terus berkomitmen dalam memberikan layanan terbaiknya dan terus berinovasi. Berikut adalah macam-macam layanan Traveloka.com :

1. Tiket Penerbangan Pesawat

Traveloka adalah salah satu platform pemesanan penerbangan dan hotel terkemuka di Asia Tenggara dengan lebih dari 100.000 rute penerbangan yang ditawarkan dan lebih dari 100.000 hotel di seluruh peta. Berbasis di Indonesia dengan kantor cabang di negara-negara Asia Tenggara termasuk Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina dan Singapura, oleh karena itu konsumen dapat menemukan berbagai tiket penerbangan mulai dari penerbangan termurah dan berbagai pilihan maskapai dari seluruh Dunia. Traveloka membuat fitur yang memudahkan konsumen untuk mencari bandara, hingga memilih class dr *economy*, *premium economy*, *business*, dan *first class*.

2. Tiket Reservasi Hotel

Traveloka menawarkan daftar hotel di seluruh dunia , tidak hanya di kawasan Asia Tenggara. Traveloka menawarkan hotel-hotel murah dalam skala besar melalui promosi dan penawaran. Traveloka menawarkan fitur menarik yang nyaman, istimewa dan bermanfaat bagi konsumen, mulai dari tanpa dikenakan biaya pemesanan, konsumen bisa mengatur harga yang diinginkan, serta konsumen dapat melihat ulasan dan rating dari hotel.

3. Tiket Kereta

Traveloka merancang sistem khusus untuk terhubung langsung dengan PT KAI, sehingga konsumen dapat memastikan bahwa tiket elektronik akan terhubung ke stasiun dan konsumen hanya perlu mengeprint voucher ticket tersebut. Traveloka juga memberikan fasilitas konsumen dalam pemilihan

kereta, harga hingga tempat duduk sehingga konsumen bisa mengatur jadwal sesuai dengan kebutuhan konsumen.

4. Japan Train Pass (JR Pass)

Traveloka yang bekerja sama dengan West Japan Railway Company (JR-West) layanan ini merupakan cara paling efektif bagi wisatawan Indonesia untuk menjelajahi Jepang. Jika konsumen berencana untuk mengunjungi berbagai daerah di Jepang, maka membeli Japan Train Pass dapat menghemat banyak anggaran perjalanan konsumen.

Keunggulan layanan ini yaitu wisatawan dapat membeli pass dengan harga yang tepat sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya lebih mahal, pengambilan tiket bisa dilakukan dimana saja, bisa melalui email, diambil di bandara, dicetak langsung dan tinggal di scan dengan menggunakan mesin otomatis eMCO di Jepang. Traveloka pun juga memberikan refund 100 persen untuk pembatalan pembelian tiket.

Disediakan oleh Japan Railways Group (JR Group), Japan Train Pass menawarkan dua kelas kereta, yaitu Mobil Biasa dan Mobil Hijau premium. Tetapi selain kereta, JR Pass juga dapat digunakan untuk naik moda transportasi Grup JR lainnya, seperti transfer bandara, bus, feri, dan bahkan sepeda.

5. Paket Tiket Pesawat dan Hotel

Traveloka selalu ingin memberikan layanan terbaiknya, salah satunya memberikan paket penerbangan pesawat sekaligus penginapan. Hal ini memberikan keuntungan bagi konsumen karena secara waktu lebih cepat,

beragam pilihan paket penerbangan dan penginapan bagi konsumen, metode pembayaran pun dapat melalui kartu kredit, cicilan 0% dengan masa 3 dan 6 bulan, via ATM dll.

6. Tagihan dan Isi Ulang

Traveloka selain memberikan pelayanan dibidang transportasi juga berinovasi ke produk lainnya yaitu menghadirkan layanan pembayaran tagihan dan isi ulang dalam bentuk *virtual* yang meliputi pembayaran PLN, nomor telepon, BPJS, PDAM, Game voucher dll.

7. Xperience

Traveloka meluncurkan fitur Xperience untuk memenuhi kebutuhan hiburan konsumen serta memberikan info hiburan yang ada seperti tiket atraksi, konser musik, bioskop, taman bermain, karaoke hingga kelas olahraga.

8. Eats

Fitur ini membantu konsumen untuk merasakan kuliner yang direkomendasikan Traveloka eats dan food blogger. Fitur ini juga dilengkapi dengan foto restaurant, sehingga konsumen bisa memilih restaurant atau tempat makan yang ingin dikunjungi.

9. Car Rental

Traveloka juga kini bisa memesan layanan rental mobil dalam aplikasinya. Layanan Rental Mobil Traveloka menawarkan ratusan pilihan penyewaan mobil yang dijamin aman dan dilengkapi sopir terpercaya. Adapun paket tambahan yang bisa dipesan pengguna dalam layanan ini, seperti biaya

bensin, parkir, tol, serta konsumsi sopir ataupun paket penginapan sopir untuk pemakaian ke luar kota.

10. International Data Plans

Fitur ini yang berguna untuk membantu konsumen yang ingin membeli paket internet pada saat diluar negeri.

11. Pay Later

Fitur ini merupakan fasilitas keuangan dengan metode pembayaran cicilan tanpa kartu kredit, metode pembayaran ini berlaku untuk semua produk Traveloka. Konsep fitur ini secara garis besar adalah beli sekarang bayar nanti.

12. Airport Transfer

Traveloka mulai memperluas cakupan layanan di *platform*-nya dengan menghadirkan layanan transportasi bandara. Layanan ini hadir berkat kerja sama antara Traveloka dengan perusahaan penyedia jasa transportasi Blue Bird Group. Dengan adanya layanan transportasi bandara ini, maka pengguna bisa menikmati layanan antar jemput bandara yang premium tanpa perlu antre dengan tarif flat.

13. Bus and Shuttle

Fitur ini merupakan inovasi juga dari layanan transportasi yang diberikan Traveloka, yaitu Traveloka memberikan fitur pemesanan bus dan Travel secara online. amu tidak perlu lagi pergi ke pool atau terminal untuk membeli tiket bus. Konsumen bisa membelinya melalui Traveloka. Melalui travel *platform* tersebut, konsumen tinggal pilih bus sesuai destinasi tujuan.

14. Gift Voucher

Fitur ini merupakan Voucher Hadiah untuk konsumen dapat mengirim voucher ke orang lain, sehingga mereka dapat menggunakannya untuk membeli tiket pesawat dan pemesanan hotel di Traveloka. Voucher Hadiah menjadi hadiah yang bagus untuk berbagai acara, dari ulang tahun hingga pernikahan dan perayaan lainnya.

Voucher Hadiah saat ini hanya tersedia dalam rupiah Indonesia dan setiap voucher hanya dapat digunakan untuk satu pembelian.

15. Insurance

Untuk kenyamanan konsumen, Traveloka menawarkan asuransi perjalanan yang dapat konsumen beli melalui formulir pemesanan. Anda dapat menambahkan opsi asuransi perjalanan pada formulir pemesanan sebelum melanjutkan ke layar pembayaran, dan biaya asuransi akan termasuk dalam harga total.

16. Villas and Apartments

Traveloka juga memberikan layanan penyewaan villa dan apartemen , adapun konsumen dengan permintaan seperti tempat luas, lokasi strategis tapi harga ekonomis, maka dari itu Traveloka membuat fitur villa dan apartemen. Ada sebanyak lebih dari 240.000 inventori vila dan apartemen yang telah disediakan Traveloka baik di dalam negeri maupun diluar negeri.

2.5 Identitas Responden

Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Identitas responden diuraikan melalui pengelompokan berdasarkan usia, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan dan pengeluaran per bulan, dan frekuensi pembelian tiket pesawat, tiket kereta dan tiket reservasi hotel dalam satu tahun terakhir. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Responden merupakan masyarakat yang berusia lebih dari 17 tahun yang berdomisili di Kota Semarang dan pernah melakukan pembelian dua kali dalam satu tahun terakhir.

Pengisian kuisisioner penelitian dilakukan secara online melalui *Google Form* dengan semua responden untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada kuisisioner dan secara langsung. Berdasarkan data yang telah diisi oleh reponden, diperoleh identitas responden tentang usia, jenis pekerjaan, dan pendapatan dan pengeluaran per bulan adalah sebagai berikut :

2.5.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah responden yang minimal sudah berusia 17 tahun.

Tabel 2. 1
Usia Responden

No.	Umur	Frekuensi	Persentase
1.	17-22 tahun	73	73%
2.	23-27 tahun	16	16%
3.	28-32 tahun	3	3%
4.	33-37 tahun	3	3%
5.	38-42 tahun	2	2%
6.	43-47 tahun	2	2%
7.	>47 tahun	1	1%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.1 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah umur 18-22 tahun dengan jumlah 73 orang (73%). Berdasarkan data primer yang telah diolah pada tabel 2.1 diketahui bahwa konsumen Traveloka.com didominasi oleh kalangan usia 18-22 tahun yaitu sebanyak 73 responden.

2.5.2 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Jenis dan tinggi rendahnya pendidikan seseorang mempengaruhi pola pikir, gaya hidup, dan status sosial. Tingginya pendidikan seseorang memungkinkan pendapatan yang semakin tinggi pula, hal ini mengakibatkan perubahan pada gaya hidup dan status sosial. Maka di peroleh data pengguna Traveloka.com berdasarkan pendidikan terakhir sebagai berikut :

Tabel 2. 2
Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1.	Tamat SD	0	0%
2.	Tamat SMP	0	0%
3.	Tamat SMA	65	65%
4.	Diploma	9	9%
5.	Sarjana	29	29%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat, bahwa sebanyak 65% responden berlatar belakang pendidikan terakhir SMA. Selanjutnya, dengan pendidikan terakhir sarjana sebanyak 29% dan pendidikan terakhir diploma sebanyak 6%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan layanan Traveloka adalah responden berlatar belakang pendidikan SMA.

2.5.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan yang dimaksud dalam kuesioner ini adalah pekerjaan utama dari tiap responden baik pekerjaan utama maupun aktivitas utama yang dilakukan responden. Maka diperoleh data pekerjaan bagi pengguna Traveloka.com, sebagai berikut :

Tabel 2.3
Pekerjaan Responden

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Karyawan BUMN	8	8%
2.	Karyawan Swasta	23	23%
3.	Pelajar/Mahasiswa	61	61%
4.	Pensiunan	1	1%
5.	TNI/POLRI/PNS	4	4%
6.	Wiraswasta	3	3%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.3, maka dapat diketahui bahwa pekerjaan responden terbesar adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 61 orang (61%) dan frekuensi terkecil responden dengan pensiunan sebesar 1 orang (1%).

2.5.4 Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Penghasilan adalah imbalan yang didapatkan oleh seseorang karena melakukan suatu pekerjaan tertentu atau uang saku yang diberikan kepada seseorang yang belum bekerja. Penghasilan per bulan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah

penghasilan yang didapat oleh responden baik mereka mendapatkan uang dari hasil bekerja maupun masih dari pemberian orangtua. Berikut adalah jumlah responden yang menggunakan layanan Traveloka berdasarkan penghasilan per bulan adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 4
Penghasilan Per Bulan

No.	Penghasilan Per Bulan	Frekuensi	Persentase
1.	500.000-1.000.000	14	14%
2.	>1.000.000-2.000.000	27	27%
3.	>2.000.000-3.000.000	22	22%
4.	>3.000.000-5.000.000	14	14%
5.	>5.000.000	23	23%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.4, responden dengan penghasilan antara 1.000.000 – 2000.000 merupakan responden terbanyak sebanyak 27 orang atau (27%).

2.5.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan

Pengeluaran per bulan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengeluaran rata-rata per bulan yang dikeluarkan responden. Berikut data yang dihasilkan pengeluaran per bulan dari pengguna layanan Traveloka :

Tabel 2. 5
Pengeluaran Per Bulan

No.	Pengeluaran Per Bulan	Frekuensi	Persentase
1.	500.000-1.000.000	20	20%
2.	>1.000.000-2.000.000	40	40%
3.	>2.000.000-3.000.000	18	18%
4.	>3.000.000-5.000.000	10	10%
5.	>5.000.000	12	12%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.5 diatas, responden dengan pengeluaran antara 1000.000 - 2.000.000 merupakan responden terbanyak dengan jumlah responden sebanyak 40 orang atau 40%.

2.5.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Per Tahun

Frekuensi pembelian yang dimaksud adalah frekuensi pembelian tiket pesawat, tiket kereta dan tiket reservasi hotel pada Traveloka.com dalam satu tahun.

Tabel 2. 6
Frekuensi Pembelian Per Tahun

No.	Frekuensi Pembelian	Frekuensi	Persentase
1.	>1-3 kali	40	40%
2.	>4-6 kali	40	40%
3.	>6 kali	20	20%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.6, dapat dilihat bahwa responden dengan frekuensi pembelian antara 1-3 kali dan 4 – 6 kali pembelian dalam satu tahun merupakan responden terbanyak dengan jumlah responden sebanyak 40 orang atau 40%.