

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....                             | ii   |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....                                  | iii  |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....  | iv   |
| ABSTRAK .....   | v    |
| ABSTRACT.....   | vi   |
| KATA PENGANTAR .....  | vii  |
| DAFTAR ISI.....   | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xi   |
| DAFTAR SINGKATAN .....  | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN.....  | 1    |
| 1.1. Latar Belakang .....   | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....  | 6    |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....   | 7    |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....  | 7    |
| 1.5. Sistematika Penelitian .....   | 8    |
| BAB II KERANGKA BERPIKIR .....  | 10   |
| 2.1. Tinjauan Pustaka .....   | 10   |
| 2.1.1. Pariwisata dalam Hubungan Internasional.....                             | 10   |
| 2.1.2. Perkembangan Sektor Pariwisata di Asia Tenggara .....                    | 12   |
| 2.1.3. Dampak Sektor Pariwisata terhadap Perekonomian Negara.....               | 14   |
| 2.1.4. Strategi dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata .....                      | 16   |
| 2.1.5. Peran dari <i>Online Travel Agencies</i> terhadap Sektor Pariwisata..... | 18   |
| 2.2. Teori dan Konsep .....   | 20   |
| 2.2.1. Neoliberalisme .....   | 20   |
| 2.2.2. Perusahaan Multinasional .....   | 23   |
| 2.2.3. Strategi Pemasaran Global .....  | 24   |
| 2.2.4. <i>Marketing Mix</i> .....   | 26   |

|   |    |
|---|----|
| 2.2.5. <i>Multiplier Effects</i> .....  | 29 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....  | 32 |
| 3.1.    Pendekatan Penelitian.....  | 32 |
| 3.2.    Metode Penelitian.....  | 33 |
| 3.3.    Teknik Pengumpulan Data .....   | 35 |
| 3.4.    Teknik Analisis Data .....  | 35 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....   | 37 |
| 4.1.    Sejarah Perkembangan Ekspansi Traveloka di Asia Tenggara .....                                    | 37 |
| 4.2.    Strategi Pemasaran Global Traveloka .....   | 40 |
| 4.2.1.    Strategi <i>Brand Image</i> Traveloka .....   | 43 |
| 4.2.2.    Strategi Pemasaran Global Traveloka di Malaysia .....   | 48 |
| 4.2.3.    Strategi Pemasaran Global Traveloka di Singapura.....   | 59 |
| 4.2.4.    Strategi Pemasaran Global Traveloka di Thailand.....  | 67 |
| 4.3.    Kontribusi Traveloka terhadap Pembangunan Sektor Pariwisata dan<br>Perekonomian Negara .....      | 75 |
| 4.3.1.    Kontribusi Traveloka terhadap Pembangunan Sektor Pariwisata dan<br>Perekonomian Malaysia.....   | 80 |
| 4.3.2.    Kontribusi Traveloka terhadap Pembangunan Sektor Pariwisata dan<br>Perekonomian Singapura ..... | 84 |
| 4.3.3.    Kontribusi Traveloka terhadap Pembangunan Sektor Pariwisata dan<br>Perekonomian Thailand .....  | 88 |
| BAB V KESIMPULAN.....   | 93 |
| 5.1.    Kesimpulan.....   | 93 |
| 5.2.    Saran .....   | 95 |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 96 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 4.2.1.1. Logo Traveloka .....                      | 45 |
| Gambar 4.2.2.1. Laman Instagram Traveloka Malaysia.....   | 57 |
| Gambar 4.2.2.2. Iklan Youtube Traveloka Malaysia.....     | 58 |
| Gambar 4.2.3.1. Artikel pada Traveloka News.....          | 63 |
| Gambar 4.2.3.2. Laman Instagram Traveloka Singapura ..... | 66 |
| Gambar 4.2.4.1. Artikel pada Traveloka News.....          | 71 |
| Gambar 4.2.4.2. Laman Instagram Traveloka Thailand .....  | 74 |
| Gambar 4.2.4.3. Laman Youtube Traveloka Thailand.....     | 75 |

## DAFTAR SINGKATAN



|       |  |
|-------|--|
| ASEAN | : Association of Southeast Asia Nations    |
| CBBE  | : Customer-Based Brand Equity              |
| CBT   | : Community-based Tourism                  |
| CEO   | : Chief Executive Officer                  |
| ERL   | : Express Rail Link Malaysia               |
| GDP   | : Gross Domestic Product                   |
| GIC   | : Guaranteed Investment Certificates       |
| GSTC  | : Global Sustainable Tourism Council       |
| GVA   | : Gross Value Added                        |
| IGO   | : International Governmental Organization  |
| MHTC  | : Malaysian Healthcare Travel Council      |
| MMA   | : Malaysian Medical Association            |
| MOC   | : Memorandum of Cooperation                |
| MNC   | : Multinational Companies                  |
| MRT   | : Mass Rapid Transit                       |
| NGO   | : Non-Governmental Organization            |
| TAT   | : The Tourism Authority of Thailand        |
| UMKM  | : Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah         |
| UNWTO | : United Nation World Tourism Organization |
| WTC   | : World Tourism Council                    |

## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN A

Lembar Monitoring Bimbingan ..... A-1

### LAMPIRAN B

Curriculum Vitae.....B-1

### LAMPIRAN C

Hasil Laporan Turnitin.....C-1

