

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak ragam tempat destinasi wisata. Menurut Salah Wahab (Salah,2003) dalam bukunya “Tourism Management” pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Kini sektor pariwisata mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik itu dari segi pelayanan maupun teknologinya. Menteri Pariwisata Arief Yahya (2019) mengatakan, berkembangnya tren tourism 4.0 ditandai dengan adanya perubahan perilaku wisatawan yang cenderung lebih mandiri dan individual.

Permintaan pariwisata setiap tahun mengalami peningkatan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) di tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami kenaikan khususnya pada bulan Juni 2019 sebesar 15,48 persen atau secara kumulatif kunjungan wisatawan datang ke Indonesia adalah sebesar 7,83 juta kunjungan. Tentunya hal ini menjadi efek ganda bagi perekonomian dengan adanya peningkatan kunjungan wisatawan, peningkatan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) juga ikut terdongkrak. Jika meninjau dari data Badan Pusat Statistik (BPS) tersebut,

tentu Indonesia masih menjadi tujuan utama destinasi wisatawan mancanegara maupun lokal untuk belibur.

Menurut Agus Sulastiyono, hotel adalah perusahaan atau badan usaha yang menyediakan layanan menginap untuk orang-orang yang melakukan perjalanan. Dikelola oleh pemilik atau ownernya dengan layanan tempat tidur beserta fasilitasnya makanan dan minuman serta fasilitas lainnya. Untuk dapat menggunakan layanan yang disediakan oleh pemilik hotel menurut Sulastiyono, seseorang harus membayar dengan tarif atau harga yang ditentukan. Karena bisnis ini berhubungan dengan orang-orang sebagai pelanggan, maka bisnis ini berhubungan dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan disini merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Yunus dan Budiyanto (2014) menyatakan fasilitas hotel mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Kemajuan jaman dan kesadaran manusia untuk menggunakan teknologi dalam kehidupannya merubah banyak faktor kehidupan masyarakat termasuk pola jual-beli. Menurut Laudon (2007:77) 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 Chaffey (2009:10) definisi e-commerce seringkali hanya untuk merujuk pada membeli dan menjual menggunakan Internet; orang langsung berpikir tentang pembelian eceran konsumen dari perusahaan, padahal e-

commerce melibatkan lebih dari mediasi transaksi secara elektronik antara organisasi dan pelanggan sehingga e-commerce harus dipertimbangkan sebagai keseluruhan mediasi transaksi antara organisasi dan berbagai pihak ketiga yang berhubungan dengan organisasi tersebut.

Kehadiran internet juga merevolusi pengembangan bisnis di bidang *tourism* dari tradisional menjadi *online* (Law, 2009), misal berkembangnya penjualan tiket transportasi dan hotel secara *online* melalui *Online Travel Agent (OTA)* yang mulai banyak menggantikan keberadaan travel agents tradisional (Inversini & Masiero, 2014). Sistem informasi yang diterapkan pada industri perhotelan salah satunya adalah sistem informasi reservasi kamar hotel yang juga dapat diterapkan secara *online*. Menurut Halim (2016), memesan kamar hotel melalui internet cukup aman, mudah dan banyak pilihan. Kemudahan menemukan informasi dan kemudahan dalam kegiatan transaksi seperti reservasi kamar hotel akan menciptakan rasa puas bagi para konsumen. Jadi konsumen tidak lagi merasa cemas apabila memerlukan akomodasi penginapan, karena memesan kamar secara *online* ini tidak terbatas ruang dan waktu.

*Online Travel Agent* saat ini tengah populer di kalangan masyarakat terutama di generasi milenial seperti sekarang ini. *Online Travel Agent* (traveloka, pegipegi, tiket.com, agoda) menurut Malla (2016) adalah agen perjalanan yang berperan sebagai media promosi dan penjualan secara *online* melalui website. Produk-produk yang terdapat di dalamnya yakni mencakup reservasi hotel, tiket penerbangan, paket perjalanan, kegiatan

atau wana wisata, dan penyewaan mobil. Disini peran internet menyebabkan *OTA* menjadi jalur distribusi yang lebih efektif dibandingkan travel agent tradisional (Carroll & Siguaw, 2003; Garces et al., 2004).

Hotel Minang Permai 3 ialah hotel berbintang 1 di Kota Pacitan yang berlokasi tepatnya di Jl. Pramuka 31 Balong, Sidoarjo, Pacitan. Hotel menawarkan area menginap yang minimalis dengan suasana *homy* serta memiliki lokasi strategis yang memudahkan tamu untuk menjangkau beragam destinasi wisata di Pacitan. Dalam memasarkan produk dan jasanya, Hotel Minang Permai 3 juga menerapkan sistem reservasi *online* yang menjalin kerjasama dengan beberapa pihak dari *Online Travel Agent (OTA)*. Dengan diterapkannya sistem reservasi *online* melalui aplikasi *Online Travel Agent (OTA)* ini peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana relasi antara pihak hotel dengan pihak *OTA*, diantaranya yaitu mengenai penetapan harga, metode pembayaran, fasilitas yang diberikan dan keuntungan yang diperoleh pihak hotel dengan menjalin kerjasama dengan pihak *OTA*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Pengelolaan Sistem Reservasi *Online* Melalui Aplikasi *Online Travel Agent* Pada Hotel Minang Permai 3”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu dampak diterapkannya sistem reservasi *online* yang menjalin kerja

sama dengan pihak *Online Travel Agent* dan pengaruhnya terhadap jumlah pengunjung yang menginap.

### C. Batasan Masalah

Dari uraian identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian difokuskan pada analisis pengelolaan sistem reservasi *online* yang bekerja sama dengan pihak *Online Travel Agent (OTA)* yang ada di Hotel Minang Permai 3.
2. Aplikasi *Online Travel Agent (OTA)* yang akan dianalisa adalah *Traveloka*.

### D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dibahas oleh penulis dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana mengelola hotel dengan menggunakan sistem reservasi *online* yang menjalin kerja sama dengan pihak *Online Travel Agent*?
2. Bagaimana dampak keterlibatan dari pihak *Online Travel Agent* terhadap jumlah pengunjung?

### E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengelolaan hotel yang menerapkan sistem reservasi online melalui aplikasi *Online Travel Agent* dan relasi antara kedua belah pihak.

2. Mengetahui dampak diterapkannya sistem reservasi berbasis *online* yang menjalin kerja sama dengan *Online Travel Agent* terhadap kenaikan jumlah pengunjung.

## F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dapat menambah pengetahuan dalam melakukan penelitian di bidang analisis pengelolaan sistem reservasi *online* pada hotel.
  - b. Dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti lain.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Peneliti, untuk memenuhi sebagian persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada program Studi Pendidikan Informatika.
  - b. Bagi Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Pacitan, hasil penelitian ini dapat menambah koleksi bacaan dan bahan yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi tentang pengelolaan sistem reservasi *online* pada hotel.
  - c. Bagi Khalayak Umum, dapat dijadikan sumber informasi dalam melakukan reservasi *online* di hotel Minang Permai 3 melalui aplikasi *Online Travel Agent (OTA)*.