

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dari tahun ke tahun persaingan bisnis semakin ketat. Setiap bisnis berusaha untuk mempertahankan eksistensi dan kepercayaan konsumen terhadap bisnis tersebut. Apalagi perkembangan teknologi semakin meningkat dimana mengharuskan setiap unit bisnis untuk beradaptasi dengan perkembangan ini. Perkembangan teknologi akan mendorong munculnya konsep bisnis berbasis digital yang dikenal dengan *e-commerce*. Berdasarkan hasil penelitian Maryama (2013) menunjukkan bahwa manfaat terbesar *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan dengan persentasi sebesar 31%. Persaingan bisnis dibidang ini sangat besar ditunjukkan dengan data BPS yang menunjukkan bahwa *e-commerce* tumbuh sekitar 17% setiap tahunnya. Berdasarkan pada hasil penelitian Pradana (2015) menjelaskan bahwa aktivitas bisnis secara *e-commerce* maka perusahaan dapat memperluas aktvitas dan menjangkau konsumen dengan lebih mudah. Salah satu bisnis *e-commerce* di Indonesia adalah situs pemesanan Tiket secara *online*.

Dunia bisnis dewasa ini, tidak dapat membuat keputusan penting tanpa mempertimbangkan apa yang dilakukan atau mungkin dilakukan oleh organisasi lain atau individu lain. Berdasarkan data top brand 2018 menunjukkan bahwa sius pemesanan tiket dikuasai oleh Traveloka dengan presentase sebesar 45,7% diikuti Trivago sebesar 6,5%, Pegi-Pegi sebesar 3,1% dan Tiket.com sebesar 2,8%. Traveloka memenangkan persaingan namun dari waktu ke waktu pesaing-pesaing

Traveloka mulai menyaingi *market leader*. Strategi persaingan dibutuhkan setiap situs untuk meningkatkan minat beli konsumen. Tidak hanya pesaing pasar melainkan *market leader* harus mampu menyiapkan strategi persaingan agar tidak digeser oleh pesaing. Strategi persaingan paling ampuh terletak pada aspek pemasaran sehingga setiap situs harus menyiapkan kekuatan pemasaran sebaik mungkin.

Dengan semakin banyaknya situs pemesanan tiket sejenis mengakibatkan konsumen semakin bingung untuk menentukan pilihan. Setiap situs harus mampu mengetahui kelemahan dan kekuatan dari kompetitornya. Masing-masing situs harus mengetahui sejauh mana tingkat kompetitifnya terhadap kompetitor dalam meraih pangsa pasar, sehingga diperlukan suatu strategi pemasaran yang tepat untuk situs tersebut.

Berdasarkan persaingan setiap situs yang semakin ketat sehingga diperlukan strategi yang optimal. Dalam penelitian ini menggunakan metode *game theory* yang berdasarkan bauran pemasaran. Metode ini membandingkan setiap strategi pemasaran situs pemesanan Tiket. Dengan penggunaan metode ini mampu mengetahui kekuatan dan kelemahan setiap situs pesaingnya. Sehingga Traveloka sebagai *market leader* mampu menyiapkan strategi terbaik guna mempertahankan posisinya. Begitu pula Tiket.com, Pegi-peggi dan Trivago mampu menyiapkan solusi strategi untuk berusaha mengalahkan *market leader*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, telah dirumuskan sebuah permasalahan yaitu:

“Bagaimana strategi persaingan pemasaran yang terjadi pada masing-masing situs pemesanan tiket untuk menarik minat beli konsumen?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan-batasan diperlukan agar pelaksanaan penelitian tertuju pada masalah inti penelitian. Batasan-batasan masalah tersebut diantaranya:

1. Situs pemesanan Tiket yang diteliti ialah Traveloka, Trivago, Pegi-peg, dan Tiket.com.
2. Data yang digunakan bersumber dari hasil sebaran kuisisioner *online* (daring) mulai tanggal 24 Desember 2018 – 15 Februari 2019.
3. Penentuan strategi pemasaran hanya ditinjau berdasarkan sudut pandang konsumen yang terdiri dari variabel *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence..*

1.4 Asumsi-asumsi

Adapun asumsi-asumsi yang digunakan dalam membantu memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Perbandingan atribut disesuaikan dengan jenis dan kualitas yang sama.
2. Tidak terjadi perubahan harga selama penelitian.

3. Pengisian kuisisioner daring berdasarkan pengetahuan responden secara umum mengenai situs pemesanan Tiket yang diteliti.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Menentukan strategi pemasaran terbaik pada setiap situs pemesanan tiket untuk memenangkan persaingan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mampu menerapkan materi *game theory* yang didapat mata perkuliahan dengan keadaan dilapangan.
 - b. Menambah pengetahuan penulis khususnya dalam bidang persaingan pasar yang sangat ketat.
 - c. Mampu memahami cara yang baik dalam berkomunikasi langsung dengan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Dari data kuisisioner, pangsa pasar, kelebihan dan kelemahan setiap situs pemesanan tiket maka akan didapatkan gambaran strategi persaingan yang tepat bagi setiap situs untuk menarik minat beli konsumen.

1.7 Sisitematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang penelitian, tujuan penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, untuk membatasi pembahasan permasalahan dan sistematika penulisan yang akan digunakan dalam pembuatan tugas akhir ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan tentang landasan konseptual yang melandasi penelitian ini meliputi teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, hasil penelitian dan karya ilmiah yang berkaitan dengan masalah tersebut di atas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang tahapan dan langkah-langkah yang dilakukan secara bertahap dan sistematis yang diambil dalam penelitian ini. Bab ini mencakup tahapan awal dalam penelitian hingga tahapan akhir

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang hasil yang telah dilakukan serta analisa dari hasil pengolahan data. Hasil yang akan didapatkan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan dibidang pemasaran situs pemesanan tiket yang diteliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang kesimpulan dari analisis dan pada penelitian ini, juga saran-saran yang berkenaan dengan penyempurnaan penelitian ini lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN