

**PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP TRAVEL AGENT  
TRADISIONAL DALAM PEMBELIAN KAMAR HOTEL DI HOTEL  
RICH YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh  
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata  
Program Studi Pengelolaan Hotel**

**Oleh :**

**ROBI TRINATA**

**NO MHS :314100756**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN HOTEL  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

**2018**

**PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP TRAVEL AGENT  
TRADISIONAL DALAM PEMBELIAN KAMR HOTEL DI HOTEL RICH  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Oleh  
ROBI TRINATA  
NO MHS :314100756**

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Prihatno, M.M.  
NIDN : 0526125901

Hari Rahmadi, SE, M.M  
NIDN : 0505076501

Mengetahui  
Ketua Jurusan

Hermawan Prasetyanto, S, Sos, S.ST, MM  
NIDN: 0516057102

**BERITA ACARA UJIAN**

**PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP TRAVEL AGENT  
TRADISIONAL DALAM PEMBELIAN KAMAR DI HOTEL RICH  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**ROBI TRINATA**

**No. Mhs : 314100756**

**Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji**

**Dan Dinyatakan :**

**Pada Tanggal :**

**TIM PENGUJI**

**Penguji Utama : Drs, Budi Hermawan, MM : .....**

**NIDN. 0523026601**

**Pembimbing I : Drs. Prihatno,M.M. : .....**

**NIDN. 0526125901**

**Pembimbing II : Hari Rahmadi, SE, M.M : .....**

**NIDN. 0505076501**

**Mengetahui**

**Ketua Sekolah Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**Drs. Prihatno,M.M.**

**NIDN. 0526125901**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Robi Trinata

NIM : 314100756

Program Studi : Pengelolaan Hotel

Judul Skripsi : PENGARUH ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP TRAVEL AGENT TRADISIONAL dalam pembelian kamar hotel di hotel rich yogyakarta.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta,

Robi Trinata

## **MOTTO**

Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak.

( Aldus Huxley )

## HALAMAN PERSEMBAHAAN

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia -Nya. Terima kasih kepada orang-orang tersayang atas do'a dan dukungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Rasa bangga dan bahagia penulis curahkan dan persembahkan skripsi ini kepada:

1. Papa dan Mama tersayang, terimakasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang sehingga mampu menghantarkan penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji, dan pengajar, yang selama ini tulus dan ikhlas meluangkan waktu untuk menuntun, mengarahkan, dan memberikan bimbingan serta pelajaran yang tiada ternilai harganya kepada penulis, sehingga penulis menjadi pribadi yang lebih baik. Terimakasih banyak bapak dan ibu dosen.
3. Saudara-saudari tercinta, terimakasih untuk semangat, dukungan, dan do'a yang menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat dan teman-teman, Deni, Ali, Tian, Dilla, terimakasih untuk canda, tawa, tangis, semangat, dukungan, dan doa kalian yang tak akan terlupakan. Hari-hari yang telah dilalui bersama kalian akan menjadi kenangan yang indah.

Penyusun berharap dengan tersusunnya skripsi ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan mohon maa apabila dalam penyusunan terdapat kesalahan.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis haturkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Online Travel Agent Terhadap Travel Agent Konvensional Di Kota Yogyakarta (Studi Kasus Penjualan Kamar Di Hotel Rich Yogyakarta) “. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Studi Pengelolaan Hotel di Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan peran berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku pembimbing I yang telah dengan sabar dan penuh ketelitian dalam memberikan bimbingan, pengarahan, dan petunjuk yang kongkret pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Hari Rahmadi, SE, M.M selaku pembimbing II yang telah dengan sabar dalam memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs, Budi Hermawan, MM selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjeaskan dan memaparkan isi skripsi secara keseluruhan.

4. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dilingkungan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak/Ibu Dosen dan staff Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Para responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu melancarkan penelitian skripsi ini.

Semoga bantuan Bapak/Ibu dan para responden dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembang ilmu pengetahuan maupun bagi semua pihak yang memerlukannya. Tak lupa berharap kritik dan saran dari semua pihak untuk perbaikan dalam penelitian berikutnya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Yogyakarta,

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
BERITA ACARA UJIAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS</b>	
A. Landasan Teori .....	9
1. Konsep Karakteristik Online Travel Agents (OTA) .....	9

a. Definisi Online Travel Agents .....	9
b. Definisi E-commerce .....	9
2. Konsep Bisnis Travel Agent Konvensional .....	12
a. Definisi Travel Agent Konvensional .....	12
b. Definisi Perusahaan.....	16
c. Definisi penjualan .....	19
B. Kerangka Berpikir .....	20
C. Penelitian Terdahulu .....	20
D. Hipotesis .....	22

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian .....	24
B. Lokasi Penelitian .....	25
C. Populasi dan Sample .....	26
1. Populasi .....	26
2. Sample .....	26
D. Variabel dan Indikator.....	27
1. Variabel Bebas (Independen) .....	27
2. Variabel Terikat (Dependen) .....	27
E. Metode Pengumpulan Data .....	32
1. Teknik Pengumpulan Data .....	32
2. Alat Pengumpulan Data .....	33
F. Uji Kelayakan Instrumen .....	34
1. Validitas Alat Pengumpul Data.....	34
2. Reliabilitas Alat Pengumpul Data.....	35
G. Alat Analisis Data .....	36
1. Statistik Deskriptif .....	36
2. Uji Asosiatif .....	38
H. Regresi Linear Sederhana.....	39
I. Pengujian Hipotesis .....	40

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian .....	41
1. Sejarah Hotel.....	41
2. Lokasi Hotel .....	42
3. Fasilitas Hotel.....	43
4. Department Hotel.....	44
B. Hasil penelitian.....	47
1. Profil Responden .....	47
2. Uji Validitas Penelitian .....	51
3. Uji Realibilitas .....	53
4. Statistik Deskriptif .....	54
5. Uji Asosiatif .....	55
a. Uji Normalitas .....	58
b. Uji Linearitas .....	59
c. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	60
d. Uji Parsial .....	61
e. Uji Koefisien Determinasi.....	62
C. Pembahasan.....	63

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	66

DAFTAR PUSTAKA .....	67
----------------------	----

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.0 Pendapat yang sepakat dan tidak sepakat dengan Travel Agent.....	15
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Masing Masing Variabel .....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Masing Masing Variabel .....	51
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Produk .....	53
Tabel 4.7 Statistik deskriptif Variabel Harga .....	54
Tabel 4.8 Uji Normalitas .....	56
Tabel 4.9 Uji Linearitas .....	57
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	60

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Jumlah dan penetrasi pengguna internet di Indonesia 2005-2014 .....	2
Gambar 2 Frequen Visitor Online Hotel And Ticket Booking Sites In Indonesia ....	4

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian
- Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 3 Kuesioner
- Lampiran 4 Lembar Bimbingan
- Lampiran 5 Karakteristik Responden
- Lampiran 6 Uji Deskriptif
- Lampiran 7 Uji Normalitas
- Lampiran 8 Uji Linearitas
- Lampiran 9 Uji Regresi Linear Sederhana

## **ABSTRAK**

Pesatnya perkembangan teknologi menyebabkan persaingan diantara para pelaku usaha pariwisata industri perjalanan khususnya travel agent tradisional dan online travel agent, semakin ketat sehingga berdampak pada para pelaku usaha berlomba untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya. Sistem dan teknologi digital telah mengubah hubungan perusahaan dengan pelanggan, karyawan, pemasok, dan mitra logistik menjadi hubungan digital menggunakan jaringan dan internet. Maka peneliti tertarik meneliti apa yang menjadi pengaruh hal tersebut dan bagaimana hal tersebut berpengaruh kepada aspek-aspek agen perjalanan tradisional yang berada di kota Yogyakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan mencari masalah berdasarkan fenomena yang terjadi sehingga akan dicari tau apa saja dan bagaimana pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Peneliti mengambil sampel sebanyak 50 responden dan populasinya yaitu dari pelanggan hotel The Rich Yogyakarta.

Hasil dari pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel online travel agent memiliki angka signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai dari t hitung sebesar  $-5,801$  dengan nilai koefisien regresi sebesar  $-0,392$ . Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan, maka dapat dijelaskan bahwa variabel online travel agent berpengaruh negative dan signifikan terhadap travel agent tradisional. Hal ini membuktikan bahwa dengan semakin baik online travel agent, maka akan dapat menurunkan travel agent tradisional.

**Kata kunci : Travel Agent Tradisional, Online Travel Agent**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan pariwisata saat ini sudah semakin pesat, baik dari segi pelayanan maupun teknologinya. Kebutuhan pariwisata khususnya di bidang perjalanan semakin lama semakin cepat pelayanannya, maka teknologi pun menyesuaikan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. 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. 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*).

Menurut Laudon, Kenneth C. & Laudon Jane. (2013) Definisi e-commerce adalah media perdagangan elektronik yang memiliki karakteristik atau sifat-sifat tertentu. Berdasarkan sifat penggunaannya menurut para ahli ini, e-commerce dapat dibagi menjadi beberapa tipe atau jenis, antara lain, Business-to-consumer (B2C), Business-to-business (B2B), Consumer-to-consumer (C2C). E-commerce atau perdagangan elektronik C2C merujuk pada transaksi finansial maupun informational yang dilakukan langsung



antar konsumen. Sedangkan e-commerce C2C memungkinkan konsumen untuk menjual produknya (barang atau jasa) langsung kepada konsumen lain yang pada umumnya dipertemukan melalui situs bisnis tertentu.

### GAMBAR 1

Jumlah dan penetrasi pengguna internet di Indonesia 2005-2014



Sumber: Profil Pengguna Internet di Indonesia 2014 oleh PUSKAKOM UI & APJII.

Hasil riset kerja sama antara Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dengan Pusat Kajian Komunikasi (PusKaKom) Universitas Indonesia menunjukkan pertumbuhan penggunaan internet di

Indonesia terus meningkat dan di tahun 2014 menunjukkan penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 34.9%. Pangerapan selaku ketua umum APJII (2015) mengemukakan semakin massive aplikasi, perangkat keras (*device*), dan koneksi, dalam kaitannya dengan pengguna, hasil riset tahun 2014 secara signifikan menunjukkan pengguna jejaring sosial (sosial media) menduduki peringkat tertinggi yang dimanfaatkan, mengalahkan pencarian informasi (*browsing/searching*) di posisi kedua. Posisi ke-3 chatting (*messaging*), pencarian berita (ke-4), video (ke-5), email (ke-6). Pencarian berita dan penggunaan email saat ini anjlok tak populer. Perubahan perilaku tersebut menunjukkan digital native (pengguna yang lahir bersama era teknologi internet) telah mendominasi. 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, menunjukkan bahwa permintaan wisatawan yang modern ditandai dengan pelayanan perjalanan wisata, produk, informasi, dan memiliki nilai makna uang (*value for money*) lebih berkualitas tinggi. 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-commeronline 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 2

Frequen Visitor Online Hotel And Ticket Booking Sites In Indonesia



Sumber: W&S Market & Research (Nusaresearch), Desember 2014.

Data diatas merupakan data frekuensi pengunjung website yang diukur selama 3 bulan terakhir di tahun 2014 yang mengakses *Online Hotel dan Tiket Booking Sites* di Indonesia. Dari data tersebut Traveloka.com

menjadi website dengan ranking pertama dengan persentase 47,4%. Sehingga bisa dilihat 5 dari 10 website pilihan yang sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia diantaranya Traveloka, Tiket.com, Agoda, Wego Indonesia, dan Pegipegi sebagai pilihan OTA di Indonesia. Dikaitkan dengan data-data diatas, dalam dua tahun terakhir ini cukup berdampak pada penjualan travel agent (konvensional) 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 okupansi 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 oleh travel online yakni sekitar 4% lebih rendah dari yang konvensional. 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 tradisional* yang berada di kota Yogyakarta ini. 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 tradisionall 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.”**Pengaruh Penggunaan Online Travel Agent Terhadap Travel Agent Tradisional dalam pembelian kamar hotel di Hotel Rich Yogyakarta**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dapat diketahui berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas bahwa indikator masalah utamanya adalah kemunculan *online travel agent* yang menyebabkan pendapatan *travel agent tradisional* menurun, sehingga peneliti membuat rumusan masalah Apakah ada pengaruh penggunaan online travel agent terhadap travel agent tradisional dalam pembelian kamar di Hotel Rich Yogyakarta

## **C. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini peneliti membatasi beberapa masalah diantaranya:

1. Penelitian ini menilai tingkat penggunaan online travel agent dan travel agent tradisional dalam penjualan kamar di hotel rich yogyakarta.
2. Penelitian ini Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan online travel agent terhadap travel agent tradisional dalam penjualan kamar dihotel rich yogyakarta.

3. Penelitian ini juga untuk mengetahui tingkat kepuasan tamu dalam menggunakan online travel agent dan travel agent konvensional.
4. Istilah online travel agent ini merupakan secara general dimana maksudnya adalah e-commerce yang dapat mempermudah akses customer dan juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.
5. Responden dalam penelitian ini adalah tamu dan staf hotel di kota Yogyakarta.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang penulis buat, maka dibuat tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan Online travel Agent Terhadap Travel Agent Tradisional dalam pembelian kamar di Hotel Rich Yogyakarta
2. Mengetahui seberapa besar pengaruhnya online travel agent terhadap travel agent konvensional dalam perbandingan penjualan kamar di hotel Yogyakarta.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat penelitian yang peneliti buat, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Dari hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya terutama dalam hal memberikan masukan atau referensi terhadap mahasiswa mengenai efektifitas dari penerapan teknologi modern dalam indrustri pariwisata.

## 2. Bagi penulis

Sebagai tambahan wawasan dan juga sebagai tolak ukur dari penerapan ilmu dan juga teori yang telah penulis dapatkan selama di bangku perkuliahan dan mengakplikasikannya pada saat penelitian.

## 3. Bagi travel agent

Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan dapat di jadikan sebagai bahan masukan dan juga bahan evaluasi terhadap pengelolaan travel agent sehingga dapat meningkatkan kualitas dari travel agent tersebut.