

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia adalah negara yang sangat kaya akan keindahan alam dan beraneka ragam budaya. Masyarakat Indonesia dengan segala hasil budayanya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara menjadi titik sentral, subyek pembangunan dan kekuatan dasar pembangunan dan kekuatan dasar pembangunan kepariwisataan Muljadi (2012: 37). Pada segi keindahan alamnya dan letaknya yang sangat strategis serta banyak perbukitan, laut dan pegunungan yang indah, hal itu menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang ke negara ini. Keindahan alam ini tidak lepas dari peran pemerintah dan masyarakat sebagai agen untuk meningkatkan pengembangan dan kemajuan pada sektor pengembangan khususnya dibidang pariwisata. Pemerintah pada saat sekarang ini makin gencar mengembangkan sumber daya pariwisata yang akan direncanakan sebagai sumber devisa, oleh karena itu pemerintah menyadari pentingnya pariwisata sebagai sektor yang dapat memperbaiki taraf hidup masyarakat. Keadaan alam di Indonesia merupakan komponen penting dalam sektor pariwisata di Indonesia. Pariwisata juga bisa dianggap sebagai potensi ekonomi yang sangat penting untuk menopang pembangunan (Kurniawan : 2015).

Potensi pariwisata di Indonesia sangatlah besar yang membentang dari sabang sampai merauke dengan segala keanekaragaman dan obyek yang memiliki berbagai seni kebudayaan yang menawan dan ketersediaan sarana pendukung yang berbeda serta memiliki kekhasan khusus disetiap daerah yang bisa dikembangkan

sesuai dengan potensi yang ada di daerah tersebut. Selain itu Pariwisata juga dijadikan sumber pajak dan pendapatan dibanyak negara, salah satunya adalah Indonesia.

**Tabel 1.1 Data wisatawan asing 2014-2019**

Data wisatawan 2015-2019			
Tahun	Wisatawan	Mancanegara	Nusantara
2015	986.339	708.804	277.535
2016	1.113.328	830.921	282.407
2017	1.147.031	822.003	325.028
2018	1.405.554	968.941	436.613
2019	1.377.067	925.854	451.213

*Sumber : Kemenparekraf.go.id*

Seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan di Indonesia, semakin meningkat pula kebutuhan untuk berwisata, termasuk wisatawan yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Sejak tahun 2015-2019 menunjukkan peningkatan pada jumlah wisatawan setiap tahun walau mengalami penurunan pada tahun 2019 tetapi penurunan yang terjadi tidak signifikan. Dan berdasarkan undang-undang no 11 Tahun 2011 pasal 39 ayat 1 dan 2 menyebutkan (1) Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan setiap orang dapat memanfaatkan Cagar Budaya untuk kepentingan agama, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, teknologi, kebudayaan, dan pariwisata. (2) Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pemanfaatan dan promosi Cagar Budaya yang dilakukan oleh setiap orang.

Usaha penyedia layanan travel menjadi sektor yang penting mengingat jumlah tempat wisata di Indonesia yang terus meningkat. Keberadaan usaha tersebut seharusnya bukan hanya dilihat dari sisi entitas bisnis, tetapi juga sebagai

penunjang pendapatan negara yang berasal dari wisatawan asing. Usaha penyedia layanan travel tidak terlepas dari beberapa kendala yang dihadapi. Kendala tersebut merupakan hambatan yang cukup kompleks dalam menjalankan usaha. Kendala yang dimaksud adalah tingginya tingkat risiko yang dihadapi. Risiko yang dihadapi dalam usaha travel agensi ini adalah risiko usaha baik itu risiko harga, risiko penjualan, maupun risiko pendapatan.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Penyedia Layanan Pariwisata tahun 2015-2019**

Jumlah Penyedia Layanan Pariwisata				
Tahun	Bandung		Jawa Barat	
	Usaha/ Perusahaan	Rata-Rata Tenaga Kerja	Usaha/ Perusahaan	Rata-Rata Tenaga Kerja
2015	26	11	41	8
2016	52	12	73	6
2017	58	21	75	14
2018	67	9	104	16
2019	70	8	140	22

*Sumber : bps.go.id*

Meningkatnya jumlah penyedia layanan travel atau bisa disebut *travel agency* tentu tidak terlepas dari keberhasilan secara swadaya dalam mengembangkan potensi diri untuk meraih sejumlah prestasi seperti kemampuan didalam memenuhi kebutuhan hidup dan memberikan sumbangan yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Jika kita mengacu pada istilah kinerja. Kinerja merupakan hasil yang diperoleh perusahaan, atau pun sekelompok orang setelah memanfaatkan berbagai sumber daya yang terdapat didalam perusahaan atau dimiliki individu.

Sektor pariwisata tidak jauh beda dengan sektor ekonomi dalam perkembangannya sektor pariwisata juga mempunyai dampak dan mempunyai pengaruh dampak positif maupun dampak negatif terhadap kehidupan masyarakat setempat. Untuk mencegah perubahan itu menuju kearah negatif maka diperlukan suatu perencanaan yang mencakup aspek fisik, sosial dan ekonomi. Hal ini perlu dilakukan untuk mendukung keberhasilan pengembangan daerah wisata yang bersangkutan (Biantoro, 2014).

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Anggota ASITA Jawa Barat**

JUMLAH ANGGOTA ASITA JABAR PER KOTA	
Bandung	40
Cianjur	15
Sumedang	2
Garut	3
Karawang	5
Purwakarta	4
Tasikmalaya	6
Cirebon	14
Jumlah	89

*Sumber : Asita Jabar*

Bandung merupakan kota dengan jumlah destinasi wisata yang beragam sehingga diminati oleh wisatawan. Dan harga pada setiap tempat wisata cenderung beragam dan terkadang harga yang melonjak naik terutama pada saat sebulan menjelang bulan-bulan tertentu, karena banyaknya penyedia layanan pariwisata yang mengharapkan keuntungan.

Dengan bertumbuhnya teknologi di era 4.0 menjadi salah satu faktor yang menunjang dalam bisnis. Implementasi dalam teknologi informasi dirasa penting untuk mempermudah dalam menjalankan bisnis. Untuk dapat mencapai sasaran

tersebut maka para penyedia layanan travel sebagai salah satu penyedia jasa dapat diandalkan karena penyedia layanan travel merupakan salah satu aset nasional yang turut menunjang wisatawan dan ekonomi. Teknologi informasi saat ini berkembang sangat pesat, dan perubahan terjadi dalam semua aspek kehidupan dan tidak mengenal waktu, tempat. Semua perubahan yang terjadi berpengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan suatu masyarakat maupun bangsa di dunia. Secara umum, lingkungan suatu perusahaan terdiri dari kelompok-kelompok yang saling terkait satu sama lain yang memainkan peranan penting dalam menentukan peluang, tantangan dan penghalang yang dihadapi perusahaan. Hal ini pun didukung oleh ASITA yang telah memberikan pembinaan dan himbauan pada semua agensi travel yang ada pada anggota ASITA, berdasarkan berita pada Sindonews yang diterbitkan pada tanggal 22 maret 2019 ASITA membenarkan bahwa mereka sudah mengajak dan menghimbau untuk agensi travel menggunakan layanan digital untuk mempermudah bisnisnya.

**Tabel 1.4**  
**Jumlah Pengguna E-ticketing ASITA Jawa Barat**

Jumlah Pengguna E-ticketing	
Bandung	34
Cianjur	11
Sumedang	0
Garut	1
Karawang	3
Purwakarta	2
Tasikmalaya	3
Cirebon	10
Jumlah	64

*Sumber : ASITA Jabar*

Hal-hal lain yang menyebabkan kegagalan dalam menjalankan usaha travel agensi Asita (Association Indonesian Travel Agency) seperti E-Ticketing menjadikan ketidakpastian dalam penghasilan karena banyak konsumen yang belum paham mengenai tata cara pemesanan menggunakan *E-Ticketing*. Penyediaan produk yang lengkap seperti adanya transportasi, hotel, destinasi wisata dan lain sebagainya menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha travel agensi Asita (Association Indonesian Travel Agency) Kota Bandung. Dalam penetapan harga harus sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen dan tidak berbeda jauh dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing lainnya. Untuk meningkatkan penjualan travel agensi Asita (Association Indonesian Travel Agency) Kota Bandung, mereka harus mampu melayani konsumen dengan baik disaat mereka melakukan pembelian, pelayan yang cepat dapat meningkatkan kepuasan konsumen untuk terus melakukan pembeliannya.

Karakteristik wirausaha memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wirausaha yang ditetapkan dengan kinerja usaha. Karakteristik wirausaha mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko.

Berdasarkan fenomena yang terjadi bahwa tantangan yang dihadapi ASITA Kota Bandung saat ini sangat berat karena persaingan yang semakin ketat. Namun, karena adanya persaingan kita sebagai pelaku usaha berusaha untuk mengedepankan keunggulan masing-masing dan berusaha untuk memuaskan

pelanggan. Situasi seperti ini dipengaruhi karena tingginya minat konsumen untuk membeli, karena adanya mutu, kualitas dan harga yang lebih murah. Hal ini didukung juga oleh perkembangan tempat wisata di Indonesia khususnya kota Bandung sering kali mengalami peningkatan setiap tahunnya, apalagi setiap menjelang bulan-bulan masa liburan besar seperti Hari Raya Idul Fitri, Idul Adha, Natal, dan hari besar lainnya. Jumlah peningkatan tersebut harus pula diikuti oleh sistem yang baik didalam mengelola bisnis sehingga akan menghasilkan layanan wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan dalam dan luar negeri.

Sehubungan dengan hal itu, penulis melakukan survey awal dengan melakukan penyebaran kuisioner terhadap 20 responden pemilik Layanan Penyedia Pariwisata ASITA Kota Bandung mengenai variabel yang diteliti. Berikut adalah hasil survey awal mengenai variabel E-Ticketing.

**Tabel 1.5**  
**Survey Awal Tanggapan Pengusaha Tentang E-ticketing**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1	Apakah sudah mampu memberikan pelayanan yang akurat dan sesuai.	13 orang 65%	7 orang 30%
2	Sudahkah memiliki daya tanggap kepada pelanggan dalam merespon permintaan mereka	14 orang 70%	6 orang 30%
3	Apakah menggunakan bukti pesanan elektronik secara virtual sebagai sarana untuk menunjang bisnis.	7 orang 35%	13 orang 65%
Total persentase		100%	100%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi mengenai penggunaan *E-Ticketing* pada *Travel Agency Asita (Association Indonesian Travel Agency)* memiliki permasalahan dengan keadaan / kondisi usaha

yang mereka jalani yaitu Beberapa dari mereka sudah menggunakan E-ticketing pada bisnis yang mereka jalankan, tetapi beberapa dari mereka tidak menggunakan kembali e-ticketing. Karena kurangnya penggunaan bukti e-ticketing secara virtual atau fisik yang disebabkan oleh kurangnya penggunaan teknologi pada usaha travel agensi yang dimana beberapa dari mereka belum mampu membayar dan memelihara sistem tiket online yang mudah dan terhubung kepada pihak yang bekerja yang disebabkan oleh kurangnya keuntungan atau omset dan dimana hal tersebut mengakibatkan para pelaku usaha mengalami kesulitan dalam melakukan usaha agar tetap mendapatkan keuntungan seperti biasa terutama mengalami kesulitan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Dan pada pertanyaan pertama kepada tujuh pemilik usaha menjawab ya dan tiga belas pemilik usaha menjawab tidak dikarenakan beberapa dari mereka sulit untuk mencari lalu memberi informasi kepada pelanggan dikarenakan masih terbatasnya kemampuan mencari informasi. Lalu pada pertanyaan kedua terdapat enam pemilik usaha yang belum memiliki teknologi yang mumpuni dalam menunjang bisnis nya, hal ini disebabkan oleh beberapa dari mereka masih belum mampu membeli atau menguasai teknologi tersebut. Pokok dari permasalahan disini berada pada pertanyaan ketiga dimana mereka masih belum mampu menggunakan bukti fisik secara virtual dalam menunjang bisnisnya dikarenakan mereka belum mempunyai dan menguasai aplikasi untuk membuat bukti fisik nya sendiri. Dalam Novianti (2020) bahwa Informasi yang ada digunakan untuk membuat keputusan atau membuat efektif dalam perencanaan. Keberhasilan dalam membuat keputusan penting dianggap sebagai inti dari informasi manajemen sistem dan sangat bergantung pada informasi



yang tersedia. Beberapa dari mereka masih mengutamakan penggunaan bukti yang masih manual karena mereka masih nyaman dalam kondisi usaha mereka tersebut dan kurangnya keuntungan menjadi faktor lainnya. Perusahaan haruslah mengenali perubahan lingkungan usahanya. Perubahan lingkungan terjadi pada perubahan permintaan, perubahan tarif, dan perubahan selera pasar. Penyebab E-Ticketing juga dapat disebabkan karena kompetisi, perubahan teknologi, dan globalisasi.

**Tabel 1.6**  
**Survey Awal Tanggapan Pengusaha Tentang Karakteristik Kewirausahaan**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1	Sudahkah percaya diri dalam melakukan penjualan menggunakan elektronik	16 orang 80%	4 orang 20%
2	Sudahkah inisiatif untuk melakukan strategi lain dalam penjualan jika mengalami penurunan	17 orang 85%	3 orang 15%
3	Apakah memiliki motivasi dalam menjalankan usahanya	15 orang 75%	5 orang 25%
4	Sudahkah memiliki sifat kepemimpinan kepeloporan, keteladanan. karena selalu tampil berbeda, lebih dulu, lebih menonjol.	16 orang 80%	4 orang 20%
5	Apakah Berani mengambil risiko ketika jumlah penjualan tidak sesuai dengan rencana	5 orang 25%	15 orang 75%
Total persentase		100%	100%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada *Travel Agency Asita (Association Indonesian Travel Agency)*. Pada pertanyaan pertama sebanyak enam belas pemilik usaha sudah memiliki percaya diri dalam melakukan penjualan dan sisanya empat pemilik usaha sudah. Lalu pada pertanyaan kedua tujuh belas pemilik usaha sudah memiliki inisiatif untuk melakukan strategi lain jika ada nya penurunan atau peristiwa dan 3 pemilik usaha belum melakukan atau belum mempunyai strategi lain. Selanjutnya pada pertanyaan

ketiga sebanyak lima belas orang sudah memiliki motivasi dalam menjalankan usahanya dan lima pemilik lainnya tidak memiliki atau termotivasi. Pada pertanyaan keempat, sudah ada enam belas orang yang sudah memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, dan keteladanan lalu sisanya yaitu empat orang tidak memahami tentang kepemimpinan. Mengenai variabel karakteristik kewirausahaan pada lima belas responden memiliki karakteristik yang kurang baik, dan pada pertanyaan kelima dimana mereka tidak berani mengambil risiko dalam melakukan bisnisnya, karena mereka tetap ingin mendapatkan keuntungan, karena mereka tidak berani mengambil risiko yang dikarenakan mereka masih nyaman dengan kondisi usaha mereka dan kurangnya mencoba hal yang baru sehingga menyebabkan tidak ada perubahan pada bisnisnya sehingga inovasi yang dihasilkan tidak ada perkembangan, contohnya ada pada promo usaha yang tidak ada varian baru, sehingga berkurangnya jumlah minat berwisata sehingga menyebabkan penurunan jumlah wisatawan. Trustorini (2017) menjelaskan bahwa risiko dapat diminimalisir dengan cara meningkatkan keberanian untuk mengambil risiko, dengan cara mengadakan pelatihan agar menumbuhkan sikap kewirausahaannya untuk dapat lebih berani mengambil risiko dalam menjalankan usahanya. Ataupun dengan meningkatkan wawasan agar pengetahuannya dalam berwirausaha dapat lebih meningkat. Dan risiko lainnya berasal dari bencana alam yang terjadi diluar perkiraan mereka.

**Tabel 1.7**  
**Survey Awal Tanggapan Pengusaha Tentang Kinerja Usaha**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1	Apakah memiliki omset penjualan yang baik	12 orang 60%	8 orang 40%
2	Adakah pengembalian tiket jika tidak sesuai dengan permintaan konsumen	16 orang 80%	4 orang 20%
3	Sudah mampu memasarkan produk ke pasar yang baru	16 orang 80%	4 orang 20%
4	Jumlah pemesanan yang meningkat setiap harinya	5 orang 25%	15 orang 75%
Total persentase		100%	100%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada *Travel Agency Asita (Association Indonesian Travel Agency)*, mengenai kinerja usaha pada para pelaku usaha travel terjadinya suatu masalah. Pada pertanyaan pertama dua belas pemilik usaha sudah memiliki omset yang baik dan delapan pemilik usaha memiliki omset yang menurun atau omset yang tidak meningkat. Lalu pada pertanyaan kedua sudah ada sekitar enam belas pemilik usaha bisa dan mampu melakukan pengembalian tiket jika tidak sesuai dengan permintaan konsumen dan empat pemilik lainnya belum mampu melakukan pembelian. Lalu pada pertanyaan ketiga ada sebanyak enam belas orang sudah mampu memasarkan produk mereka ke pasar atau pelanggan yang baru dan empat lainnya belum bisa memasarkan produk ke pasar yang baru. Dan pertanyaan keempat memiliki permasalahan karena hanya lima orang saja yang jumlah pemesanannya meningkat setiap harinya, hal ini disebabkan karena banyak pelanggan yang hanya membeli sesekali saja atau hanya membeli pada waktu tertentu seperti setiap

menjelang bulan-bulan masa liburan besar seperti Hari Raya Idul Fitri, Idul Adha, Natal, dan hari besar lainnya. Dan responden menanggapi bahwa memiliki penjualan yang tidak baik selama momen atau musim liburan tertentu, yang berpengaruh pada kinerja usaha yang kurang baik. Dengan adanya hal ini diketahui bahwa para pelaku usaha telah melakukan upaya untuk meningkatkan kinerja usaha mereka dengan cara tetap mempertahankan kualitas kerja yang mereka miliki, seperti menerima produk yang di kembalikan, jika tidak sesuai dengan permintaan atau harapan konsumen. Hal tersebut menjadi masalah baru dalam menjalani usaha mereka.

Berdasarkan hasil survei tersebut usaha travel agensi di Asita (Association Indonesian Travel Agency) Kota Bandung meningkatkan perkembangannya atau penghasilan dalam penjualan, sehingga keuntungan yang didapatkan tidak sesuai dengan harapan. Permasalahan mengenai karakteristik kewirausahaan bahwa kurangnya kepercayaan diri, inisiatif serta motivasi dalam meningkatkan usahanya menjadi salah satu faktor yang dapat menurunkan penjualannya karena beberapa para travel agensi cepat memutuskan atau menyerah begitu saja tidak ada keberanian mengambil resiko untuk mempertahankan perkembangan usahanya. Setiap usaha travel agensi di Asita (Association Indonesian Travel Agency) harus memiliki karakter dan kemampuan dalam meningkatkan penjualannya agar usahanya dapat bertahan dan sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka penulis mengambil judul **“Pengaruh E-Ticketing dan Karakteristik Kewirausahaan**

## **Terhadap Kinerja Usaha Travel Agensi Asita (Association Indonesian Travel Agency) Kota Bandung”.**

### **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

#### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah penelitian ini adalah :

1. Tidak mempunyai fasilitas dalam mencetak atau merekam bukti tiket secara virtual.
2. Tidak berani mengambil risiko ketika jumlah pesanan jasa tidak sesuai dengan rencana.
3. Jumlah penjualan tidak meningkat setiap harinya.
4. Jumlah penjualan yang ditawarkan menurun jika adanya suatu peristiwa.

#### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai E-Ticketing di Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Karakteristik Kewirausahaan di Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha di Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh E-Ticketing dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung Secara Parsial Maupun Secara Simultan.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah menambah wawasan bagi penulis, terutama untuk mengetahui dalam hal mengenai E-Ticketing, Karakteristik Kewirausahaan, dan Kinerja Usaha. Dan agar mengetahui seberapa besar Pengaruh E-Ticketing dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Ada pula tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tanggapan responden mengenai E-Ticketing di Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Karakteristik Kewirausahaan di Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha di Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh E-Ticketing dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung Secara Parsial Maupun Secara Simultan.

### **1.4 Tempat dan Waktu Penelitian**

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung.

## 2. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan mulai bulan Oktober 2020. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut:

**Tabel 1.9**  
**Waktu penelitian**

No	Kegiatan	Bulan																				
		Oktober				November				Desember				Januari				Februari				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Observasi	■																				
2	Identifikasi Masalah	■																				
3	Pengajuan Judul		■																			
4	Survey Awal		■	■																		
5	Pengajuan UP Bab 1 dan 2			■	■	■	■	■	■													
6	Pengajuan UP Bab 3									■	■	■	■									
7	Sidang UP													■	■							
8	Survey Akhir															■	■	■	■	■	■	■