

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi informasi merupakan faktor yang paling menentukan untuk memenangkan persaingan dalam segala bidang terutama dalam bidang perdagangan tiket pesawat. Kecepatan memperoleh informasi adalah senjata utama bagi kemajuan suatu badan usaha maupun individu. Informasi yang berkualitas harus akurat, tepat pada waktunya, jelas, dan relevan. Perkembangan internet dewasa ini mendorong tumbuh dan berkembangnya sistem perdagangan *online* seperti bermunculannya toko-toko *online* dan web baik diluar negeri maupun di Indonesia.

Perdagangan melalui sistem elektronik atau lebih sering disebut dengan *e-commerce* menurut UU Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2014 adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Pendapat lain dikemukakan oleh Laudon dan Laudon (2013) bahwa *e-commerce* adalah media perdagangan elektronik yang memiliki karakteristik atau sifat-sifat tertentu. Saat ini perdagangan melalui sistem elektronik biasanya terhubung oleh jaringan internet untuk mengakses toko-toko *online* yang tersedia di dalam jaringan internet.

Peluang penjualan menggunakan sistem elektronik banyak dilirik oleh perusahaan, baik produsen produk maupun jasa yang tidak terkecuali maskapai

penerbangan. Hal tersebut sudah dibuktikan oleh Bonilla & Bonilla (2008) bahwa penjualan terbesar melalui internet adalah untuk melakukan perjalanan, membeli buku, musik dan perkomputeran.

Di Indonesia sendiri sistem penjualan tiket pesawat terbang tidak berbeda dari negara lainnya. Sistem penjualan dibedakan menjadi penjualan tradisional atau manual yang mengharuskan pembeli bertatap muka langsung dengan petugas pertiketan di kantor cabang maskapai atau agen perjalanan, dan penjualan online yang tidak mengharuskan pembeli bertatap muka langsung dengan petugas pertiketan melainkan menggunakan perangkat elektronik mereka yang terhubung dengan jaringan internet. Penjualan melalui online dapat dilakukan dengan membuka situs internet maskapai tertentu, aplikasi telepon pintar maskapai tertentu atau *travel aggregator*.

Pembuatan strategi penjualan tiket *online* merupakan imbas dari kemajuan internet dan peningkatan jumlah internet yang memungkinkan organisasi untuk melakukan bisnis dengan lebih cepat dan masif, yang akhirnya membuat pasar semakin kompetitif dan secara ekstrem mengubah cara konsumen membeli barang dan jasa (Trianggoro, 2014:27).

Namun, terkait dengan hal tersebut penjualan secara manual atau bertatap muka secara langsung dengan petugas pertiketan khususnya pada kantor *sales office* cabang masih cukup diminati oleh para calon penumpang maskapai khususnya Garuda Indonesia Cabang Palembang. Hal ini dikarenakan masih

cukup banyaknya para calon penumpang yang membeli tiket di kantor *sales office* tersebut.

Kantor Cabang Garuda Indonesia Palembang menyediakan pelayanan dalam bentuk pembelian tiket, city check-in, refund atau perubahan jadwal dan rute tiket pesawat Garuda Indonesia. Kantor yang beralamat di Jl. Kapt. Arivai no. 35 Palembang ini dapat melayani rata-rata 80 konsumen perhari pada tahun 2016, jumlah ini menurun drastis dari tahun 2015 lalu yang mana kantor cabang ini dapat melayani rata-rata 100 konsumen perhari. Salah satu penyebab penurunan konsumen yang melakukan proses *ticketing* di *Sales Office* Cabang Palembang ini dikarenakan banyaknya konsumen yang telah beralih menggunakan aplikasi web atau *travel aggregatory* yang mana transaksi melalui aplikasi tersebut sangat mudah untuk dilakukan kapan saja dan dimana saja. Namun, masih terdapat sejumlah konsumen yang masih menggunakan cara manual atau langsung melakukan proses *ticketing* di *sales office* cabang Palembang. Dan tentunya terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi mengapa masih ada konsumen yang masih melakukan proses pembelian tiket secara manual dari pada menggunakan aplikasi berbasis internet yang sedang tren sekarang ini.

Melihat begitu pentingnya sebuah penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tiket Garuda Indonesia secara manual atau bertatap muka langsung dengan petugas pertiketan di *sales office* Garuda Indonesia Cabang Palembang,

atas dasar latar belakang tersebut maka saya mengambil judul untuk penelitian saya dengan judul **“Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Garuda Indonesia Secara *Offline* Di *Sales Office Garuda Indonesia Palembang*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka perumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah

1. Apakah terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian tiket Garuda Indonesia di *Sales Office Garuda Indonesia Palembang*?
2. Apakah terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian tiket Garuda Indonesia di *Sales Office Garuda Indonesia Palembang*?
3. Apakah faktor sosial dan pribadi mempengaruhi keputusan pembelian tiket Garuda Indonesia di *Sales Office Garuda Indonesia Palembang*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, secara umum penelitian ini bertujuan.

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian tiket Garuda Indonesia di *Sales Office Garuda Indonesia Palembang*.

2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian tiket Garuda Indonesia di *Sales Office* Garuda Indonesia Palembang.
3. Untuk mengetahui apakah faktor sosial dan pribadi mempengaruhi keputusan pembelian tiket Garuda Indonesia di *Sales Office* Garuda Indonesia Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat akademis, sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana.
- b. Manfaat praktis
 - 1). Masyarakat, sebagai bahan atau referensi dalam penelitian selanjutnya.
 - 2). Perusahaan, sebagai informasi dan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan tentang isi dari masing-masing bab yang disajikan secara singkat dan jelas dari keseluruhan bagian dari skripsi ini. Skripsi ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini disajikan mengenai landasan teori, hipotesis, operasional variabel, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai lokasi penelitian, ruang lingkup pembahasan, dan metode penelitian.

BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis membahas mengenai sejarah perusahaan, pembahasan mengenai masalah yang meliputi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tiket Garuda Indonesia pada Sales Office Garuda Indonesia Palembang.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN