

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi khususnya teknologi informasi sudah banyak mengubah cara pandang manusia terhadap segala aspek. Salah satu teknologi yang dimaksudkan ialah teknologi internet. Internet tidak bisa dipisahkan dari hidup manusia karena saat ini internet bukan lagi sebuah *trend* melainkan sebuah kebutuhan.

Perkembangan teknologi ini juga dimanfaatkan oleh berbagai industri sebagai media pemasaran. Salah satu industri yang memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai media pemasarannya adalah industri pariwisata. Pemasaran menurut Thamrin dan Francis (2012) adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang disusun secara keseluruhan yang digunakan untuk merencanakan, memilih harga jual, mempromosikan dan menyalurkan barang yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Promosi merupakan pucuk dari keseluruhan kegiatan bisnis dari sebuah produk guna meraih pasar dan agar produk tersebut dapat terjual (Hamdani dalam Sunyoto, 2012). Lupiyoadi & Hamdani (2008) menambahkan promosi sendiri terdiri dari beberapa aktivitas seperti aktivitas periklanan, *personal selling*, *sales promotion*, *public relation*, *word of mouth*, *direct marketing* dan publikasi.

Salah satu bauran promosi yang menggunakan internet sebagai mediana adalah *direct marketing* yaitu *website*. *World Wide Web* (www)

yang juga dikenal dengan *web* merupakan suatu sistem penyebaran informasi menggunakan *internet*. Teks, animasi, suara, gambar dan *video* merupakan informasi yang disebar dan dapat diakses melalui *software*. (Yuhefizar, *et al.* 2009).

Dalam sebuah *Website* perlu diperhatikan tiga hal utama, yaitu : konten *website*, struktur *website* dan kegunaan *website*. Konten *website* mewakili dokumen yang tersedia pada *website*. Struktur *Website* diwakili oleh hyperlink dan hubungan antara berbagai dokumen. Kemudian Kegunaan *website* menggambarkan bagaimana dokumen *website* dan sumber daya dapat diakses dan digunakan (Asem Omari & Aus Irbid, 2008). Hal ini bertujuan agar pengunjung *website* mendapatkan informasi yang mereka inginkan.

Salah satu Biro Perjalanan Wisata yang menggunakan *website* sebagai media promosinya adalah Raja Tour Bandung. Raja Tour Bandung merupakan suatu Biro Perjalanan Wisata yang berlokasi di Kota Bandung. Raja Tour Bandung berfokus menjual paket wisata Jawa Barat. *Website* Raja Tour Bandung sudah dibuat sejak tahun 2015. Produk-produk yang terdapat dalam *website* Raja Tour Bandung adalah produk yang dibuat oleh Raja Tour sendiri. Raja Tour Bandung menggarap pasar *inbound* dan memiliki target pasar wilayah Asia. Menurut *Klook* pengunjung *website* Raja Tour Bandung paling banyak berasal dari Malaysia, Singapura dan Hongkong dan sejauh ini di dominasi oleh perorangan. Akan tetapi, pengunjung yang mengunjungi *website* Raja Tour sendiri belum mencapai target yang diinginkan.

Berikut adalah data target penjualan dari *website* dalam 3 bulan terakhir :

TABEL 1
DATA TARGET PENJUALAN BERDASARKAN JUMLAH
PENGUNJUNG *WEBSITE*

No.	Bulan	Viewers			%
		Target	Realisasi	Diferensial	
1.	Des 2019	280.000.000	126.000.000	154.000.000	45%
2.	Jan 2020	168.000.000	70.000.000	98.000.000	42%
3.	Feb 2020	168.000.000	64.400.000	103.600.000	38%
Total		616.000.000	260.400.000	355.600.000	42%

Sumber : Marketing Raja Tour Bandung Bandung.

Sejauh ini, target yang ingin dicapai oleh Raja Tour Bandung untuk penjualan dari *website* dalam 3 bulan terakhir adalah sebanyak Rp. 616.000.000, namun pada kenyataannya pada bulan Desember hanya mencapai Rp. 126.000.000, bulan Januari mencapai Rp. 70.000.000 dan untuk bulan Februari mencapai Rp. 64.400.000. Jadi secara keseluruhan, target yang dicapai hanya 42% dari penjualan.

Dengan adanya kesenjangan antara ekspektasi dan realisasi menurut data tersebut, maka dari itu penulis memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai masalah tersebut dengan judul:

“Optimalisasi *Website* di Raja Tour Bandung”

B. Rumusan Masalah

Dalam upaya memasarkan produknya, Raja Tour Bandung melakukan promosi melalui media offline dan online. Salah satu media

online yang digunakan adalah *website*. Penggunaan *website* memudahkan Raja Tour Bandung untuk memasarkan produknya, tetapi belum diketahui apakah media promosi *website* ini sudah baik kualitasnya. Maka dari itu, peneliti akan mengevaluasi kualitas *website* yang di kelola oleh Raja Tour Bandung.

Maka dari itu, peneliti akan melakukan evaluasi kualitas *website* yang di kelola oleh Raja Tour Bandung berdasarkan tiga aspek penting dalam *website*, yaitu :

1. Bagaimana kualitas konten *website* pada *website* www.rajatourbandung.com?
2. Bagaimana kualitas struktur *website* pada *website* www.rajatourbandung.com?
3. Bagaimana peran dan kegunaan dari *website* www.rajatourbandung.com?

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui kualitas konten pada *website* www.rajatourbandung.com,
- b. Untuk mengetahui kualitas struktur *website* pada *website* www.rajatourbandung.com, dan
- c. Untuk mengetahui sejauh mana peran kegunaan dari *website* www.rajatourbandung.com.

D. Pembatasan Penelitian

Dengan adanya pembahasan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, supaya topik penelitian yang akan dibahas tidak terlalu luas, maka dari itu peneliti penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut:

- a. Penelitian ini menggunakan *website* Raja Tour Bandung. *website* www.rajatourbandung.com pada saat ini hanya memberikan informasi mengenai paket wisata, penyewaan transportasi dan artikel-artikel yang terkait dengan pariwisata. Peneliti akan melakukan penelitian pada 3 bagian utama yang diperlukan dalam sebuah *website*, yaitu : konten *website*, struktur *website*, dan kegunaan *website*.
- b. Fokus penelitian adalah untuk mengetahui optimalisasi promosi yang dilakukan oleh Raja Tour Bandung melalui *website*.
- c. Responden difokuskan pada pengunjung *website* www.rajatourbandung.com.

E. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Bagi Industri atau Lokasi Penelitian
Sebagai rekomendasi dan saran dalam meningkatkan kualitas *website* www.rajatourbandung.com dan industri yang terkait.
- b. Manfaat Bagi Peneliti
Meningkatkan pengetahuan peneliti mengenai *website* suatu Biro Perjalanan Wisata yang memiliki kualitas yang baik sesuai dengan kriteria dan harapan pengguna.
- c. Manfaat Bagi Ilmu Pengetahuan
Memberikan kontribusi bagi pengembangan dan pemanfaatan ilmu

pengetahuan pariwisata khususnya bidang promosi pariwisata dengan menggunakan media digital, *website*.