

Bab I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan kegiatan berwisata yang didukung dengan berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah. Pariwisata juga merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia khususnya dalam beberapa tahun terakhir (Maarif, 2019). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, pertumbuhan jumlah wisatawan mancanegara pada periode 2009 – 2013 adalah 39.2 %, kemudian periode selanjutnya yaitu tahun 2014 – 2018 pertumbuhan jumlah pariwisata berada pada angka 67.6 %. Dengan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia ini pada tahun 2018, PDB dari industri pariwisata mencapai 4,5% yaitu dengan devisa sebesar Rp 229,5 triliun.

Kebutuhan masyarakat untuk *traveling* sangat tinggi dan pasarnya besar, maka dari itu perkembangan *online travel agent* sangat cepat. Bisnis OTA terus memberikan inovasi untuk kemudahan penggunaanya menikmati fasilitas liburan. OTA juga menawarkan paket liburan dan promo yang memudahkan penggunaanya untuk menyesuaikan *budget* yang dimiliki. Adanya internet juga mempengaruhi perkembangan bisnis menjadi *online* dari yang semula tradisional, misalnya pembeian tiket transportasi seperti kereta, pesawat, dan *travel*. Di Indonesia, bisnis *travel* tradisional sudah semakin meredup, hal ini terjadi karena pemesanan hotel dan tiket transportasi sudah menggunakan OTA.

Bisnis OTA dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan, namun kondisi pariwisata mulai berubah semenjak pandemi Covid-19 hadir di Indonesia pada bulan Maret 2020. Seluruh industri dari berbagai sektor mengalami penurunan pendapatan, tidak terkecuali industri pariwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung mencatat perubahan jumlah pengunjung yang berkunjung ke Kota Bandung baik wisatawan nusantara ataupun domestic mengalami penurunan yang signifikan, seperti yang ditampilkan pada Tabel I.1 dibawah ini :

Tabel I. 1 Perubahan Jumlah Wisatawan dan Pendapatan Kota Bandung Selama Tahun 2019-2020

	Wisatawan Total Kota Bandung	Wisatawan Mancanegara	Pendapatan Asli Daerah
Sebelum Pandemi(2019)	7,4 juta wisatawan	350 ribu wisatawan	Rp 780 miliar
Selama meghadapi Pandemi (2020)	3,2 juta wisatawan	21 ribu wisatawan	Rp 391 miliar

(Sumber : PROKOPIM Kota Bandung)

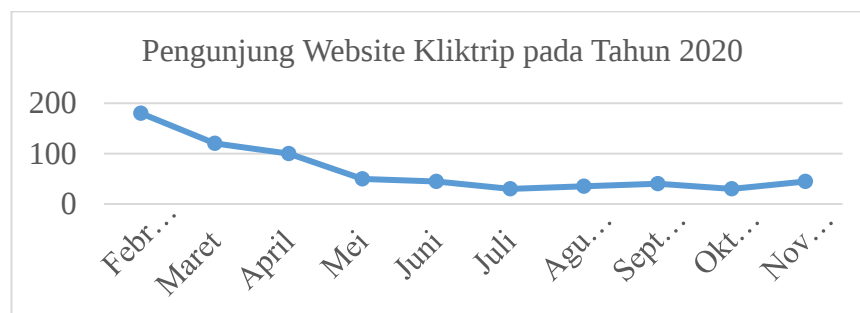
Presiden Joko Widodo menetapkan Peraturan Pemerintah (PP) No 21 Tahun 2020 Pembatasan Sosial Berskala Besar merupakan salah satu tindakan yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk mengurangi penyebaran Virus Covid-19. Dampak dari adanya perintah PSBB membuat beberapa pemilik wisata memilih untuk menutup atau bahkan membatasi jumlah pengunjung. Selain itu, pembatasan sosial berskala besar juga berlaku untuk mudik liburan dan mudik lebaran, sehingga momen liburan dan rekreasi sangat minim atau bahkan tidak terjadi sama sekali. Karena adanya peraturan pemerintah yang membatasi pergerakan masyarakat dan tuntutan protokol kesehatan yang ketat menyebabkan masyarakat sangat selektif dalam menentukan waktu untuk bepergian atau *traveling*. Selain karena kewajiban melakukan protokol kesehatan, masyarakat juga menghindari lokasi keramaian. Hal ini dikarenakan penyebaran Virus Covid-19 bisa terjadi dimana saja, bisa melalui *droplet* pasien positif yaitu saat batuk, bersin, maupun bernafas. Sehingga WHO menyarankan agar masyarakat menghindari tempat yang ramai dan menjaga jarak minimal 1 meter antar individu. Hal ini menyebabkan ketertarikan masyarakat menurun untuk bepergian. Kliktrip merupakan salah satu OTA yang terdampak karena adanya pandemi Covid-19. Seperti yang ditampilkan pada Gambar 1.1, jumlah pendapatan Kliktrip semakin menurun dari rata-rata per bulan mendapatkan Rp 80.000.000 menjadi dibawah

Rp 20.000.000 perbulannya dan pada beberapa bulan pada 2021 tidak terjadi pemesanan sama sekali.



Gambar I. 1 Penurunan Pendapatan Kliktrip
(Sumber: Data Internal Kliktrip)

Dampak lain yaitu pada frekuensi pengunjung *website* Kliktrip (Gambar 1.2) yang mengalami penurunan semenjak adanya Covid-19. *Website* Kliktrip merupakan salah satu *platform* cara pemesanan pelayanan jasa *Online Travel Agent* Kliktrip. Dalam praktiknya, *client* perlu melakukan konfirmasi melalui *customer service* Kliktrip untuk mengetahui ketersediaan produk. Denga adanya peraturan pemerintah yang berubah-ubah, tentunya konsumen akan menanyakan ketersediaan produk dan memastikan kondisi wilayah, maka dari itu perlu dilakukan peningkatan pada *website* Kliktrip untuk dapat menyesuaikan dengan perubahan peraturan pemerintah yang tidak bisa diprediksi.

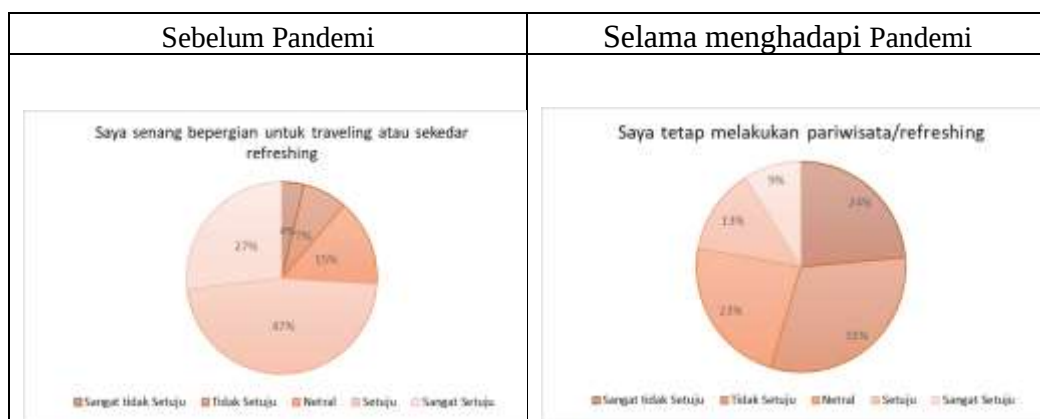


Gambar I. 2 Jumlah Pengakses *Website* Kliktrip.id selama Tahun 2020

Sumber : Data Internal Kliktrip.

Beberapa faktor diatas merupakan faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumen Online Travel Agent Kliktrip. Perubahan perilaku ini dibuktikan dengan hasil kuesioner perubahan peminatan masyarakat sebelum dan selama menghadapi pandemi Covid-19 pada gambar berikut :

Tabel I. 2 Perubahan Peminatan Masyarakat Sebelum & Selama menghadapi Pandemi



Masyarakat sebelum pandemi Covid-19 47% setuju dan 27% sangat setuju untuk bepergian untuk traveling atau sekedar refreshing, sedangkan selama menghadapi pandemi Covid-19 24% sangat tidak setuju dan 31% tidak setuju untuk tetap melakukan pariwisata atau *refreshing*. Sebelum adanya pandemi Covid-19 masyarakat memilih berwisata bersama keluarga atau sekedar *refreshing* untuk menghabiskan akhir pekan bersama keluarga.

Kliktrip melihat kesempatan itu untuk memilih *user persona* atau representasi target pasar sebelum pandemi Covid-19. Target pasar Kliktrip sebelum pandemi berfokus pada masyarakat yang ingin melakukan wisata untuk menghabiskan *weekend* bersama keluarga. Namun dalam masa pandemi peminatan masyarakat dalam melakukan *traveling* sangat berkurang, terbukti dengan penurunan pendapatan Kliktrip dalam 2 tahun terakhir. Kliktrip perlu melakukan perubahan pada produk dan proses bisnis perusahaan agar dapat tetap dapat bertahan dengan perubahan lingkungan yang terjadi. Perubahan proses bisnis dapat dilakukan

dengan 2 cara. Pertama, *eliminate waste process* dan merampingkan proses atau disebut dengan *Business Process Improvement* (Harrington, 1991). Kedua, mendesain ulang proses bisnis untuk memikirkan kembali proses inti yang dapat memberikan nilai banyak kepada konsumen disebut dengan *Business Process Reengineering* (Rosing, Scherr, & Scheel, 2015). Proses bisnis yang lama tidak sepenuhnya dapat memenuhi keinginan konsumen dalam masa pandemi Covid-19, sehingga Kliktrip memerlukan proses bisnis baru. Berdasarkan latar belakang tersebut, Tugas Akhir ini ditujukan untuk melakukan perancangan proses bisnis baru yang relevan dengan kondisi yang terjadi dengan cara merubah proses bisnis yang ada untuk meningkatkan kualitas perusahaan (Rosing, Scherr, & Scheel, 2015) menggunakan metode *Business Process Reengineering*, karena BPR merupakan metode yang dapat merancang ulang proses bisnis yang baru dan meningkatkan fleksibilitas serta kemudahan dalam menangani perubahan, maka BPR dapat menjawab permasalahan pada Tugas Akhir ini.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan permasalahan pada Tugas Akhir ini yaitu :

1. Apa saja *requirement* yang dibutuhkan dalam perubahan proses bisnis Kliktrip?
2. Bagaimana rancangan proses bisnis yang seharusnya dilakukan oleh Kliktrip dengan menggunakan *Business Process Reengineering*?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan beberapa rumusan permasalahan yang telah disampaikan diatas, maka didapat tujuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi *requirement* yang diperlukan untuk melakukan perubahan proses bisnis.
2. Merancang proses bisnis baru dengan menggunakan *Business Process Reengineering*.

I.4 Batasan Tugas Akhir

1. Penyusunan Tugas Akhir dilakukan secara individu dan tidak *cross-functional team*.
2. Pengambilan data Tugas Akhir dilakukan dari bulan Maret 2021 sampai dengan bulan Juli 2021.
3. Hasil analisis berupa usulan untuk perusahaan dan tidak sampai tahap implementasi.
4. Kebijakan pemerintah dalam menangani pandemi sampai dengan bulan Juli 2021.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat Tugas Akhir ini yaitu

1. Menjadi pedoman untuk Kliktrip dalam merubah proses bisnis baru serta mengetahui proses bisnis yang sebaiknya dilakukan dalam rangka menghadapi perubahan perilaku konsumen.
2. Menjadi referensi untuk Tugas Akhir selanjutnya dalam melakukan perancangan proses bisnis dengan menggunakan metode BPR.

I.6 Sistematika Penulisan

Tugas Akhir ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian latar belakang Tugas Akhir mengenai perancangan ulang proses bisnis Kliktrip dengan menggunakan BPR, perumusan masalah yaitu berupa pertanyaan apa saja *requirement* yang dibutuhkan untuk menyusun proses bisnis baru dan bagaimana hasil perancangan proses bisnis yang baru, tujuan Tugas Akhir untuk memberikan *requirement* yang dibutuhkan untuk menyusun proses bisnis baru dan hasil perancangan proses bisnis yang baru, batasan masalah yaitu pengambilan data Tugas Akhir dilakukan dari bulan Maret 2021 sampai dengan bulan Juli 2021, kebijakan pemerintah

atau intruksi pemerintah dalam menangani pandemic sampai dengan bulan Juli 2020, dan hasil analisis berupa usulan untuk perusahaan dan tidak sampai dengan tahap implementasi. Manfaat Tugas Akhir ini ditujukan kepada Kliktrip sebagai pedoman dalam merubah proses bisnis baru serta mengetahui proses bisnis yang sebaiknya dilakukan dalam rangka menghadapi perubahan perilaku konsumen.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi tentang literatur yang diambil dari buku/hasil penelitian/ referensi lain yang akan digunakan dan yang menjadi referensi untuk melakukan Tugas Akhir.

Bab III Sistematika Penyelesaian Masalah

Pada bab ini menentukan bagaimana langkah-langkah Tugas Akhir yang akan dilakukan, terdiri dari perancangan model konseptual /kerangka kerja, kemudian dilanjutkan dengan sistematika pemecahan masalah meliputi : tahap pengumpulan data, tahap pengolahan data, analisis dan evaluasi hasil perancangan, dan tahap kesimpulan dan saran.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Pada bab ini berisi tentang data yang digunakan, antara lain data primer dan data sekunder yang akan digunakan untuk melakukan analisis *PESTLE* dan *Blue Ocean strategy* dengan *output* yaitu *requirement* perubahan proses untuk merancang sistem terintegrasi bersama dengan data APQC PCF dan tujuan perusahaan, sehingga menghasilkan proses bisnis baru pada *Online Travel Agent* Kliktrip.

Bab V Analisa dan Evaluasi Hasil Perancangan

Pada bab ini menjelaskan tentang validasi data hasil perancangan untuk perusahaan yang diperoleh dari data pengolahan data, kemudian dilakukan analisis hasil rancangan yang dibuat.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan hasil penyelesaian masalah yang dilakukan serta diberikan jawaban dari rumusan masalah pada bab I bagian pendahuluan. Saran diberikan untuk Tugas Akhir selanjutnya.