

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa yang sudah semakin berkembang ini, berbagai jenis usaha bisnis maupun organisasi banyak bermunculan. Salah satu usaha bisnis yang berkembang dengan sangat pesat di masa sekarang adalah *start-up*. *Start-up* atau perusahaan rintisan dalam Bahasa Indonesia dapat secara umum didefinisikan sebagai perusahaan yang belum lama berdiri dan memiliki tujuan untuk menemukan model bisnis yang sesuai serta segmentasi pasar yang tepat melalui fase pengembangan dan penelitian yang dilakukan secara terus menerus (idcloudhost.com, 2020).

Pengembangan dan penelitian yang terus-menerus dilakukan oleh perusahaan *start-up*/perusahaan rintisan pada umumnya memanfaatkan teknologi dan/teknologi informasi untuk menghasilkan produk/jasa yang dapat digunakan oleh masyarakat luas. Perusahaan rintisan di Indonesia identik dengan pemanfaatan teknologi informasi untuk menciptakan produk/jasa yang dikemas dalam sebuah aplikasi digital, namun jika tidak memasukkan unsur penggunaan teknologi informasi sebagai dasar menghasilkan sebuah produk maka usaha tersebut dapat dikategorikan sebagai Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Baskoro, 2013).

Menurut Eric Reis (2011), *startup* dapat didefinisikan sebagai sekumpulan individu yang menciptakan dan memperjualbelikan produk atau layanan baru pada kondisi pasar yang tidak pasti dalam upaya penemuan kerangka bisnis yang tepat, oleh karena itu pasar yang digeluti oleh *startup* memiliki sifat yang terus berubah dan memiliki tingkat ketidakpastian yang tinggi. Hal ini yang menjadikan perusahaan *startup* dan perusahaan lainnya berbeda.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut maka dapat dikatakan bahwa *startup* merupakan jenis usaha yang memanfaatkan dan memaksimalkan teknologi untuk menciptakan produk serta layanan yang berbasis aplikasi digital. Produk, layanan, serta perusahaan *startup* itu sendiri pun akan terus diteliti dan dikembangkan dalam upaya menemukan kerangka bisnis yang tepat agar dimasa depan dapat menemukan target pasar yang sesuai.

Dalam upaya menemukan target pasar yang sesuai dan tepat, perusahaan *startup* perlu mencari tahu dan melakukan penelitian mengenai minat dan ketertarikan konsumen/masyarakat. Untuk melayani kebutuhan serta minat konsumen yang berbeda-beda maka terdapat beberapa jenis *startup* yang berbeda-beda di Indonesia.

Beberapa jenis *startup* utama di Indonesia antara lain adalah *startup* bidang transportasi (*ride-hailing*), *startup* bidang edukasi/pendidikan (*edtech*), *startup* bidang keuangan (*fintech*), *startup* bidang kesehatan (*healthtech*), *startup* bidang perdagangan/komersial (*e-commerce*), serta *startup* bidang pariwisata dan akomodasi (*Online Travel Agency*) (dailysocial.id, 2019).

Online Travel Agency atau OTA pada umumnya merupakan perusahaan yang memiliki ruang lingkup bisnis yang tidak jauh berbeda dengan agen *travel* konvensional. Sebagai pembeda, OTA menyediakan produk dan layanan melalui aplikasi digital. Pengguna dapat melakukan transaksi pencarian produk dan layanan, reservasi/pemesanan, hingga pembayaran melalui satu sentuhan di layar *smartphone* (binus.ac.id, 2017).

Online Travel Agency atau OTA memudahkan banyak orang untuk mengakses produk dan layanan pariwisata dikarenakan OTA memasarkan produk dan layanannya melalui situs *web* serta aplikasi digital. Setiap Orang yang memiliki koneksi internet akan dengan mudah mengakses produk atau layanan yang disediakan oleh OTA (Wahyunadi, 2017). Saat ini *startup* OTA berbasis situs *web* dan aplikasi digital sudah banyak ditemui diantara perusahaan *startup* lainnya di Indonesia. Beberapa diantaranya adalah tiket.com, traveloka, dan pegipegi.com (Indozone.id, 2020).

Salah satu *startup* OTA yang sudah tidak asing terdengar dan sudah menyajikan produk serta layanan berbasis aplikasi digital sejak 2011 adalah tiket.com.

Tiket.com merupakan perusahaan *Online Travel Agency* (OTA) pertama di Indonesia yang didirikan pada tahun 2011 dan sejak pertama didirikan selalu berupaya untuk menjadi yang terbaik serta menjadi OTA yang berpusat pada pelanggan (*most customer-centric OTA*). Perusahaan yang berfokus pada penyediaan jasa reservasi/pembelian tiket ini dibangun oleh empat pemuda yang luar biasa yaitu Gaery Undarsa, Dimas Surya, Wenas Agusetiawan, dan Natali Ardianto. Keempat pemuda ini membangun perusahaan tiket.com dengan kepercayaan dan harapan bahwa jika seluruh masyarakat Indonesia bisa dengan mudah dan efisien berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya, Indonesia akan menjadi negara yang lebih maju dikemudian hari. Maka dari itu, tiket.com hadir untuk membawa inovasi bagi orang banyak agar dapat memesan tiket dan mengakses produk serta layanan pariwisata dengan lebih praktis dan dapat diakses dari manapun. Tidak sedikit orang akan lebih mudah dan cepat dalam bepergian jika seluruh proses yang memakan waktu lama dan rumit tersebut dapat dihapuskan.

Tahun 2015 merupakan awal tiket.com mulai mendapatkan penghargaan-penghargaan bergengsi. Beberapa diantaranya adalah *Top Brand Award 2015, Category Online Travel Agency* dan *The Best IT System 2015*.

Pada tahun 2016-2018 tiket.com terus meraih prestasi dan penghargaan, beberapa diantaranya adalah membuka kantor representatif baru di Yogyakarta pada tahun 2016, menjadi bagian dari Djarum pada tahun 2017, kemudian menjadi *Official Partner* Kementerian Pariwisata Republik Indonesia pada tahun 2018. Pada tahun 2019 tiket.com meraih penghargaan *Fastest Growing OTA 2019 – Sabre*.

Pada tahun 2020, pandemi COVID-19 melanda Indonesia dan membawa dampak yang sangat buruk bagi perekonomian dunia dan Indonesia. Industri pariwisata di Indonesia dan seluruh dunia pun ikut terdampak oleh serangan virus COVID-19 ini (detiknews, 2020). Tiket.com sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri pariwisata pun juga terkena imbas dari terjadinya pandemi COVID-19. Meskipun sempat mengalami pemerosotan pendapatan sebanyak 75% dan membuat tiket.com merubah fokus bisnisnya dari penjualan tiket menjadi penanganan pelanggan/*customer handling*, tiket.com tidak berhenti menyiapkan strategi dan menciptakan inovasi-inovasi baru untuk dapat bertahan dan melalui masa pandemi COVID-19 (kemenparekraf.go.id, 2020).

Beberapa inovasi yang dihadirkan oleh tiket.com untuk dapat bertahan dan beradaptasi pada masa pandemi COVID-19 antara lain adalah memperkenalkan fitur-fitur baru yang dapat membantu meyakinkan masyarakat luas terutama pengguna aplikasi tiket.com untuk bepergian secara aman dan nyaman di masa yang tidak menentu saat ini. Fitur-fitur baru tersebut antara lain adalah tiket FLEXI dan tiket CLEAN.

Fitur tiket CLEAN memastikan bahwa akomodasi yang tersedia di aplikasi tiket.com telah menerapkan protokol kesehatan yang ketat sehingga pengguna aplikasi tiket.com tidak perlu ragu ketika ingin menginap di hotel/penginapan lain di aplikasi tiket.com. Di lain sisi, fitur tiket FLEXI memberi kenyamanan dan keleluasaan bagi para pengguna aplikasi tiket.com untuk membeli tiket penerbangan dengan tanggal yang dapat diubah dikemudian hari jika pemesan berhalangan untuk terbang pada tanggal yang telah dipesan sebelumnya.

Di sepanjang tahun 2020-2021, tiket.com tidak berhenti mencetak prestasi dan penghargaan. Beberapa diantaranya adalah *Best Companies to Work in Asia by HR Awards 2020*, melakukan kolaborasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) sebagai upaya memulihkan sektor pariwisata Indonesia melalui kampanye #DiIndonesiaAja, dan menjadi pelopor penyediaan sentra vaksinasi untuk kegiatan vaksinasi masyarakat yang berusia 18 tahun+ di Jakarta pada tahun 2021 (blog.tiket.com, 2021).

Inovasi, pencapaian dan penghargaan yang telah diraih dan dicetak oleh perusahaan pelopor *Online Travel Agency* (OTA) di Indonesia ini memberikan inspirasi dan motivasi yang besar bagi penulis untuk melaksanakan magang bersama tiket.com.

Program magang yang penulis laksanakan bersama tiket.com memberikan kesempatan, peluang, dan pengalaman bagi penulis untuk belajar dan merasakan lingkungan kerja yang sesungguhnya di dunia *startup* OTA terutama di departemen dimana penulis melaksanakan magang yaitu departemen *International Business* dibawah direktorat *Commercial*. Penulis mendapatkan hak istimewa dengan melaksanakan magang dengan posisi *Partnership Executive Intern* di departemen *International Business* di bawah direktorat *Commercial* untuk memperoleh informasi mengenai bidang pekerjaan yang penulis kerjakan, perkembangan/upaya departemen *International Business* beradaptasi pada masa pandemi COVID-19, serta cara dan budaya kerja di dalam *startup* OTA. Penulis juga termotivasi untuk mengasah dan mengembangkan kemampuan serta kompetensi penulis khususnya yang berhubungan dengan bidang *startup* OTA agar penulis dapat berkontribusi membawa perubahan yang baik dan dampak yang signifikan bagi departemen *International Business* serta tiket.com secara keseluruhan.

Penulis berharap melalui pengetahuan, kemampuan, serta pengalaman yang penulis peroleh dan kembangkan bersama tiket.com akan membawa tiket.com ke jenjang yang lebih tinggi sehingga dapat memaksimalkan pemulihan serta pengembangan sektor pariwisata di Indonesia.

B. Tujuan Magang

Penulis melaksanakan program magang dengan tujuan:

1. Tujuan Umum

Penulis melaksanakan kegiatan magang untuk menyelesaikan tugas akhir sebagai salah satu persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par.).

2. Tujuan Khusus

Penulis ingin memperoleh kesempatan dan pengalaman baru di dunia kerja khususnya di bidang *startup* OTA agar dapat mengembangkan serta mengasah kemampuan dan keterampilan penulis sebagai persiapan memasuki dunia kerja di masa yang akan datang.

C. Manfaat Magang

Penulis berharap setelah selesai melaksanakan magang, penulis dapat membawa manfaat bagi:

1. Manfaat Magang bagi Peserta Magang

Penulis memperoleh pengetahuan dan pengertian yang lebih mendalam mengenai bidang *startup* OTA khususnya departemen *International Business*.

Penulis mengembangkan dan mengasah keterampilan/*skill* dalam hal mengoperasikan sistem *extranet*, *project management skills* dimana penulis menjadi lebih terorganisir dan mampu memprioritaskan pekerjaan yang harus diselesaikan dengan cepat, serta *time management skills* dimana penulis menjadi lebih mampu untuk mengatur waktu sehingga dapat menyelesaikan seluruh pekerjaan dengan tepat waktu.

2. Manfaat Magang bagi Program Studi

Memberikan informasi terkini dan perkembangan terbaru mengenai industri pariwisata khususnya di bidang *startup* OTA agar dapat menyesuaikan dengan perkembangan yang ada serta menjalin hubungan kerjasama yang baik antara tiket.com dan program studi Usaha Perjalanan Wisata Universitas Pelita Harapan.

3. Manfaat Magang bagi tiket.com

Mendapat ide-ide dan inovasi baru yang positif untuk berkembang menjadi jauh lebih baik lagi di masa yang akan datang. Dengan adanya kontribusi positif dari peserta magang juga turut membantu tercapainya target dan proyek yang menjadi fokus setiap pekerja tiket.com dengan lebih efektif dan efisien.

D. Sistematika Penulisan

1. BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang penulis melaksanakan dan membuat laporan magang sebagai tugas akhir, tujuan penulis melaksanakan magang, manfaat magang, dan sistematika penulisan untuk setiap bab yang penulis susun dalam tugas akhir ini.

2. BAB II Dasar Pemikiran

Dalam bab ini penulis menguraikan dasar pemikiran pemilihan lokasi dan bidang magang yang didukung oleh fakta dan/data reliabel.

3. BAB III Gambaran Umum Perusahaan Tempat Magang

Dalam bab ini penulis menguraikan gambaran umum obyek penelitian yang menjelaskan profil dari tempat magang penulis, aktivitas magang, metode pelaksanaan magang yang diterapkan kepada penulis, bentuk-bentuk dukungan serta kendala yang penulis hadapi saat melaksanakan kegiatan magang.

4. BAB IV Hasil Pembahasan

Dalam bab ini penulis menguraikan landasan teori yang berkaitan dengan topik yang diangkat dalam menyusun laporan magang, analisis yang mencakup permasalahan yang menjadi topik pembahasan dengan menggunakan teori yang relevan, dan rekomendasi perbaikan oleh penulis.

5. BAB V Refleksi Diri

Dalam bab ini penulis menguraikan penjabaran mengenai manfaat yang didapat dari tempat magang mulai dari pengembangan *soft skill*, *hard skill*, kemampuan kognitif, dan aktualisasi diri. Pada bab ini penulis juga menguraikan mengenai rencana pengembangan dan/perbaikan diri guna memperoleh kesuksesan dalam bekerja.

6. BAB VI Simpulan

Dalam bab ini penulis menguraikan simpulan dari hasil analisis permasalahan/jawaban dari permasalahan yang diangkat dalam laporan magang.

