

Berkembangnya konsep e-business atau bisnis elektronik telah banyak memberikan pengaruh terhadap transaksi-transaksi masyarakat. E-business dan internet adalah perpaduan yang akan memberikan manfaat dalam bidang komunikasi dan informasi dan juga akan dapat berperan dalam proses bisnis pada suatu perusahaan yang membantu perusahaan lebih efektif dan efisien dalam program kerjanya. Perkembangan dalam konsep e-business telah mengalami banyak evolusi-evolusi serta tahap-tahap dengan tujuan kemudahan dalam penggunaannya. Semakin canggihnya teknologi maka akan semakin dimanfaatkan dan semakin berperan dalam kehidupan masyarakat, konsep e-business dalam kegiatan bisnis telah banyak diterapkan sehingga menjadikan para pebisnis berkompetisi untuk terus meningkatkan kualitas dari perusahaannya melalui bisnis elektronik. Menurut penelitian Mohammad Subekti, bahwa di negara berkembang seperti Indonesia menjadi model e-business yang cocok dan banyak dikembangkan di negara Indonesia yaitu model e-business B2C (business to customer), B2B (business to business), dan C2C (customer to customer).

Dengan meningkatnya pengguna internet dan berkembangnya konsep e-business, akan membuat perusahaan-perusahaan untuk terus melakukan inovasi dalam perkembangan perusahaannya bahkan berkontribusi dengan perkembangan ekonomi di Indonesia. Perusahaan traveloka adalah perusahaan yang menyediakan layanan fitur-fitur yang bermanfaat dan banyak dicari serta dibutuhkan masyarakat seperti pemesanan tiket transportasi, tiket liburan, penginapan hotel dan masih banyak lagi yang diperoleh dari aplikasi Traveloka yang bisa di download di google play store atau app store.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh perkembangan e-business pada peningkatan operasional perusahaan traveloka di dunia cyber. Karena kita ketahui sendiri bahwa pada saat ini selain dari sarana teknologi informasi dan komunikasi serta internet dipergunakan sebaik mungkin termasuk dalam kegiatan bisnis yang terus memberikan inovasi baru serta kompetisi antar pesaing dalam dunia bisnis yang tujuannya untuk memudahkan dan membantu para pelaku bisnis dan juga peristiwa yang telah menyebar keseluruh dunia yaitu pandemi covid-19 yang menjadi pertimbangan dalam dunia bisnis.

LANDASAN TEORI

Traveloka

Traveloka adalah salah satu perusahaan yang dapat dimanfaatkan masyarakat dalam kegiatan pemesanan segala kebutuhan perjalanan secara online. Traveloka, pertama kali diluncurkan pada tahun 2012 ke publik dimulai dalam penggunaannya menggunakan situs web, namun saat itu fitur yang dihadirkan masih sebatas pemesanan tiket pesawat. Dan seiring dengan berjalannya waktu, pada tahun 2014 semakin tingginya pengguna internet dan pesatnya pengguna teknologi di Indonesia, aplikasi Traveloka pun mulai perlahan lahan memberikan update serta terobosan inovasi terbaru berupa tampilan hingga fitur sehingga terus dapat mengikuti perkembangan dan kebutuhan para konsumennya.

Perkembangan E Business

Berdasarkan Sairamesh (2004) menyatakan bahwa e-business merupakan kegiatan pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis seperti perancangan produk, pemenuhan pesanan, penjualan, manufaktur, pengelolaan pasokan bahan baku, dan penyediaan layanan melalui internet, teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi. Perkembangan e-business merupakan suatu fenomena yang tidak dapat disangkal dan telah menjadi trend yang mewarnai aktivitas bisnis di suatu negara, yang berhubungan erat dengan internet serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Makna e-business dapat diartikan dengan empat prinsip yaitu sebagai berikut:

1) Dimensi what

Pada dimensi what, e-business dapat dipahami sebagai aktivitas yang wilayahnya lebih luas dari e-commerce, aktivitas e business seperti hubungan bisnis antara dua entiti perusahaan, bisnis dengan perusahaan dan pelanggan, kerja sama perusahaan dan para mitra bisnisnya, pertukaran informasi dan komunikasi perusahaan dengan para kompetitornya, dan sebagainya.

2) Dimensi who

Merupakan orang-orang yang terlibat didalam kegiatan e business tersebut, yaitu : Government (pemerintah), Family (rumah tangga), Consumer (konsumen), Business (perusahaan), Device, Employee, dan Agent. Yang dimana diantara entiti tersebut saling berhubungan satu sama lain dalam mencapai tujuan tertentu.

3) Dimensi where

Dalam kegiatan e-business ini dapat dilakukan dimana saja, selama pihak yang berkepentingan memiliki akses berupa teknologi, elektronik/digital, dan internet.

4) Dimensi why

Dengan menerapkan konsep e-Business secara efektif tidak hanya untuk mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, konsep e-Business akan dapat menghemat biaya operasional perusahaan (cost cutting), selain itu akan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan level pendapatannya (revenue generation) baik itu secara langsung maupun tidak.

METODE PENELITIAN

Metode

Metode yang peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu dengan metode deskriptif yang merupakan suatu metode yang digunakan dalam suatu penelitian dengan berusaha menjawab permasalahan yang ada berdasarkan data-data. Dalam proses analisis penelitian deskriptif yaitu dengan menyajikan, menganalisis, serta menginterpretasikan (Narbuko Dan Ahmadi, 2015). Dengan teknik komparatif, yaitu membandingkan data-data pengguna pada tahun 2020 dengan tahun 2021, perbandingan data ini dilakukan pada pengguna Traveloka di wilayah Indonesia melalui web-web yang dibutuhkan seperti detikinet, dan lain-lain. Setelah data dikumpul kemudian dianalisis dan akhirnya akan diinterpretasikan.

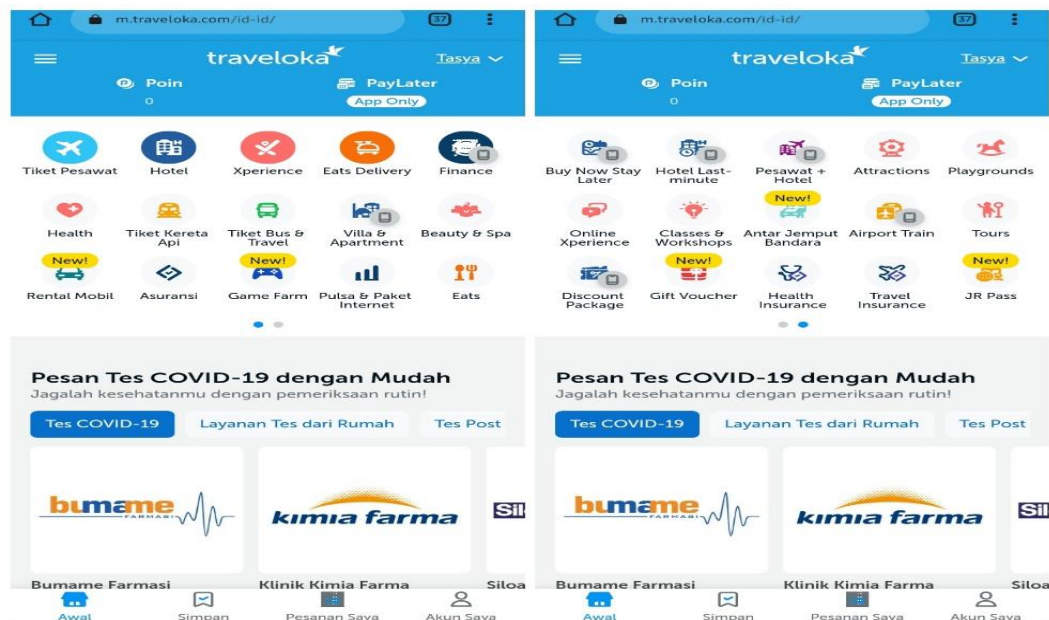
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan e-business sebagai peran pada peningkatan operasional perusahaan di dunia cyber adalah hal yang kami teliti pada penelitiannya ini, dengan pengembangan-pengembangan yang dilakukan terhadap konsep e-business di perusahaan traveloka melalui teknologi informasi dan komunikasi serta internet sebagai akses yang dapat digunakan oleh pengguna dengan sistem elektronik. Dengan menyediakan pelayanan, kemudahan dan manfaat terhadap kegiatan bisnis pada perusahaan traveloka, konsep elektronik memiliki keunggulannya dalam penerapannya apalagi ditambah dengan pengembangan ebusiness yang terus dilakukan oleh perusahaan traveloka.

Traveloka merupakan salah satu perusahaan yang melayani konsumen dalam kegiatan transportasi, akomodasi dan lain-lainnya, untuk bisa menggunakannya kita dapat mengakses traveloka.com yang didalamnya terdapat berbagai fitur-fitur yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh pengguna.

Gambar 2. Traveloka



Berdasarkan sumber dari indotelko.com menunjukkan bahwa mengenai survei yang dilakukan traveloka terhadap pengguna aplikasi tersebut pada 28 Mei hingga 16 Agustus 2020, yaitu mencapai 67 persen para responden memilih kegiatan liburan untuk dilakukan setelah berakhirnya covid-19. Seperti yang terjadi pada dunia bisnis lainnya yang mengalami penurunan dikarenakan pandemi covid-19, perusahaan traveloka mengalami penurunan dalam operasionalnya, walaupun banyak yang ingin berlibur namun harus menahannya karena pandemi covid-19 sehingga para pengguna ingin berlibur ketika pandemi berakhir. Berikut gambar grafik yang menunjukkan mengenai pengunjung dari traveloka.

Gambar 3. Jumlah pengunjung OTA



Dari data ini menunjukkan bahwa pengunjung situs traveloka pada bulan Maret 2020 mencapai jumlah 16,7 juta yang dimana capaian tersebut mengalami penurunan sebesar 38,3% jika dibandingkan bulan sebelumnya. Penurunan jumlah kunjungan disitus online travel agent ini juga dialami oleh situs lainnya seperti Tiket.com sebesar 26,3% terjadi penurunan, dan Pegipegi.com mengalami penurunan sebesar 45,3%, serta online travel agent lainnya dikarenakan adanya pandemi. Bahkan karena adanya pandemi traveloka melakukan PHK atau pemutusan hubungan kerja dikarenakan penurunan pengguna pada situs traveloka sebanyak 100 orang karyawan.

Pada Juli 2020 CEO dari traveloka yang menyatakan “permintaan konsumen yang menjadi salah satu tetap beroperasinya kinerja pada perusahaan traveloka menurun drastis, dan pada saat bersamaan pengembalian dana (refund) melonjak signifikan”. Tingkat hunian hotel yang merupakan bagian dari produk traveloka juga menurun kelevel terendah. Mitra dari traveloka dalam hal aktivitas lifestyle dalam hal domestik maupun regional, serta aktivitas restoran harus melakukan penutupan operasional bisnisnya untuk sementara waktu karena wabah covid-19. Dengan penurunan operasional perusahaan traveloka tersebut, traveloka berusaha dan terus optimis serta bangkit dengan melakukan penyesuaian strategi untuk operasional bisnisnya secara tepat dan cepat yang sesuai dengan kondisi yang terjadi.

Gambar 4. Tingkat hunian hotel di Indonesia



Dari grafik diatas yang bersumber dari databoks.com, bahwa BPS atau Badan Pusat Statistik mencatat bahwa tingkat hunian hotel pada Maret 2020 mulai mengalami penurunan, hingga pada bulan Juli 2020 mulai meningkat walaupun belum seoptimal sebelum adanya covid-19 dan ini terus mengalami peningkatan hingga tahun 2020.

Melalui penurunan yang dialami pada perusahaan traveloka, sehingga disinilah peran dari penerapan konsep e-busines yang telah berkembang. Berdasarkan konsep e-business, adapun produk-

produk yang diluncurkan oleh perusahaan traveloka yang menyesuaikan kondisi pada pandemi sehingga mampu bertahan yaitu sebagai berikut:

- 1) Vidio Jendela XERU pada platform traveloka Xperience
Adalah salah satu program untuk memotivasi pengguna supaya tetap dapat mengembangkan diri dan produktif dalam melakukan kegiatan sehari-hari, ini berlangsung sejak 24 April 2020. "Jendela XERU menayangkan konten vidio dari para pelaku industri pariwisata dan hiburan seperti Jawa Timur Park, Taman Safari, Jakarta Aquarium, World Fit Gym, Energy Reflexology, Hingga Madame Tussaud Hong Kong" jelas dari Terry Santoso selaku dari Head Of Experience Product Marketing Traveloka. Vidio yang dapat diakses secara online dari Jendela XERU seperti tutorial kecantikan, kelas pelatihan, hingga virtual experience.
- 2) Traveloka menyediakan promosi yang berupa jual cepat atau flash sale sekaligus melakukan siaran langsung atau live streaming di media sosial, yang saat ini telah menjadi lifestyle kalangan masyarakat yang berkecimbung di dunia cyber. Perusahaan traveloka memasarkan produk dan juga menawarkan diskon serta hadiah menarik seperti: produk staycation, roadtrip, voucher eats dan lain sebagainya.
- 3) Perusahaan traveloka meluncurkan inovasi baru berupa fitur Buy Now Stay Later dengan tujuan mesin waktu dari Traveloka Xperience dan akomodasi. Yang memungkinkan pengguna dapat memesan layanan terlebih dahulu, kemudian menginap atau berpergian ditentukan dikemudian hari.
- 4) Mengadakan kerja sama mitra dengan perusahaan lain sebagai mitra bisnis dalam pengembangan bisnis perusahaan traveloka contohnya seperti Airways, Garuda Indonesia, Cathay Pacific, American Airlines, All Nippon, Jetstar. Scoot, Japan Airlines, dan Singapore Airlines.
- 5) Layanan digital "tur virtual", yaitu layanan dengan pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pengguna dapat merasakan destinasi wisata melalui vidio, gambar dan lainnya melalui teknologi dan internet, perusahaan traveloka telah menggunakan teknologi kecerdasan buatan yaitu berupa Artificial Intelligence/AI dan juga telah mempunyai big data untuk merekomendasikan wisata secara virtual/online kepada konsumen.
- 6) Traveloka Eats Delivery yaitu layanan yang disediakan untuk pesan antar makanan, fitur ini diluncurkan pada Oktober 2020 dan menghadirkan layanan antar makanan lebih dari 200 restoran favorit dan diantar ke rumah pengguna.

Gambar 5. Tur virtual



Dengan berbagai strategi yang dilakukan perusahaan traveloka apalagi dipengaruhi keadaan pandemi, traveloka memperoleh pendanaan sebesar US\$ 250 juta atau sekitar Rp.3.6 triliun pada bulan Juli lalu dengan tujuan agar traveloka dapat bertahan dengan produk-produk yang telah ada dan memberikan inovasi lagi dimasa pandemi.

Dengan inovasi serta inisiatif perusahaan Traveloka dalam pemanfaatan teknologi serta konsep ebusiness sebagai sarana dalam pengembangan operasional perusahaan Traveloka, hingga pada tahun 2021 akan terus memberikan inisiatif dan inovasi sehingga dapat membantu konsumen-konsumennya. "perusahaan traveloka sebagai salah satu perusahaan IT, selalu melakukan inovasi terhadap produk serta fitur terbaru sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga dapat dijadikan sebagai platform utama untuk mendapatkan kemudahan, keamanan dan kenyamanan pengguna dan konsumen dalam memanfaatkan layanan yang telah ada di traveloka. Di masa pandemi sekarang, traveloka akan terus dan memastikan bahwa berbagai inovasi yang berbasis teknologi dan inisiatif yang akan dilakukan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pengguna namun juga akan terus berubah, dan mendukung upaya-upaya pemerintah dalam menghadapi pandemi," kata CO-Founder Traveloka Albert.

Dengan konsep bisnis to bisnis (B2B), perusahaan traveloka menjalin mitra bisnisnya dengan perusahaan lainnya, seperti bus dan travel, rental mobil dan lain-lainnya.

Gambar 6. Patner traveloka



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Traveloka merupakan salah satu perusahaan yang melayani konsumen dalam kegiatan transportasi, akomodasi dan lain-lainnya, untuk bisa menggunakannya kita dapat mengakses traveloka.com yang didalamnya terdapat berbagai fitur-fitur yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh pengguna.

Berdasarkan sumber dari indotelko.com mengenai survei internal terhadap pengguna Traveloka pada 28 Mei hingga 16 Agustus 2020, sebanyak 67% responden memilih liburan sebagai aktivitas yang paling ingin dilakukan jika pandemi telah berakhir. Dengan berbagai strategi yang dilakukan perusahaan traveloka tersebut, traveloka menghasilkan dan mendapatkan pendanaan untuk operasional perusahaan traveloka sebesar US\$ 250 juta atau jika dirupiahkan sekitar Rp.3.6 triliun pada Juli lalu.

Dengan inovasi serta inisiatif perusahaan traveloka dalam pemanfaatan teknologi serta konsep ebusiness sebagai sarana dalam pengembangan operasional perusahaan Traveloka, hingga pada tahun 2021 akan terus memberikan inisiatif dan inovasi sehingga dapat membantu para pengguna Traveloka.

Saran

Pembahasan ini kami rasa belum cukup sempurna dikarenakan keterbatasan data dari perusahaan Traveloka di dunia cyber. Kami berharap bisa lebih baik lagi dalam penelitian berikutnya dan kami berharap kepada pembimbing untuk lebih memberikan kami pengetahuan lagi dalam pembuatan jurnal agar kami paham dalam pembuatan jurnal yang baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashoer, Muhammad, Munawir Nasir Hamzah & Fahrina Mustafa (2019). Analisis Faktor yang Mendorong Konsumen Memilih Hotel Melalui Situs Traveloka.com. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, Vol. 5, No. 2, 146-157.
- Budiarta, Kustoro, Sugianta Ovinus Ginting & Janner Simarmata. (2020). Ekonomi Dan Bisnis Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis. (<https://bit.ly/308QpZP>)

- Burhan, Fahmi Ahmad (2021) Rapor Traveloka Saat Corona: Pegguaan Naik 100%, Staycation Jadi Tren.
<https://www.google.com/amp/s/katadata.co.id/amp/desysetyowati/digital/600ff8c8eed81/rapor-traveloka-saat-corona-pegguaan-naik-100-staycation-jadi-tren> . (Diakses Tanggal 26 Januari 2021)
- Galuh Putri Riyanto (2021) Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2021 Tembus 202 Juta.
<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta> (Diakses Tanggal 23 Februari 2021)
- Ghifary, Rizky Adam Dan Zulian Yamit, (2017), Analisis Kualitas Layanan Pada Perusahaan E-Commerce Traveloka.
https://www.google.com/url?q=http://eprints.undip.ac.id/75167/3/BAB_II.pdf&usg=AOvVaw1NPfCX1KLZwYTPXdgCjoAA&hl=in_ID
- Loanata, Tirta & Kartika Gianina Tileng (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka). JUISI, Vol. 02, No. 01, 64-73.
- Mohammad Subekti, 2014, Pengembangan Model E-Bisnis Di Indonesia, Jurnal Comtech Vol. 5 No. 2, Hal. 925-938.
- Rangga Firdaus, (2020), E-Business.
- Sairamesh, J. (2004). Disconnected Processes, Mechanisms and Architecture for Mobile E-Bisnis. Jurnal Association for Computing Machinery (ACM), 9: 651-662. Diakses tgl 15 Juni 2014 dari <http://www.acm.org>.
- Setyowati, Desi (2021) Tren Staycation Bantu Traveloka, Tiket, Pegipegi Bertahan Saat Korona.
<https://www.google.com/amp/s/katadata.co.id/amp/desysetyowati/digital/600ffa525a981/tren-staycation-bantu-traveloka-tiket-pegipegi-bertahan-saat-corona>. (Diakses Tanggal 26 Januari 2021)
- Sugianto (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi Traveloka. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 2 No. 1, 1-10.
www.traveloka.com