IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI DAN STRATEGI PADA INDUSTRI TRAVEL DI KOTA YOGYAKARTA



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Fauzy Besta Pratamayuda

No. Mahasiswa: 14312341

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018

IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI DAN STRATEGI PADA INDUSTRI TRAVEL DI KOTA YOGYAKARTA

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi UII

Oleh:

Nama: Fauzy Besta Pratamayuda

No. Mahasiswa: 14312341

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajuin untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 16 April 2018

Penulis,



(Fauzy Besta Pratamayuda)

IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI DAN STRATEGI PADA INDUSTRI TRAVEL DI KOTA YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Fauzy Besta Pratamayuda

No. Mahasiswa: 14312341

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 16/4 2018

Dosen Pembimbing

Fitriati Akmila, S.E., M.Com.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI DAN STRATEGI PADA INDUSTRI TRAVEL DI KOTA YOGYAKARTA

Disusun Oleh : **FAUZY BESTA PRATAMAYUDA**

Nomor Mahasiswa : **14312341**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 15 Mei 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Fitriati Akmila, SE, M.Com. .....

Penguji : Ayu Chairina Laksmi, SE, M.App. Com. M.Res, Ph.D., Ak., CA. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Dr. Drs. Agus Harjito, M.Si.

HALAMAN MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya."

(Q.S. Al-Baqarah ayat 286)

"Dan Allah bersama orang-orang yang sabar."

(Q.S. Al-Anfal ayat 66)

"Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri"

(Q.S. Al-Ankabut ayat 6)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan berkat, rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul "Implementasi Sistem Informasi dan Strategi pada Industri Travel di Kota Yogyakarta" ini sebagai salah satu syarat kelulusan Sarjana Strata-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Tak lupa sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa dan menyebarkan ajaran Islam sebagai rahmatan lil' alamin.

Proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan keadaan yang sudah diberikan pada penulis dari lahir hingga saat ini.
2. Bapak Hargyanta dan Ibu Herni Agus Setyaningsih selaku orangtua dari penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada putusnya pada penulis.
3. Bapak Dr. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dekar Urumsah, S.E., S.Si., M.Com.(SI)., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

5. Ibu Fitriati Akmila, S.E., M.Com selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu memberikan bimbingan, arahan, serta ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis selama kuliah, bukan hanya ilmu akademik namun juga nilai-nilai sosial yang sangat mulia.
6. Adik tersayang, Riqqah Risqiah Harunnisa, yang menjadi teman cerita di rumah.
7. Agen Tour dan Travel yang menjadi responden dalam penelitian ini karena telah bersedia untuk diwawancara dan sudah membantu penulis untuk melaksanakan penelitian ini.
8. Power Ranger (Anggit, Bella, Fatkhan, Yuni) yang sudah membantu doa kepada penulis dan mendengarkan cerita penulis selama ini.
9. *And the special one*, Wahyuni Eka Afrianti yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, memberikan doa yang terbaik untuk penulis, selalu siap membantu penulis, dan yang menjadi salah satu alasan bagi penulis untuk jadi orang yang lebih baik lagi dan sukses ke depannya.

Wassalamualaikum Wr Wb

Penulis,

Fauzy Besta Pratamayuda

DAFTAR ISI

Halaman Sampul i

Halaman Judul..... ii

Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme..... iii

Halaman Pengesahan iv

Halaman Berita Acara Ujian Tugas Akhir/Skipsi..... v

Halaman Motto..... vi

Kata Pengantar vii

Daftar Isi..... ix

Daftar Tabel xi

Daftar Gambar xi

Daftar Lampiran..... xi

Abstract xii

Abstrak..... xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Batasan Masalah 6

1.3 Rumusan Masalah 6

1.4 Tujuan Penelitian 6

1.5 Manfaat Penelitian 7

1.6 Sistematika Pembahasan 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA 9

2.1 Industri Travel 9

2.2 Teknologi Informasi 11

2.3 Sistem Informasi Manajemen 12

2.4 Sistem Informasi Akuntansi 13
2.5 Strategi 16
2.6 Teori Konfirmasi Harapan 17
2.7 Penelitian Terdahulu 18
2.8 Kerangka Pemikiran 20
BAB III METODE PENELITIAN 21
3.1 Pendekatan Penelitian 21
3.2 Tempat Penelitian 21
3.3 Instrumen Penelitian 21
3.4 Teknik *Sampling* 22
3.5 Sumber Data 23
3.6 Teknik Pengumpulan Data 23
3.7 Teknik Analisa Data 24
3.8 Pengujian Keabsahan Data 25
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 27
4.1 Profil Industri Travel di Kotamadya/Kota Yogyakarta 27
4.2 Hasil Pengumpulan Data 28
4.3 Proses Bisnis pada Industri Travel 31
4.4 Penerapan Teknologi Informasi 36
4.5 Penerapan Sistem Informasi Manajemen 38
4.6 Penerapan Sistem Informasi Akuntansi 41
4.7 Strategi yang Digunakan 47
4.8 Kesimpulan 54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 56
5.1 Kesimpulan 56

5.2 Implikasi Penelitian 56
5.3 Keterbatasan Penelitian 57
5.4 Saran 57
DAFTAR PUSTAKA 59
LAMPIRAN 61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Data Kepariwisataan DIY Tahun 2016 9
Tabel 4.1 Daftar Responden Agen Travel di Kota Yogyakarta 30
Tabel 4.2 Daftar Jasa yang Ditawarkan 32
Tabel 4.3 Daftar Latar Belakang Pendidikan 43
Tabel 4.4 Daftar Pencatatan Akuntansi yang Dibuat 44
Tabel 4.5 Daftar Laporan Keuangan yang Dibuat 45
Tabel 4.6 Jenis Strategi yang Digunakan 50
Tabel 4.7 Dampak Penggunaan Strategi 54
Tabel 4.8 Penerapan SI dan Strategi 55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan 62
Lampiran 2: Hasil Wawancara 65
Lampiran 3: Gambar Tampilan *Website* 94

Abstract

Information System are series of activities to transform data into information. Strategy are plans made to achieve goals. The purpose if this research is to see the implementation of information system from the use of information technology, management information system, accounting information system and the strategies implemented by the travel industries in the city of Yogyakarta in facing online travel agents. This research used qualitative method, descriptive research. Interview, documentation, and observation are used for data collection. The results of this research shows that travel industries already use information system and strategies well. For the business process in each travel industries, they already use information system although the system is not yet integrated. Morever, some strategies has influenced their sales though they have not reached their profit target.

Key words: *Travel Industries, Information Technology, Management Information System, Accounting Information System, Strategies*

Abstrak

Sistem informasi merupakan serangkaian aktivitas yang dapat mengolah data menjadi suatu informasi. Sedangkan strategi merupakan cara-cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat penerapan sistem informasi berupa penggunaan teknologi informasi, penerapan sistem informasi manajemen, dan penerapan sistem informasi akuntansi serta strategi yang digunakan oleh industri travel di Kota Yogyakarta dalam menghadapi agen travel *online*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan dua metode, yaitu wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem informasi dan strategi sudah diterapkan dengan cukup baik, dimana dalam proses bisnisnya industri travel sudah menggunakan sistem meskipun sistem yang digunakan belum terintegrasi. Sedangkan strategi yang dilakukan sudah berdampak pada penjualan namun belum dapat mencapai target yang telah ditetapkan.

Kata Kunci: Industri Travel, Teknologi Informasi, Sistem Informasi Manajemen, Sistem Informasi Akuntansi, Strategi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu aset berharga yang dimiliki Indonesia, dimana sektor tersebut menjadi tulang punggung yang mampu mendorong pertumbuhan perekonomian negara. Menurut Kepala Biro Hukum dan Komunikasi Publik Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (KemenPar RI) Alamsjah (2016), bahwa di tahun 2015 sektor pariwisata Indonesia mampu menyumbangkan 10% PDB (Produk Domestik Bruto) nasional tertinggi di ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*). PDB tersebut tumbuh dengan *trend* naik hingga menjadi lebih tinggi daripada industri agrikultur, manufaktur otomotif dan pertambangan.

Berdasarkan Laporan Kinerja KemenPar RI di tahun 2016, PDB yang dihasilkan dari sektor pariwisata mencapai 500,19 triliun rupiah. Dalam rangka mengembangkan sektor pariwisata, Indonesia terus melakukan upaya perbaikan dan peningkatan di sektor tersebut dengan menjadikan pariwisata sebagai program prioritas nasional dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) tahun 2015-2019 (Khumaedy, 2017).

Yogyakarta menjadi salah satu daerah yang terus berupaya melakukan pengembangan sektor pariwisata, hal ini dikarenakan sektor tersebut merupakan tulang punggung perekonomian yang mampu menyumbangkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) untuk Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Berdasarkan Buku Statistik Kepariwisataan DIY tahun 2016, PAD sektor pariwisata mampu

mengumpulkan pendapatan sebanyak 353 miliar rupiah. Hasil tersebut didominasi oleh PAD dari sub sektor pariwisata di wilayah Kotamadya/Kota Yogyakarta yaitu sebesar 162 miliar rupiah dari total PAD sektor pariwisata DIY tahun 2016 dengan jumlah wisatawan sebanyak 5,5 juta pengunjung. Angka tersebut naik sebesar 39,8% dari tahun 2015. Kemudian di urutan kedua diduduki oleh Kabupaten Sleman dengan pendapatan sebesar 137 miliar rupiah dengan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 5,9 juta pengunjung. Di urutan ketiga yaitu Kabupaten Gunungkidul dengan pendapatan sebesar 28 miliar rupiah dengan jumlah wisatawan sebanyak 3,4 juta pengunjung. Di urutan keempat yaitu Kabupaten Bantul dengan pendapatan sebesar 21 miliar rupiah dengan jumlah wisatawan sebanyak 5,1 juta pengunjung. Kemudian yang terakhir adalah Kabupaten Kulon Progo dengan pendapatan sebesar 4 miliar rupiah dengan jumlah wisatawan sebanyak 1,3 pengunjung (Kristianto et al., 2016). Menurut Kepala Dinas Pariwisata DIY Aris Riyanta, wisatawan yang menyumbang APBD terbesar melalui sektor pariwisata justru wisatawan domestik yang berasal dari luar Kota Yogyakarta (tribunjogja.com, 17 Oktober 2016).

Berkembangnya sektor pariwisata di Yogyakarta berdampak pula pada berkembangnya industri jasa perjalanan atau industri travel yang ingin menangkap peluang bisnis tersebut. Badan Pusat Statistik (BPS) DIY mencatat jumlah industri travel pada tahun 2016 total mencapai 173 biro/agen perjalanan wisata khusus di wilayah Kotamadya/Kota Yogyakarta. Untuk di daerah lain di DIY tercatat sebanyak 298 biro/agen di Kabupaten Sleman, 106 biro/agen di Kabupaten Bantul, 3 biro/agen di Kabupaten Kulon Progo, dan 23 biro/agen di Kabupaten

Gunungkidul (Kristianto et al., 2016). Industri travel tersebut menjadi penopang berkembangnya sektor pariwisata di Yogyakarta dengan memberikan pelayanan kepada para wisatawan, baik jasa perjalanan wisata maupaun penjualan tiket perjalanan. Hal tersebut secara tidak langsung mampu meningkatkan pertumbuhan perekonomian karena dapat menyumbangkan PAD Kota Yogyakarta melalui penerimaan pajak.

Banyaknya industri travel semakin meningkatkan persaingan usaha di sektor tersebut. Terlebih lagi sejak lima tahun terakhir, *trend* pembelian tiket perjalanan secara *online* semakin meningkat (kereta-api.info, 14 Oktober 2016). Pembelian tiket secara *online* dapat dilakukan melalui *website* maupun aplikasi yang disediakan secara langsung oleh industri maskapai penerbangan, kereta api, maupun industri transportasi umum lainnya. Selain itu, tiket *online* juga dapat dibeli melalui industri lain yang bergerak khusus di bidang jasa penyedia tiket atau yang biasa disebut agen travel *online*/*Online Travel Agent* (OTA). Beberapa contoh agen travel *online* di Indonesia yaitu PT Trinusa Travelindo dengan aplikasi Traveloka, PT Global Tiket Network dengan aplikasi Tiket.com, PT Go Online Destinations dengan aplikasi Pegipegi, dan Airy Indonesia dengan aplikasi Airy.

Agen travel *online* merupakan tantangan nyata bagi industri travel yang bergerak secara tradisional. Industri travel tradisional merupakan istilah bagi agen travel yang menyediakan jasa perjalanan dan menjual tiket secara langsung kepada konsumen melalui gerai/toko. Menurut Wakil Ketua Asosiasi Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Sudrajat, agen travel yang masih bergerak secara tradisional semakin lama semakin redup karena terjadi penurunan penjualan, hal

tersebut disebabkan sebanyak 60% publik sudah mulai pindah ke pembelian secara *online* (detik.com, 14 Agustus 2017). Untuk menghadapi persaingan tersebut, industri travel tradisional harus menyiapkan strategi agar usaha tersebut dapat terus hidup dan bertahan.

Anjastantri dan Dewantara (2017) menyatakan bahwa agen travel *online* dengan kekuatan finansialnya bukan saja berani rugi terlebih dahulu dengan membiayai promosi besar-besaran, namun juga membanting harga di bawah prinsipalnya hingga tidak mungkin ditandingi lagi. Selain itu mereka unggul dalam hal penekanan biaya operasional dikarenakan mereka hanya menjual tiket secara *online* melalui aplikasi dan *website*, sehingga mereka tidak membutuhkan gerai/toko serta karyawan yang banyak untuk menjualnya kepada konsumen. Hal tersebut merupakan sebuah ancaman bagi eksistensi industri travel tradisional yang tidak dapat memberikan potongan harga karena biaya operasional perusahaan yang besar. Maka dari itu, diperlukan sebuah strategi bersaing untuk dapat mempertahankan industri travel tradisional dalam menghadapi ancaman agen travel *online*. Perusahaan juga harus memperbaiki atau meningkatkan penggunaan sistem informasi yang ada agar informasi yang diterima dapat digunakan secara optimal.

Menurut Rahmana (2009) salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan daya saing bagi usaha kecil menegah yaitu penggunaan Teknologi Informasi (TI). Penggunaan TI dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan, dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar. Hal tersebut karena saat ini penyajian informasi mengenai ketersediaan tiket yang masih manual menjadi salah satu permasalahan yang dialami oleh industri travel

tradisional sehingga calon penumpang harus datang ke agen tiket secara langsung untuk mengetahui ketersediaan tiket dan pembeliannya (Hartono et al., 2013). Wahid dan Iswari (2007) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa secara umum adopsi TI masih rendah karena banyaknya faktor yang menjadi penghambat adopsi TI tersebut, seperti belum munculnya kebutuhan terhadap penggunaan TI dalam mendukung proses bisnis dan kurangnya dukungan finansial bagi usaha kecil.

Selain itu, informasi penting lain bagi perusahaan adalah informasi akuntansi yang memuat berbagai informasi keuangan berupa catatan atas transaksi dan laporan keuangan. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk menganalisis berbagai pertimbangan dalam mengambil keputusan bagi manajer atau pemilik perusahaan. Menurut Musmini (2013) mengembangkan sistem informasi akuntansi bagi usaha kecil sangat perlu dilakukan untuk mengetahui informasi yang akurat mengenai kondisi riil pada saat tertentu. Namun dalam penelitiannya disimpulkan bahwa saat ini sistem informasi akuntansi yang dimiliki usaha kecil masih sangat sederhana dan belum sistematis sehingga manajer atau pemilik tidak dapat mengetahui perkembangan dan kinerja usahanya dengan baik berdasarkan informasi ataupun catatan yang dimiliki.

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut yaitu dalam penelitian ini fokus pada usaha kecil menengah yang bergerak di bidang industri travel. Selain itu penelitian ini tidak hanya fokus pada penerapan sistem informasi akuntansi maupun teknologi informasi yang digunakan oleh industri travel saja, tetapi juga fokus pada strategi yang digunakan oleh industri

travel. Maka penelitian ini mengambil judul "**Implementasi Sistem Informasi dan Strategi pada Industri Travel di Kota Yogyakarta**".

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini membahas mengenai penerapan sistem informasi dan strategi yang digunakan oleh industri travel di Kotamadya/Kota Yogyakarta. Agar tidak terjadi kesalahan dalam pengertian dan penafsiran, maka diperlukan batasan dalam penelitian ini. Fokus dari penelitian ini yaitu hanya membahas pada penerapan sistem informasi berupa penggunaan teknologi informasi, penerapan sistem informasi manajamen, penerapan sistem informasi akuntansi, serta implementasi strategi yang digunakan oleh industri travel yang berada di wilayah Kotamadya/Kota Yogyakarta.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang disusun dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan sistem informasi pada industri travel di Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan industri travel di Kota Yogyakarta dalam menghadapi persaingannya dengan agen travel *online*?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan sistem informasi pada industri travel di Kota Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh industri travel di Kota Yogyakarta dalam menghadapi persaingannya dengan agen travel *online*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya yaitu:

1. Bagi Akademisi

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang penerapan sistem informasi dan strategi yang digunakan oleh industri travel di Kota Yogyakarta dalam menghadapi persaingannya dengan agen travel *online*. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Bagi Praktisi

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi, pengambilan kebijakan dan keputusan terkait penerapan sistem informasi dan strategi yang digunakan oleh industri travel di Kota Yogyakarta, serta sebagai bahan evaluasi bagi manajemen guna memperbaiki dan meningkatkan sistem informasi agar dapat digunakan secara optimal untuk menghadapi persaingannya dengan agen travel *online*.

1.6 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang terjadinya masalah, batasan masalah/fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penjabaran dan pengertian mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini serta penjabaran mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang dapat membantu penulis dalam melakukan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang alasan penulis menggunakan metode kualitatif, alasan dalam memilih tempat penelitian, sumber dan teknik pengumupulan data, teknik analisis data, serta pengujian keabsahan data yang digunakan penulis dalam penelitiannya.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil analisis dan pembahasannya. Bagian ini memuat semua temuan yang diperoleh penulis dalam penelitian. Hasil analisis digunakan penulis untuk menjawab rumusan permasalahan berdasarkan pada telaah teoritik dan metodologi yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian, dan saran dari penulis.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi penjelasan dan pembahasan teori-teori yang digunakan dalam penelitian dan penelitian-penelitian terdahulu yang diharapkan dapat membantu penulis untuk menjalankan penelitian ini. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai Industri Travel, Teknologi Informasi, Sistem Informasi Akuntansi, dan Strategi.

2.1 Industri Travel

Industri travel merupakan bagian dari pariwisata dimana sektor usaha tersebut bergerak di bidang pelayanan dan penyediaan barang dan atau jasa perjalanan bagi para wisatawan melalui agen tour dan travel. Definisi agen travel dimuat dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan dimana dijelaskan bahwa usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

Pada tabel 2.1 berikut ini merupakan data Kepariwisataan di DIY tahun 2016, berisi informasi mengenai jumlah PAD, jumlah usaha perjalanan wisata, dan jumlah wisatawan dari tiap-tiap daerah.

Tabel 2.1
Data Kepariwisataan DIY Tahun 2016

No	Daerah	Jumlah PAD	Jumlah Usaha	Jumlah Wisatawan
1	Kota Yogyakarta	Rp 162.390.765.921	173	5.520.952
2	Kab. Sleman	Rp 137.152.075.928	289	5.942.468
3	Kab. Bantul	Rp 21.901.264.614	106	5.148.633
4	Kab. Kulon Progo	Rp 4.004.044.791	3	1.353.400
5	Kab. Gunungkidul	Rp 28.375.385.566	23	3.479.890

Sumber: Buku Statistik Kepariwisataan DIY 2016

Di Indonesia terdapat organisasi resmi yang menjadi wadah bagi industri travel atau asosiasi agen travel, yaitu ASITA (*Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies*) dan ASTINDO (Asosiasi *Travel Agent* Indonesia). Berdasarkan *website* resmi dari organisasi tersebut, ASITA adalah suatu perkumpulan yang mewadahi pengusaha atau pelaku usaha di bidang jasa perjalanan wisata di Indonesia. Sebagai organisasi yang bertujuan sosial dan berlandaskan Undang-Undang Dasar 1945 dan Undang-Undang Kepariwisataan Indonesia, ASITA mempunyai beberapa fungsi strategis untuk kemajuan industri pariwisata Indonesia.

Berikut ini merupakan beberapa peran dan fungsi strategis dari ASITA, yaitu antara lain:

1. Mewakili dan memperjuangkan kepentingan anggota, menampung saran dan memperjuangkan aspirasi anggota.
2. Mengembangkan kemampuan dan meningkatkan keterampilan para anggota agar dapat mencapai kinerja yang lebih baik.
3. Mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan pemerintah dan ketentuan lain di bidang usaha perjalanan wisata.
4. Menjaga etika usaha, mencegah persaingan tidak sehat, mediasi, serta menggalang kerjasama untuk kepentingan anggota dan kepariwisataan.

Organisasi lainnya yaitu ASTINDO sendiri merupakan asosiasi dari berbagai agen travel yang mengutamakan bisnis *ticketing* dari berbagai *airlines*. ASTINDO bernaung di bawah Direktorat Jenderal Perhubungan Udara, yang disahkan melalui Surat Keputusan (SK) Menteri Perhubungan Republik Indonesia

dengan No. KP 263 tahun 2000. Tujuan didirikannya ASTINDO adalah untuk memajukan, dan melindungi kepentingan agen travel khususnya dalam penjualan tiket penerbangan dan sekaligus untuk mencari solusi dalam menyelesaikan permasalahan tata niaga bisnis anggota.

2.2 Teknologi Informasi

Teknologi informasi (TI) menurut Urumsah (2014) merupakan sarana untuk memfasilitasi, mengakuisisi, memproses, menyimpan, menyampaikan, dan membagi informasi karena TI secara spesifik mengacu pada teknologi perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), dan jaringan telekomunikasi (*networking telecommunication*). Laudon dan Laudon (2014) mendefinisikan teknologi informasi sebagai salah satu dari banyak perangkat yang digunakan manajer dalam mengantisipasi perubahan.

Laudon dan Laudon (2014) juga menyebutkan bahwa teknologi informasi terdiri atas beberapa komponen teknologi, yaitu:

1. Perangkat keras komputer, yaitu perangkat fisik yang digunakan untuk kegiatan *input*, pemrosesan, dan *output* dalam sebuah sistem informasi.
2. Perangkat lunak komputer, yaitu perangkat yang terdiri atas serangkaian perintah terprogram dan terperinci yang digunakan untuk mengendalikan dan mengoordinasi komponen-komponen dalam sistem informasi.
3. Teknologi telekomunikasi dan jaringan, yaitu perangkat yang terdiri atas perangkat fisik dan perangkat lunak, membuat berbagai perangkat

keras saling terhubung satu sama lain, serta melakukan pengiriman data dari suatu tempat ke tempat lain melalui jaringan internet.

Seluruh teknologi tersebut beserta orang-orang yang menjalankan dan mengelola, serta sumber daya lain dari organisasi membentuk suatu rangkaian yang disebut infrastruktur teknologi informasi. Infrastruktur TI menyediakan dasar dimana perusahaan dapat membangun sistem informasi yang terspesifikasi.

2.3 Sistem Informasi Manajemen

Sistem Informasi Manajemen (SIM) adalah sebuah kesatuan, sistem mesin pengguna yang terintegrasi dalam memberikan informasi untuk mendukung operasi, manajemen, dan fungsi pembuatan keputusan dalam suatu organisasi. Sistem yang dimaksud adalah sistem yang menggunakan perangkat keras dan perangkat lunak komputer, prosedur manual, model yang digunakan untuk menganalisis, merencanakan, mengendalikan, dan membuat keputusan serta sebuah basis data (Gaol, 2008).

SIM digunakan untuk meningkatkan efektivitas manajemen, dengan memuaskan berbagai kebutuhan informasi untuk pengambilan keputusan (Urumsah, 2014). Adanya SIM terintegrasi membuat proses bisnis yang dijalankan menjadi lebih efektif dan efisien karena semua proses bisnis dapat dijalankan menggunakan satu sistem terintegrasi tersebut. Selain itu semua data yang disimpan di dalam sistem juga dapat dengan mudah diambil dan ditampilkan di dalam sistem tersebut, sehingga semua data yang dibutuhkan dapat dengan mudah digunakan oleh pengambil keputusan.

2.4 Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) menurut Romney dan Steinbart (2015) adalah suatu alat penyedia informasi akuntansi, dimana sistem tersebut mengumpulkan, mencatat, menyimpan, serta mengolah/melakukan proses akuntansi dan data lain untuk menghasilkan informasi bagi pembuat keputusan.

Sistem sendiri menurut Romney dan Steinbart (2015) adalah gabungan dua atau lebih komponen yang saling berhubungan dan saling berinteraksi untuk mencapai tujuan. Kebanyakan dari sistem terdiri dari sub-sistem kecil yang mendukung sistem yang lebih besar.

Definisi lain sistem menurut Govindarajan dan Anthony (2007) adalah suatu cara tertentu dan biasanya bersifat repetitif (pengulangan) untuk melakukan suatu atau sekelompok aktivitas.

Informasi menurut Romney dan Steinbart (2015) adalah data yang telah dikelola dan diolah untuk menyediakan suatu makna dan meningkatkan proses pengambilan keputusan. Data sendiri adalah fakta-fakta yang dikumpulkan, direkam, disimpan, dan diolah menggunakan sistem informasi.

Akuntansi menurut Romney dan Steinbart (2015) adalah proses identifikasi, pengumpulan, dan penyimpanan data sebagai proses pengembangan, pengukuran, dan komunikasi informasi.

Menurut Romney dan Steinbart (2015) sistem informasi akuntansi memiliki enam komponen, yaitu sebagai berikut:

1. Orang yang menggunakan sistem

2. Prosedur dan instruksi yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyimpan data
3. Data mengenai organisasi dan aktivitas bisnis
4. *Software* yang digunakan untuk mengolah data
5. Infrastruktur teknologi informasi, termasuk komputer, perangkat pendukung, dan jaringan internet yang digunakan di dalam sistem informasi akuntansi
6. Pengendalian internal dan keamanan yang dapat mengamankan data

Keenam komponen tersebut memungkinkan sistem informasi akuntansi untuk dapat memenuhi fungsi-fungsi bisnis yang penting bagi organisasi. Ketiga fungsi penting bisnis tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Mengumpulkan dan menyimpan data mengenai aktivitas, sumber daya, dan anggota organisasi.
2. Mengubah data dalam bentuk informasi sehingga manajemen dapat merencanakan, mengambil keputusan, mengendalikan, serta mengevaluasi aktivitas, sumber daya, dan anggota organisasi.
3. Menyediakan pengendalian yang memadai untuk melindungi data dan aset organisasi.

Sistem informasi akuntansi sangat bermanfaat karena dapat menambah nilai bagi organisasi. Fungsi-fungsi sistem informasi akuntansi sendiri bagi organisasi menurut Romney dan Steinbart (2015) yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas dan mengurangi biaya dari barang/jasa

Di dalam proses produksi, sistem informasi akuntansi dapat memberikan informasi kepada operator mengenai kualitas barang yang sedang diproduksi untuk menjaga kualitas dan mengurangi biaya.

2. Meningkatkan efisiensi

   Sistem informasi akuntansi dapat meningkatkan efisiensi melalui ketepatan, kecepatan, dan keakuratan informasi yang tersedia.

3. Berbagi pengetahuan

   Sistem informasi akuntansi dapat mempermudah proses berbagi pengetahuan melalui ketersediaan informasi dari berbagai divisi.

4. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas rantai pasokannya

   Sistem informasi akuntansi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas rantai pasokannya melalui ketersediaan informasi yang tepat waktu dan dapat diakses secara langsung sehingga dapat mengurangi biaya.

5. Meningkatkan struktur pengendalian internal

   Sistem informasi akuntansi dengan struktur pengendalian internal yang tepat dapat membantu melindungi sistem dari kecurangan, kesalahan, kegagalan sistem, dan bencana.

6. Meningkatkan pengambilan keputusan

   Sistem informasi dapat meningkatkan pengambilan keputusan melalui ketersediaan informasi yang tepat, cepat, akurat sehingga dapat digunakan oleh pengambil keputusan secara tepat waktu.

2.5 Strategi

Strategi menurut Govindarajan dan Anthony (2007) adalah rencana-rencana yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi. David dan Carolina (2011) mendefinisikan strategi sebagai manajemen strategi, yaitu seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan. Manajemen strategi fokus pada manajemen integrasi, pemasaran, akuntansi/keuangan, operasi/produksi, penelitian dan pengembangan, serta sistem-sistem informasi.

Menurut Govindarajan dan Anthony (2007) strategi dapat ditemukan pada dua tingkatan, yaitu strategi tingkat korporat (*corporate level*) dan strategi tingkat unit bisnis (*business unit level*). Strategi korporat adalah mengenai keberadaan di tengah-tengah bauran bisnis yang tepat sehingga strategi ini lebih berkenaan dengan pertanyaan dimana sebaiknya bersaing, sedangkan strategi unit bisnis adalah mengenai bagaimana bersaing dalam industri tertentu.

Berikut ini adalah macam-macam strategi menurut Govindarajan dan Anthony (2007) berdasar masing-masing tingkatan, yaitu:

1. Strategi Tingkat Korporat
    a. Industri Tunggal, yaitu strategi perusahaan dengan fokus hanya pada satu industri.
    b. Diversifikasi Berhubungan, yaitu strategi perusahaan dengan beroperasi dalam sejumlah industri yang sama dan bisnisnya saling berhubungan satu sama lain melalui sinergi operasi.

c. Diversifikasi Tidak Berhubungan, yaitu strategi perusahaan dengan beroperasi dalam sejumlah industri yang berbeda.

2. Strategi Tingkat Unis Bisnis

a. Bangun, yaitu strategi dengan tujuan menambah pangsa pasar, bahkan dengan mengorbankan laba jangka pendek dan arus kas.

b. Pertahankan, yaitu strategi dengan melindungi pangsa pasar yang sudah dikuasai serta mempertahankan posisi persaingan.

c. Panen, yaitu strategi dengan tujuan memaksimalkan laba jangka pendek dan arus kas, bahkan dengan mengorbankan pangsa pasar.

d. Divestasi/jual, yaitu strategi dengan menunjukkan suatu keputusan untuk mundur dari bisnis melalui proses likuidasi perlahan-lahan atau penjualan segera.

e. Biaya Rendah, yaitu strategi dengan upaya meminimalkan/menekan biaya serendah mungkin.

f. Diferensiasi, yaitu strategi dengan menciptakan keunikan tersendiri dalam pasar yang menjadi sasarannya.

2.6 Teori Konfirmasi Harapan (*Expectation Confirmation Theory*)

Teori konfirmasi harapan (ECT) merupakan teori yang dikembangkan oleh Oliver (1980) tentang kepuasan. Menurut Oliver (1980) harapan ditambah dengan kinerja maka akan menghasilkan kepuasan. Teori konfirmasi harapan menekankan kepada penilaian pasca niat pembelian yang dipengaruhi oleh harapan awal tentang suatu produk atau jasa, adopsi, dan niat keberlanjutan penggunaan.

Teori konfirmasi harapan memiliki empat aspek, yaitu ekspektasi, kinerja yang dirasakan, diskonfirmasi, dan kepuasan. Tingkat kepuasan tersebut diperoleh dari diskonfirmasi dan harapan terhadap layanan pada suatu poduk atau sistem. Diskonfirmasi tersebut dapat berupa diskonfirmasi positif dan diskonfirmasi negatif. Diskonfirmasi positif (*positif disconfirmation*) terjadi ketika kinerja aktual dapat memenuhi atau mencapai target dari standar yang diharapkan, sedangkan diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*) terjadi ketika kinerja aktual gagal dalam memenuhi atau mencapai target dari standar yang diharapkan.

2.7 Penelitian Terdahulu

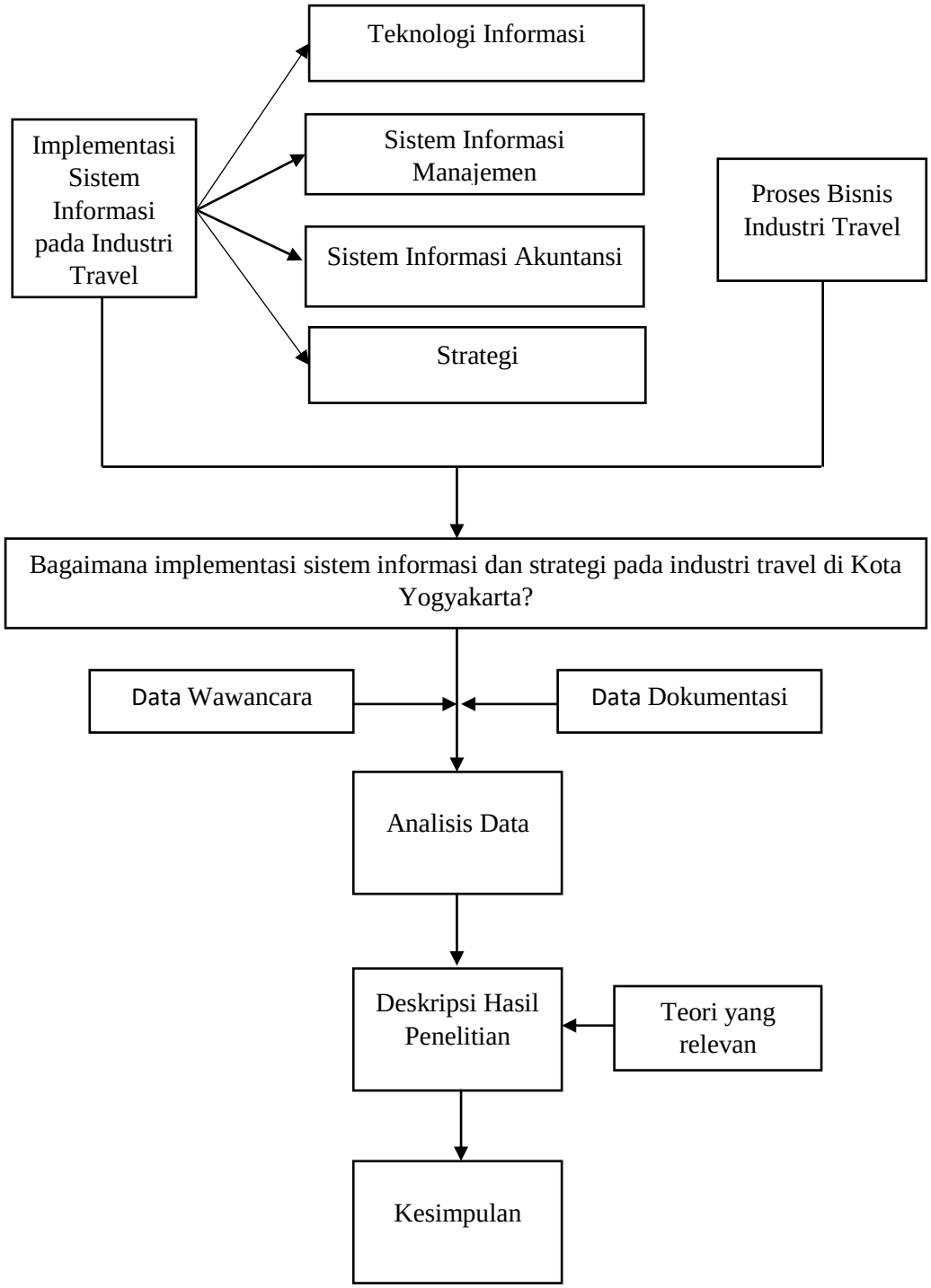
Penelitian mengenai penggunaan TI sudah pernah dilakukan oleh Wahid dan Iswari (2007). Dalam penelitian tersebut dihasilkan bahwa penggunaan TI pada industri kecil menengah masih rendah dikarenakan banyak faktor yang menghambat adopsi TI tersebut, seperti belum munculnya kebutuhan terhadap TI dalam mendukung proses bisnis dan kurangnya dukungan finansial. yang menggunakan TI pun masih pada tataran operasional atau oportunistik, dan belum sampai pada tingkatan strategis. Dalam penelitian yang dilakukan Ceisari (2017), disimpulkan bahwa penerapan sistem informasi sudah dilakukan oleh sebagian usaha kecil menengah meskipun dalam praktiknya belum maksimal.

Penelitian mengenai penerapan sistem informasi akuntansi sudah pernah dilakukan oleh Musmini (2013). Dalam penelitian tersebut dihasilkan bahwa sistem informasi akuntansi yang dimiliki usaha kecil masih sangat sederhana dan tidak sistemastis, dalam artian tidak memadai, sehingga tidak dapat memberikan informasi bagi manajer untuk mengambil keputusan. Manajer tidak dapat melihat

dengan baik perkembangan dan kinerja usahanya dengan baik dari informasi ataupun catatan yang dimiliki. Adron (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kegiatan akuntansi pada usaha kecil menengah masih sangat rendah dan hanya sebagian kecil dari mereka yang membuat laporan keuangan.

Selain itu dalam penelitian mengenai penggunaan strategi pada agen travel sudah pernah dilakukan oleh Anjastantri dan Dewantara (2017). Dalam penelitiannya dihasilkan bahwa agen travel yang menjadi objek penelitian tersebut menggunakan strategi pengembangan pasar, yaitu melakukan penjualan produk barang dan jasa di wilayah pemasaran yang baru.

2.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang alasan penulis menggunakan metode kualitatif, alasan dalam memilih tempat penelitian, sumber dan teknik pengumupulan data dan juga pengujian keabsahan data yang digunakan penulis dalam penelitiannya.

3.1 Pendekatan Penelitian

Menurut Moleong (2014) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Peneliti menggunakan metode kualitatif karena dalam penelitian ini dibutuhkan data yang mendalam guna melakukan analisis sehingga didapat hasil yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.

3.2 Tempat Penelitian

Peneliti melakukan penelitian dengan objek industri travel yang berada di wilayah Kotamadya/Kota Yogyakarta.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Moleong (2014) dimaksudkan sebagai alat pengumpul data, sehingga dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama.

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti terjun secara langsung di lapangan untuk mengumpulkan data terlebih dahulu melalui wawancara. Setelah data terkumpul, peneliti kemudian melakukan analisis dan memahami data tersebut dengan menggunakan logika dan wawasan peneliti serta literatur sebagai bahan referensi, sehingga dari pemahaman tersebut peneliti dapat memberikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

3.4 Teknik *Sampling*

Menurut Saunders et al., (2012) terdapat dua teknik dalam pengambilan sampel, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana semua anggota dalam populasi memiliki peluang untuk terpilih menjadi sampel. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan tidak sama bagi setiap anggota dalam populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *sampling non-probability* dengan jenis *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel yang akan dijadikan sebagai responden/informan dalam penelitian berdasarkan pada kesesuaian ciri-ciri atau karakteristik yang dimiliki oleh subyek dengan tujuan dari topik penelitian. Teknik ini dipilih karena peneliti membutuhkan sampel yang memiliki data sesuai dengan topik yang dibahas dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan kriteria terlebih dahulu dalam pemilihan sampel. Sampel yang peneliti pilih dalam penelitian ini adalah agen tour dan travel khusus untuk wilayah Kotamadya/Kota Yogyakarta yang aktif tergabung dalam ASITA. Hal tersebut peneliti pilih karena agen tour dan travel yang

tergabung dalam ASITA merupakan agen-agen yang memiliki bisnis/usaha yang jelas dengan kredibilitas baik mengingat untuk bergabung menjadi anggota ASITA terdapat sejumlah persyaratan yang harus dipenuhi.

3.5 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data dari wawancara dan literatur. Sumber data wawancara didapatkan dari wawancara kepada informan yaitu manajer dari agen tour dan travel di Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini, peneliti berhasil melakukan wawancara kepada 4 orang manajer dari masing-masing agen tour dan travel. Data yang dijadikan sebagai sumber penelitian yaitu data hasil wawancara terkait penggunaan sistem informasi berupa penggunaan teknologi informasi, penerapan sistem informasi akuntansi, serta strategi yang digunakan untuk menghadapi persaingan dengan agen travel *online*. Selain itu terdapat sumber data literatur yang digunakan oleh peneliti berasal dari berbagai macam literatur yang dianggap relevan dengan topik penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sekaran dan Bougie (2017) terdapat tiga metode, yaitu metode wawancara (*interviewing*), kuisioner (*questionnaire*), dan pengamatan/observasi (*observation*). Pada penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan teknik wawancara dalam pengumpulan data. Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mewawancarai responden secara langsung untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang diteliti.

Menurut Saunders et al., (2012) wawancara memiliki tiga jenis, yaitu wawancara terstruktur (*structured interview*s), wawancara semi-struktur (*semi-*

structured interviews), dan wawancara tidak terstruktur (*unstructured interviews*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara semi-struktur dimana peneliti melakukan wawancara kepada responden menggunakan daftar pertanyaan sesuai topik yang sudah disiapkan sebelumnya, namun dalam pelaksanaannya pertanyaan tersebut dapat berkembang lebih dari pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya.

3.7 Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini, *thematic analysis* digunakan sebagai alat untuk menganilis data. Menurut Boyatzis (1980) *thematic analysis* merupakan cara mengidentifikasi tema-tema yang terpola dalam suatu fenomena. Tema-tema tersebut dapat diidentifikasi, dikodekan secara induktif (*data driven*) dari data kualitatif mentah (transkrip wawancara, biografi, rekaman video, dan sebagainya) maupun secara deduktif (*theory driven*) berdasarkan teori maupun hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini diidentifikasi secara induktif karena data yang dimiliki merupakan data mentah yang diperolah melalui wawancara. Dalam melakukan analisa, terdapat langkah-langkah yang harus dilakukan.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) terdapat tiga langkah dalam analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data mengacu pada proses memilih, mengodekan, dan mengategorikan data. Penyajian data merujuk pada cara menunjukkan atau menyajikan data, yaitu dengan cara terorganisasi dan singkat. Langkah yang terakhir adalah penarikan kesimpulan, yaitu menjawab pertanyaan penelitian dengan menentukan apa yang diwakili oleh tema yang teridentifikasi dengan mempertimbangkan penjelasan

untuk pola dan hubungan yang diteliti atau dengan membuat kontras dan perbandingan.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisa data dalam penelitian ini, pertama data dikategorikan menjadi empat, yaitu penggunaan Teknologi Informasi (TI), penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM), penerapan Sistem Informasi Akuntansi (SIA), dan strategi yang digunakan. Setelah data dikategorikan, data tersebut disajikan ke dalam bentuk tabel dengan menggunakan tabulasi *Spreadsheet*. Langkah terakhir yaitu penarikan kesimpulan berdasarkan data yang telah tersaji dalam bentuk tabulasi tersebut guna menjawab pertanyaan rumusan masalah dalam topik penelitian ini.

3.8 Pengujian Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif menurut (Sekaran & Bougie, 2017) uji keabsahan data dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. Uji Reliabilitas

   Reliabilitas dalam analisis data kualitatif termasuk reliabilitas kategori dan maupun antarpeniliai. Reliabilitas kategori berkaitan dengan sejauh mana penilai dapat menggunakan definisi kategori untuk mengklasifikasikan data kualitatif. Sedangkan reliabilitas antarpenilai didefinisikan sebagai tingkat konsistensi antarpengkode yang memproses data yang sama. Ukuran reliabilitas antarpenilai yang biasa digunakan adalah presentase kesesuaian pengkodean dari total jumlah keputusan pengkodean.

2. Uji Validitas

   Uji validitas mengacu pada sejauh mana hasil penelitian secara akurat menunjukkan data yang dikumpulkan dan dapat digeneralisasikan atau diganti ke konteks atau keadaan yang lain. Dua metode yang dibuat untuk mencapai validitas dalam penelitian kualitatif adalah:

   a. Mendukung generalisasi dengan jumlah kejadian
   b. Memastikan representasi kasus dan keterlibatan kasus yang menyimpang

Dalam penelitian ini, uji keabsahan data dilakukan menggunakan uji validitas. Uji validitas dipilih karena dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana sistem informasi dan strategi diterapkan dalam industri travel melalui jumlah dari kejadian berdasarkan data. Data yang telah tersaji sebelumnya tersebut kemudian digeneralisasikan berdasarkan jumlah kejadian yang muncul.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan memaparkan hasil temuan dari pengumpulan data yang telah dikumpulkan melalui wawancara dan pengamatan/observasi di lapangan. Penulis juga akan memberikan pembahasan dan penjelasan atas hasil analisis dari data tersebut. Pembahasan dan hasil analisis serta kesimpulan tersebut akan penulis jelaskan secara menyeluruh dalam bab ini.

4.1 Profil Industri Travel di Kotamadya/Kota Yogyakarta

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang dikenal dengan sebutan kota pariwisata karena banyaknya destinasi wisata yang ditawarkan di kota tersebut. Banyaknya destinasi wisata membuat Yogyakarta menjadi pilihan bagi para wisatawan untuk berlibur di kota tersebut. Meningkatnya sektor pariwisata memberikan peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya di sektor tersebut. Salah satu usaha yang sangat berpotensi di bidang pariwisata yaitu industri travel.

Di Yogyakarta khususnya di Kotamadya/Kota Yogyakarta, industri travel berkembang cukup pesat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPD) DIY pada tahun 2016, terdapat sebanyak 173 biro/agen perjalanan yang khusus berada di wilayah Kotamadya. Industri travel memberikan berbagai jasa pelayanan untuk para wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta, baik jasa penyedia tiket maupun jasa perjalanan. Jasa perjalanan tersebut dapat berupa paket perjalanan wisata dalam kota atau yang biasa disebut *city tour* maupun jasa perjalanan lainnya.

Berkembangnya industri travel memberikan dampak positif bagi Kota Yogyakarta, karena industri tersebut menjadi salah satu penopang yang mampu meningkatkan kualitas pelayanan pariwisata. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan tersebut dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta lebih banyak lagi. Selain itu, dampak dari berkembangnya industri tersebut adalah dapat mendorong perekonomian masyarakat dan meningkatkan pendapatan Kota Yogyakarta melalui penerimaan pajak.

4.2 Hasil Pengumpulan Data

Pada awalnya, peneliti merencanakan untuk mewawancarai pemilik/manajer/kepala bagian dari 15 agen tour dan travel yang berada di Kota Yogyakarta. Langkah awal yang peneliti lakukan adalah dengan mencari daftar agen tour dan travel yang aktif tergabung sebagai anggota dari ASITA Yogyakarta melalui *website* resmi dari ASITA itu sendiri. Peneliti kemudian memilih 15 agen tour dan travel yang berlokasi khusus di Kotamadya/Kota Yogyakarta beserta dengan alamat lokasinya karena daftar anggota yang ditampilkan dalam *website* tersebut berisi semua agen tour dan travel dari seluruh DIY. Setelah itu, peneliti membuat jadwal awal wawancara beserta batas waktu pengumpulan data dimana jadwal wawancara tersebut masih sangat fleksibel karena peneliti akan menyesuaikan jadwal yang telah disepakati atau ditentukan oleh agen tour dan travel tersebut.

Sebelum peneliti mengajukan izin penelitian kepada pihak agen tour dan travel tersebut, peneliti terlebih dahulu mencari surat resmi dari ASITA sebagai pengantar dalam mengajukan permohonan izin penelitian kepada pihak agen.

Peneliti kemudian datang secara langsung ke setiap agen tour dan travel yang telah peneliti pilih dengan membawa surat yang berisi surat pengantar penelitian dari kampus dan surat pengantar penelitian dari ASITA beserta daftar pertanyaan yang akan peneliti tanyakan pada saat melakukan wawancara agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak agen untuk menerima permohonan izin penelitian tersebut. Ketika peneliti datang untuk yang pertama kalinya, mereka tidak secara langsung menerima permohonan izin penelitian yang peneliti ajukan namun mereka akan memberikan konfirmasi di hari berikutnya karena surat permohonan tersebut harus disampaikan kepada pimpinan perusahaan terlebih dahulu. Namun karena setelah beberapa hari belum ada konfirmasi dari para agen tour dan travel tersebut, peneliti kemudian kembali mendatangi ke setiap agen yang akan peneliti wawancara.

Pada akhirnya, peneliti hanya mampu melakukan wawancara kepada 4 agen tour dan travel hingga batas waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Dari ke-11 agen tour dan travel yang tidak dapat peneliti wawancara, terdapat sebanyak 4 agen yang menolak secara langsung ketika diminta memberikan konfirmasi karena tidak bersedia untuk diwawancara. Beberapa agen tour dan travel yang menolak tersebut memberikan berbagai alasan penolakan seperti mereka menganggap dan mengatakan bahwa peruahaan mereka tidak cocok untuk diteliti, tidak adanya waktu luang karena pihak manajemen perusahaan sedang sibuk, serta sebagian mengatakan bahwa pihak manajemen tidak bersedia apabila perusahaan mereka diteliti. Selain itu ke-7 agen tour dan travel sisanya tidak memberikan konfirmasi

kepada peneliti hingga batas waktu yang telah ditentukan, sehingga peneliti menganggap bahwa mereka tidak bersedia untuk diteliti.

Pada tabel 4.1 berikut ini merupakan daftar agen tour dan travel beserta data yang berhasil dikumpulkan oleh penulis melalui wawancara kepada responden. Data tersebut berupa alamat dari setiap agen tour dan travel beserta omset per tahun dari masing-masing perusahaan.

Tabel 4.1
Daftar Responden Agen Travel di Kota Yogyakarta

No	Nama	Alamat	Jumlah Kantor	Omset
1	KWTT	Jl. Margo Utomo No.40-46, Gowongan, Jetis, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55232	1	±2 miliar
2	MTT	Jl. MT. Haryono No.79, Suryodiningratan, Mantrijeron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55141	2	±4,8 miliar
3	SRTT	Jl. Kusumanegara No.218, Muja Muju, Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55165	1	±800 juta
4	TTT	Jl. Kusumanegara No.114, Muja Muju, Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55165	1	1,5 – 2 miliar

Sumber: Data Primer diolah, 2018

4.3 Proses Bisnis pada Industri Travel

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada 4 responden dari agen tour dan travel yang diteliti, dari segi jasa yang ditawarkan KWTT menawarkan jasa yang paling lengkap diantara responden lain. Meskipun jasa utama yang ditawarkan dalam industri travel sendiri adalah penjualan tiket perjalanan dan paket wisata, namun KWTT memiliki jasa lain yang ditawarkan yaitu berupa reservasi hotel, pengurusan dokumen perjalanan seperti Visa dan Passport, rental kendaraan seperti armada bus, mobil dan motor, serta yang terakhir yaitu jasa *event organizer*.

Ketika diberikan pertanyaan mengenai jasa apa saja yang ditawarkan dalam wawancara, narasumber KWTT menyatakan:

> Untuk jasa yang kita tawarkan itu ada paket wisata, lalu ada *event organizer* dan *outbound*, kemudian kita juga menyediakan armada perjalanan wisata seperti rentar mobil, motor, maupun bus pariwisata, lalu ada jasa pengurusan dokumen wisata seperti Visa, dan yang terakhir itu tiket sama ada *voucher* hotel. (wawancara. 12 Maret 2018)

Narasumber MTT menyatakan:

> Tiket, itu termasuk tiket pesawat, tiket kereta, ada travel juga, tour dan ada *homestay* juga dan *rent car*. (wawancara. 19 Januari 2018)

Narasumber SRTT menyatakan:

> Jasa kalau kita paket wisata tour, terus pembelian tiket pesawat maupun kereta api, pelayanan reservasi hotel, juga pelayanan surat-surat seperti berkas-berkas pengurusan Visa dan Passport. (wawancara. 7 Maret 2018)

Narasumber TTT menyatakan:

> Kita bergerak di biro perjalanan wisata, jasa-jasa yang kita layani meliputi *ticketing*, akomodasi berupa hotel, terus tour reservasi, sama pembuatan dokumen. (wawancara. 18 Januari 2018)

Pada tabel 4.2 berikut ini merupakan daftar jasa yang ditawarkan oleh masing-masing agen tour dan travel berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden.

Tabel 4.2
Daftar Jasa yang Ditawarkan

No	Nama	Macam Jasa					
		TP	PW	RH	PD	RK	EO
1	KWTT	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	MTT	✓	✓	✓	X	✓	X
3	SRTT	✓	✓	✓	✓	X	X
4	TTT	✓	✓	✓	✓	X	X

Sumber: Data Primer diolah, 2018

KETERANGAN
- TP = Tiket Perjalanan
- PW = Paket Wisata
- RH = Reservasi Hotel
- PD = Pengurusan Dokumen (Visa, Passport)
- RK = Rental Kendaraan (bus, mobil, dan motor)
- EO = Event Organizer

Secara umum, proses bisnis yang dilakukan agen tour dan travel dalam menjalankan bisnisnya memiliki persamaan. Dalam pemesanan tiket, semua agen tour dan travel yang menjadi responden menyatakan bahwa penjualan tiket dilakukan dengan pemesanan tiket oleh konsumen kepada agen terlebih dahulu. Setelah konsumen melakukan pemesanan, maka agen tour dan travel akan melakukan pemesanan tiket untuk konsumen tersebut kepada masing-masing maskapai sesuai dengan pilihan konsumen jika konsumen tersebut melakukan pemesanan tiket pesawat. Sedangkan apabila konsumen melakukan pemesanan tiket kereta, maka agen akan melakukan pemesanan tiket konsumen kepada PT KAI (Kereta Api Indonesia), begitu pula dengan tiket untuk transportasi umum lainnya. Setelah tiket konsumen berhasil dipesankan, kemudian agen tour dan travel akan memberikan tiket tersebut beserta *invoice* atau nota tagihan kepada konsumen

untuk melakukan pembayaran. Kemudian di akhir proses, agen tour dan travel akan membayar seluruh transaksi tiket yang telah dilakukan kepada *supplier* atau masing-masing maskapai tersebut.

Dalam hal jasa perjalanan wisata, secara umum proses bisnis yang dilakukan juga memiliki persamaan antara masing-masing agen tour dan travel, namun yang membedakan yaitu dalam hal transaksi pembayaran. Pertama, setiap agen tour dan travel memberikan penawaran berupa paket-paket wisata yang telah dirancang kepada konsumen melalui iklan promosi. Namun semua agen tour dan travel juga tetap dapat menerima paket wisata sesuai dengan permintaan konsumen, dimana dari permintaan konsumen tersebut kemudian pihak agen akan membuatkan rancangan perjalanan wisatanya. Setelah konsumen setuju dengan rancangan dan harga yang ditawarkan oleh agen tour dan travel, maka langkah selanjutnya adalah transaksi pembayaran.

Dalam transaksi pembayaran terdapat sedikit perbedaan proses bisnis yang dilakukan oleh beberapa agen tour dan travel, dimana KWTT dan STT menyediakan atau menerima pembayaran dengan sistem *Down Payment* (DP) kepada konsumen (dalam hal ini hanya kepada konsumen borongan berupa instansi-instansi) terlebih dahulu dan kemudian memberikan jangka waktu atau tempo pembayaran sesuai dengan kesepakatan untuk melunasi seluruh transaksi. Sedangkan untuk MTT dan TTT tidak menyediakan atau menerima pembayaran dengan sistem DP dan pembayaran tempo tersebut kepada konsumen.

Dalam hal jasa lain yang ditawarkan, setiap agen tour dan travel juga memiliki persamaan dalam menjalankan proses bisnis. Agen tour dan travel akan

menerima permintaan dari konsumen seperti pemesanan hotel, pembuatan dokumen perjalanan, penyewaan kendaraan, dan lain sebagainya. Namun dalam hal penyediaan jasa, tidak semua agen tour dan travel menyediakan jasa dengan lengkap, seperti MTT tidak menyediakan jasa pembuatan dokumen perjalanan dan jasa *event organizer*, sedangkan SRTT dan TTT tidak menyediakan jasa rental kendaraan dan jasa *event organizer*. Setelah permintaan konsumen diterima, agen tour dan travel akan memberikan penawaran harga sesuai permintaan konsumen tersebut. Setelah konsumen setuju dengan penawaran yang diberikan agen tour dan travel, maka agen kemudian akan memproses permintaan tersebut sesuai dengan kebutuhan konsumen. Setelah permintaan konsumen diproses, agen tour dan travel akan memberikan *invoice* atau nota tagihan kepada konsumen untuk dilakukan proses pembayaran.

Ketika diberikan pertanyaan mengenai proses bisnis yang dilakukan industri travel dalam menjalankan usaha, narasumber KWTT menyatakan:

> Jadi proses bisnisnya selain kita *marketing* atau melakukan penawaran, kita juga menerima permintaan dari *customer*, misal ketika mereka *request* jasa perjalanan lain baru nanti akan kita buatkan sesuai keinginan dan permintaan *customer*. Jadi terkadang itu kita buat paket wisata sendiri lalu kita sebar seperti itu, tapi kalau sekarang kita lebih ke permintaan *customer*.

Narasumber MTT menyatakan:

> Pertama penawaran, kita penawaran kepada konsumen, terus kita mengadakan kerjasama, setelah penawaran nanti konsumen datang ke kita, kalau ketika sudah *deal* kita melakukan eksekusi jasa sesuai permintaan.

Narasumber SRTT menyatakan:

> Kalau proses bisnis untuk tour, jadi nanti kita ada penawaran, lalu ketika misal kita ada permintaan nanti kita akan buatkan *tour plan*-nya seperti apa, lalu nanti kita akan tawarkan harganya berapa, lalu setelah *deal* konsumen itu nanti akan membayar. Kalau *ticketing* sendiri kita akan melakukan sesuai

> permintaan dari konsumen, jadi nanti konsumen telepon atau nanti akan datang langsung, mau kemana, mau cari tiket apa kita layani sesuai permintaan mereka.

Narasumber TTT menyatakan:

> Prosesnya yaitu dari *booking*-an konsumen, lalu dari konsumen ke operator, operator melayani konsumen dalam hal apa yang konsumen butuhkan, setelah antara konsumen dan operator *deal* masalah kebutuhan-kebutuhan konsumen baru dibuatkan *invoice*, lalu dari *invoice* pihak *accounting* melakukan penagihan-penagihan ke konsumen dan pembayaran-pembayaran ke *supplier*.

Dalam menjalankan proses bisnis, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh sebagian agen tour dan travel. Agen tour dan travel yang mengalami kendala dalam menjalankan proses bisnis tersebut yaitu TTT dan SRTT. Berdasarkan hasil wawancara, TTT menyatakan bahwa kendala yang mereka hadapi dalam menjalankan proses bisnis adalah ketika terjadi pembatalan pesanan oleh konsumen ketika pesanan tersebut telah mereka proses. Menurut mereka hal tersebut mengakibatkan sedikit kerugian bagi agen tour dan travel atas pesanan yang telah mereka proses, terutama ketika telah terjadi pemesanan tiket kepada *supplier* atau maskapai. Sehingga untuk mengatasi hal tersebut, mereka membuat kebijakan dengan mengenakan *cancellation fee* atau biaya pembatalan atas pesanan yang telah diproses kepada konsumen yang melakukan pembatalan pesanan.

Dalam wawancara, narasumber TTT menyatakan:

> Ada, terkadang ada seperti pembatalan dari konsumen itu termasuk kendala. Tapi itu kalau sesuai prosedur misalkan dari pembelian tiket pesawat, mereka juga biasanya kita kenakan biaya *cancellation fee*.

Kendala yang dihadapi oleh SRTT dalam menjalankan proses bisnis adalah dalam hal pelunasan pembayaran. Hal tersebut terjadi karena SRTT memberikan fasilitas DP dan pembayaran tempo kepada instansi-instansi yang menggunakan

jasa mereka, sehingga kendala yang sering mereka hadapi adalah pelunasan yang mundur dari tanggal jatuh tempo yang telah disepakati sebelumnya, serta adanya konsumen yang meminta penurunan harga lebih tinggi lagi. Menurut mereka, kendala tersebut cukup berat dirasakan karena dengan mundurnya pelunasan pembayaran membuat SRTT cukup sulit untuk memutarkan modal mereka guna kepentingan dan kebutuhan yang lain.

Dalam wawancara, narasumber SRTT menyatakan:

> Kendala untuk saat ini karena kita memberikan penawaran khusus bagi instansi yang menggunakan jasa kita, yaitu adanya pembayaran berjangka, maksudnya bayar belakangan seperti itu, atau istilahnya utang dulu, jadi kendalanya nanti kita harus menunggu pembayaran mereka di akhir, kita harus menanggung biaya yang sudah dikeluarkan terlebih dahulu saat memberikan jasa kepada mereka yang terkadang sampai mundur satu sampai beberapa bulan.

Sedangkan KWTT dan MTT menyatakan bahwa hingga saat ini mereka tidak merasakan adanya kendala yang mereka hadapi dalam menjalankan proses bisnis.

Dalam wawancara, narasumber KWTT menyatakan:

Kalau untuk kendala menurut saya kita tidak ada.

Narasumber MTT menyatakan:

Sementara ini sih belum ada, belum ada kendala.

4.4 Penerapan Teknologi Informasi pada Industri Travel

Teknologi Informasi (TI) merupakan suatu perangkat yang terdiri dari perangkat keras, perangkat lunak, dan perangkat penunjang lainnya yang dapat digunakan sebagai alat pengolah data menjadi informasi yang bermanfaat bagi para pengguna atau pengambil keputusan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, semua agen tour dan travel yang menjadi responden dalam penelitian ini

sudah menggunakan TI dalam menjalankan usahanya karena memang dalam industri travel ini dibutuhkan TI dalam proses bisnisnya.

Agen tour dan travel dalam melakukan proses bisnis membutuhkan TI terutama dalam hal transaksi pemesanan tiket kepada *supplier*, karena pemesanan tiket dilakukan secara *online* melalui *website* kepada maskapai penerbangan apabila melakukan pemesanan tiket pesawat dan kepada PT KAI apabila melakukan pemesanan untuk tiket kereta serta kepada *supplier* lainnya untuk pemesanan tiket yang lain. Selain dengan *supplier*, sebagian agen tour dan travel juga memanfaatkan TI untuk melakukan transaksi dengan konsumen yaitu SRTT dan MTT. Mereka menggunakan TI untuk menerima pemesanan tiket secara *virtual*, dimana konsumen dapat melakukan pemesanan tiket melalui panggilan telepon, SMS, maupun menggunakan media sosial seperti email, WhatsApp, dan lain sebagainya.

Dalam wawancara, narasumber SRTT menyatakan:

> Untuk *ticketing* kita sudah bisa menerima pemesanan tiket melalui WhatsApp atau email, lalu kita kerjakan pesanan tersebut, setelah itu konsumen tinggal transfer untuk pembayaran pesanan tersebut.

Narasumber MTT menyatakan:

> Kita sudah bisa untuk pemesanan tiket sudah bisa melalui sosial media seperti Instagram, Facebook, BBM, Line.

Pemanfaatan TI untuk keperluan sistem informasi di perusahaan juga sudah cukup maksimal digunakan. Semua responden dalam penelitian ini sudah menggunakan TI sebagai alat pengolah data keuangan yang dapat menghasilkan informasi akuntansi bagi perusahaan. Mereka menggunakan TI untuk mencatat semua transaksi dan membuat laporan keuangan perusahaan. Selain itu, semua data perusahaan seperti data *supplier* dan data konsumen sudah disimpan secara digital

di dalam komputer. Semua agen tour dan travel juga sudah memanfaatkan TI sebagai alat pemasaran, dimana mereka melakukan promosi dengan memasang iklan secara digital melalui *website* maupun media sosial.

Ketika diberikan pertanyaan mengenai penggunaan TI dalam menjalankan bisnis, narasumber TTT menyatakan:

> Kita punya *website* sendiri, alamat *website* sendiri. Lalu media sosial seperti instagram dan facebook juga ada.

Narasumber MTT menyatakan:

> Lewat *website*, lalu kita juga pakai media sosial seperti Instagram, Facebook, kemudian Line.

Narasumber SRTT menyatakan:

> Kalau *online* kita seperti facebook, kebanyakan lewat facebook. Kalau *website* kita baru proses pembuatan *website*.

Narasumber KWTT menyatakan:

> Iklan kita lewat *website*, media sosial kita ada instagram, facebook, lalu media sosial lainnya yang paling banyak digunakan saat ini.

4.5 Penerapan Sistem Informasi Manajemen pada Industri Travel

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, semua agen tour dan travel yang menjadi responden dalam penelitian ini sudah menerapkan sistem informasi manajemen dengan cukup baik. Mereka sudah menggunakan sistem untuk memasukkan data untuk kemudian diolah menjadi informasi yang berguna bagi pengambil keputusan. Namun, sistem informasi manajemen yang digunakan oleh ke semua agen tour dan travel tersebut belum ada yang memiliki sistem terintegrasi. Sistem yang mereka gunakan merupakan sistem yang masih terpisah-pisah seperti data keuangan diolah menggunakan sistem akuntansi sendiri, data *supplier* dan pelanggan diolah menggunakan sistem sendiri, serta pemesanan tiket juga

dilakukan dengan menggunakan sistem tersendiri sehingga data tidak secara otomatis tersaji dalam satu sistem di dalam program. Hal tersebut membuat data yang disajikan tidak dapat digunakan secara efektif oleh pengambil keputusan.

Dalam wawancara, narasumber TTT menyatakan:

> Jadi satu program belum ada. Kalau untuk sistem informasi *ticketing* hanya bisa untuk pemesanan tiket saja, kalau untuk *accounting* juga hanya khusus *accounting* saja. Jadi programnya sendiri-sendiri, belum jadi satu program.

Narasumber MTT menyatakan:

> Kita secara *online* kalau untuk tiket. Kalau keuangan program sendiri, keuangan kita masih pakai manual, data pelanggan seperti itu juga masih manual.

Narasumber SRTT menyatakan:

> Kalau aplikasi atau program tour sendiri kita tidak ada karena kita selama ini melayani konsumen lewat komunikasi, bisa lewat email, whatsapp, telepon, SMS, via telepon kebanyakan. Tapi kalau untuk ticketing mereka sudah ada aplikasi sendiri khusus untuk maskapai penerbangannya misal seperti Abacus untuk sistem dari Garuda. Jadi untuk kami sendiri belum ada aplikasi.

Narasumber KWTT menyatakan:

> Kalau untuk sistem keuangan iya kita pakai. Jadi keluar masuknya kas bisa langsung diawasi oleh induk perusahaan, jadi sudah ada sistemnya sendiri untuk keungan. Setiap kali ada transaksi masuk di sistem itu, tapi kita juga ada catatannya sendiri. Kalau untuk pemesanan tiket kita langsung pakai *website* maskapainya. Jadi sistem kita tidak belum yang terintegrasi.

Dalam penerapannya, masing-masing agen tour dan travel memiliki kendala yang dihadapi ketika mengelola dan menjalankan sistem tersebut. MTT dan SRTT menyatakan bahwa kendala yang cukup sering mereka hadapi adalah terjadinya sistem *error* ketika melakukan pemesanan tiket kepada *supplier* atau maskapai. Selain itu kendala yang dihadapi SRTT adalah kualitas SDM, dimana karena karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut mayoritas merupakan karyawan

senior-senior sehingga apabila terdapat pembaharuan sistem harus membutuhkan waktu untuk belajar lagi dan membiasakan diri untuk menggunakan sistem yang baru tersebut.

Narasumber SRTT menyatakan:

> Kalau untuk sistem informasi kita mungkin di SDM. SDM itu maksudnya seperti ini, karena di Sri Rama itu kan senior-senior, jadi biasanya untuk hal-hal yang baru itu harus belajar lagi. Terkadang kalau yang terlalu ribet mereka lebih memilih memakai cara yang seperti biasa saja.. Terus mungkin juga pengelolaan karena kita tidak tahu jadi kan harus belajar lagi dari awal kalau berhubungan sama sistem informasi. Sistem *error* sih paling misalnya kalau pas dari pusat, misalnya seperti ketika maskapai itu dari pusat *down* atau sedang ada perbaikan sistem.

Narasumber MTT menyatakan:

> Terkadang sistem *error*, misalkan Garuda itu terkadang sering *error*. Kalau SDM sepertinya tidak, biaya perawatan juga tidak terlalu mahal untuk pengelolaan sistem. Yang sering itu, sistem *error* itu. Sistem *error* itu dari pusat, dari Citilinknya, atau Lion, atau Garuda seperti itu.

Kemudian kendala yang dihadapi oleh TTT adalah masalah jaringan ketika melakukan pemesanan tiket menggunakan sistem tersebut. Narasumber TTT menyatakan:

> Terkadang saat menjalankan sistem seperti *booking* tiket, memproses pemesanan tiket untuk konsumen itu kadang terkendala jaringan.

Sedangkan KWTT menyatakan bahwa mereka tidak mengalami masalah dalam menjalankan sistem tersebut. Mereka menganggap bahwa sistem *error* bukanlah kendala karena apabila terjadi *error* mereka hanya tinggal menghubungi kantor pusat dari *supplier* atau maskapai untuk segera memperbaiki sistem tersebut.

Narasumber KWTT menyatakan:

> Tidak ada kendala. Sebenarnya kalau masalah sistemnya itu langsung dari maskapainya masing-masing, kalau misal *error* tinggal kita telepon maskapainya setelah itu akan langsung diperbaiki oleh mereka.

4.6 Penerapan Sistem Informasi Akuntansi pada Industri Travel

Akuntansi merupakan kegiatan yang sangat penting bagi perusahaan karena menghasilkan suatu informasi keuangan yang dapat dijadikan sebagai bahan untuk pengambilan keputusan. Dalam penerapannya, dibutuhkan sistem informasi yang baik agar dapat menghasilkan informasi akuntansi yang relevan dan tepat guna. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada 4 responden dari agen tour dan travel yang diteliti, secara umum semua agen tersebut sudah menerapkan sistem informasi akuntansi di perusahaannya.

Dari segi program yang digunakan, KWTT dan TTT sudah menggunakan program akuntansi yang khusus digunakan untuk mengolah data keuangan. KWTT mengatakan bahwa program akuntansi yang mereka gunakan adalah program akuntansi SIM. Program tersebut sama dengan program yang digunakan oleh PT BP KR yang merupakan induk perusahaan dari KWTT.

Narasumber KWTT dalam wawancara menyatakan:

> Iya, kami sudah menggunakan program khusus *accounting*. Nama programnya kalau tidak salah itu SIM.

TTT tidak menyebutkan nama dari program akuntansi yang mereka gunakan, namun mereka hanya mengatakan bahwa program tersebut merupakan program akuntansi dari kerjasama dengan pihak ketiga.

Narasumber TTT dalam wawancara menyatakan:

> Iya sudah menggunakan. Ini bisa dikatakan aplikasi buatan sendiri karena kita bekerjasama dengan pembuat aplikasi pihak ketiga.

Di sisi lain, MTT dan SRTT masih hanya menggunakan program pengolahan data standar berupa Microsoft Excel untuk mencatat dan mengolah data keuangan mereka.

Narasumber MTT menyatakan:

Iya sudah pakai. Kita biasanya menggunakan Microsoft Excel.

SRTT masih menggunakan program Microsoft Excel karena mereka berpendapat bahwa program tersebut penggunaannya sederhana. Mereka menyatakan:

Iya sudah pakai. Sejauh ini kita memakai Microsoft Excel karena sederhana.

Sistem informasi akuntansi dalam penerapannya dibutuhkan orang yang mengerti tentang dasar-dasar akuntansi. Sehingga dalam penerapannya orang yang pantas menjalankan sistem tersebut adalah orang yang memiliki latar belakang pendidikan akuntansi. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, mayoritas agen tour dan travel yang menjadi responden mempunyai karyawan seorang akuntan atau *staff accounting* yang memiliki latar belakang pendidikan akuntansi. KWTT merupakan satu-satunya agen tour dan travel yang memiliki seorang akuntan namun bukan berasal dari latar belakang pendidikan akuntansi. Mereka mengatakan bahwa mereka hanya memberikan pelatihan mengenai akuntansi terlebih dahulu sebelum dijadikan sebagai akuntan di perusahaannya. Mereka memberikan pelatihan sendiri yang dibimbing secara langsung oleh direktur keuangan PT BP KR selaku induk perusahaan.

Narasumber KWTT dalam wawancara menyatakan:

> Tidak, *staff accounting* kita bukan dari latar belakang akuntansi. Jadi ketika masuk kita bimbing dulu langsung di perusahaan.

Pada tabel 4.3 berikut ini merupakan daftar latar belakang pendidikan dari seseorang yang menjabat sebagai akuntan atau *staff accounting* di masing-masing agen tour dan travel berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden.

Tabel 4.3
Daftar Latar Belakang Pendidikan

No	Nama	Latar Belakang Pendidikan
1	KWTT	Non-Akuntansi
2	MTT	D3 Akuntansi
3	SRTT	S1 Akuntansi
4	TTT	S1 Akuntansi

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari sisi pencatatan akuntansi yang dilakukan, semua responden dari agen tour dan travel yang diteliti sudah melakukan pencatatan transaksi secara lengkap. Pencatatan yang dilakukan yaitu berupa pencatatan atas transaksi penjualan baik tiket maupun jasa lain kepada konsumen, transaksi pembelian atau pembayaran yang dilakukan kepada *supplier* atau maskapai, utang kepada *supplier* atau maskapai, piutang kepada *supplier* atau maskapai maupun kepada konsumen bagi agen tour dan travel yang menyediakan fasilitas DP dan pembayaran tempo, serta biaya-biaya operasional perusahaan yang dikeluarkan. Semua pencatatan tersebut sudah dilakukan secara rutin oleh semua agen tour dan travel setiap hari.

Ketika diberikan pertanyaan mengenai transaksi apa saja yang dicatat, narasumber TTT menyatakan:

> Transaksi yang dicatat itu semuanya, menyeluruh yang digunakan untuk dasar-dasar dalam pembuatan Laporan Keuangan seperti kas, penjualan, biaya-biaya yang dikeluarkan. Kalau pencatatan setiap hari ada, setiap hari kita catat.

Narasumber MTT menyatakan:

Transaksi yang dicatat sudah semua, seperti kas, penjualan, lalu biaya perbulan seperti itu. Sudah rutin dilakukan, kalau pencatatan itu harian.

Narasumber SRTT menyatakan:

Kas, penjualan, biaya, semuanya yang berhubungan dengan penjualan jasa sudah kita catat. Untuk pencatatan Sri Rama dari dulu sudah lengkap. Pencatatan juga sudah rutin dilakukan.

Narasumber KWTT menyatakan:

Semuanya sudah dicatat yang merupakan dasar-dasar akuntansi. Iya sudah rutin.

Pada tabel 4.4 berikut ini merupakan daftar pencatatan yang dibuat oleh masing-masing agen tour dan travel berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden.

Tabel 4.4
Daftar Pencatatan Akuntansi yang Dibuat oleh Agen Tour dan Travel

No	Nama	Pencatatan Akuntansi				
		Penjualan	Pembelian	Utang	Piutang	Biaya
1	KWTT	✓	✓	✓	✓	✓
2	MTT	✓	✓	✓	✓	✓
3	SRTT	✓	✓	✓	✓	✓
4	TTT	✓	✓	✓	✓	✓

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari sisi laporan keuangan yang dibuat, semua responden dari agen tour dan travel yang diteliti juga sudah membuat semua laporan keuangan dengan lengkap sesuai dengan dasar akuntansi setidaknya berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan untuk entitas mikro, kecil, dan menengah (2016) yang hanya berupa Laporan Laba Rugi, Laporan Posisi Keuangan, dan Laporan Arus Kas. Semua agen tour dan travel mengatakan bahwa semua laporan keuangan tersebut sudah secara

rutin mereka buat setiap tahun, dan bahkan TTT serta MTT membuatnya setiap bulan sekali.

Ketika diberikan pertanyaan mengenai Laporan Keuangan apa saja yang dibuat, narasumber TTT menyatakan:

> Semua Laporan Keuangan sudah kita buat, mulai dari Laporan Laba Rugi, Laporan Arus Kas, sampai Laporan Neraca sudah kita buat semua. Untuk Laporan Keuangan kita laporan ke manajemen setiap bulan sekali pasti ada.

Narasumber MTT menyatakan:

> Yang dibuat Laporan Laba Rugi, Neraca atau Posisi Keuangan, lalu Arus Kas, lengkap seperti itu. Kalau Laporan Keuangan setiap bulan jelas dibuat.

Narasumber SRTT menyatakan:

> Laporan Laba Rugi, Neraca, itu sudah ada semua, sudah lengkap yang menjadi dasar-dasar Laporan Keuangan. Kalau untuk Laporan Keuangan, karena kita kan bekerjasama dengan KAP, jadi setiap tahun itu kita serahkan semua ke KAP, lalu nanti mereka audit dan kita dapat laporannya yang berberntuk buku yang sudah diaudir itu. Jadi kita rutin setiap tahun itu ada.

Narasumber KWTT menyatakan:

> Semuanya dibuat. Laporan Laba Rugi, Laporan Neraca, Laporan Arus Kas. Iya, semua juga dibuat secara rutin.

Pada tabel 4.5 berikut ini merupakan daftar laporan keuangan yang dibuat oleh masing-masing dari agen tour dan travel berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden.

Tabel 4.5
Daftar Laporan Keuangan yang Dibuat oleh Agen Tour dan Travel

No	Nama	Laporan Keuangan		
		L/R	PK	AK
1	KWTT	✓	✓	✓
2	MTT	✓	✓	✓
3	SRTT	✓	✓	✓
4	TTT	✓	✓	✓

Sumber: Data Primer diolah, 2018
KETERANGAN

L/R = Laporan Laba Rugi
PK = Laporan Posisi Keuangan
AK = Laporan Arus Kas

Dalam menerapkan sistem informasi akuntansi, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh agen tour dan travel. KWTT serta SRTT mengatakan bahwa kendala yang mereka hadapi dalam menerapkan sistem informasi akuntansi adalah keterbatasan SDM. Mereka mengatakan bahwa terdapat kesulitan dalam menerapkan sistem tersebut karena mereka hanya memiliki sedikit karyawan yang bertugas sebagai *staff accounting* di perusahaan.

Dalam wawancara, narasumber SRTT menyatakan:

> Kalau akuntansi mungkin untuk SDM saya rasa bisa soalnya mereka latar belakangnya juga akuntansi, hanya saja mungkin keterbatasan SDM bisa soalnya kita hanya sedikit, terus juga mungkin kalau misalnya ada sistem baru atau apa kita waktunya untuk belajar lagi juga terbatas. Mungkin kembali lagi ke SDM-nya, jadi kendalanya di situ.

Narasumber KWTT menyatakan:

> Kalau kendala mungkin hanya di keterbatasan SDM saja.

Sedangkan kendala yang dihadapi oleh MTT dan TTT adalah keterbatasan waktu. Mereka mengatakan bahwa mereka sering kali tidak dapat membuat laporan keuangan dengan tepat waktu. Selain itu, kendala lain yang dihadapi TTT adalah keterbatasan SDM berupa *staff accounting* yang menjalankan sistem informasi akuntansi serta inisiatif karyawan dalam hal melaksanakan tugas.

Dalam wawancara, narasumber MTT menyatakan:

> Kalau kendala sepertinya itu kita di keterbatasan waktu.

Narasumber TTT menyatakan:

> Kebanyakan juga kualitas SDM sama inisiatif dan waktu yang tidak mencukupi.

4.7 Strategi yang Digunakan oleh Industri Travel

Adanya agen travel *online* atau *Online Travel Agent* (OTA) seperti Traveloka, Tiket.com, Pegi-pegi, dan Airy sekarang ini memberikan pengaruh dan dampak yang cukup besar dalam industri travel terutama kepada agen travel tradisional. Mayoritas agen tour dan travel yang menjadi responden dalam penelitian ini mengatakan bahwa adanya OTA memberikan dampak yang cukup siginifikan bagi perusahaan mereka. Menurut mereka, dampak yang paling terasa yaitu pada penjualan tiket yang semakin menurun dan berkurang. Dalam hal ini strategi menjadi kunci utama yang dapat digunakan agen travel tradisional untuk menghadapi OTA agar perusahaan tetap dapat terus berjalan. Strategi merupakan cara-cara atau rencana-rencana yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan. Strategi sangat penting bagi perusahaan, karena tanpa adanya strategi maka tujuan perusahaan akan sulit untuk dicapai.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, masing-masing agen tour dan travel memiliki strategi yang bermacam-macam dalam menghadapi persaingan dengan adanya OTA tersebut. Dari hasil wawancara, TTT mengatakan bahwa strategi mereka dalam menghadapi persaingan dengan agen travel *online* yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Menurut mereka, kualitas pelayanan merupakan hal utama yang menjadi prioritas perusahaan agar para konsumen memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan. Mereka beranggapan bahwa konsumen pada akhirnya akan lebih puas ketika melakukan transaksi secara langsung atau tatap muka dengan pelayan dibandingkan secara *online*, hal tersebut karena kurangnya keleluasaan konsumen ketika ingin

berinteraksi dan berkomunikasi jika terjadi suatu masalah. Kemudian untuk MTT sendiri mereka memiliki strategi dengan cara meningkatkan kerjasama langsung dengan sub-agen dan agen-agen lain sebagai mitra bisnis. Selain itu mereka dengan gencar meningkatkan promosi melalui iklan di *website* dan media sosial karena menurut mereka *website* dan media sosial merupakan sarana strategis untuk melakukan promosi, serta mereka juga melakukan penawaran dengan memberikan promo berupa potongan harga agar dapat menarik para konsumen dan agar memiliki harga yang kompetitif dengan harga yang ditawarkan oleh agen travel *online*.

Kemudian untuk KWTT dan SRTT memiliki strategi yang sama dalam penerapannya. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan, mereka mengatakan bahwa strategi yang mereka terapkan yaitu dengan meningkatkan promosi dan melakukan kerjasama dengan instansi-instansi. Menurut mereka melakukan kerjasama dengan instansi atau konsumen skala besar memberikan keuntungan yang lebih besar juga bila dibandingkan dengan konsumen perorangan atau konsumen dengan skala kecil. Selain itu, mereka juga memberikan dan menyediakan fasilitas DP dan pembayaran tempo kepada instansi-instansi. Berdasarkan analisa yang mereka buat sebelumnya, memberikan penawaran fasilitas DP dan pembayaran tempo sangat cocok bagi mereka karena adanya birokrasi di dalam instansi sehingga dalam hal pencairan dana mereka harus menunggu surat keputusan atau persetujuan dari pemimpin instansi tersebut terlebih dahulu. Sehingga dengan begitu, fokus strategi mereka adalah dengan

meningkatkan promosi dengan memberikan penawaran berupa DP dan pembayaran tempo kepada konsumen skala besar seperti instansi-instansi.

Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa berdasarkan jenis-jenis strategi menurut Govindarajan dan Anthony (2007), strategi yang diterapkan oleh TTT adalah strategi pertahankan, dimana strategi mereka adalah fokus mempertahankan pangsa pasar yang telah mereka kuasai dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan mereka kepada konsumen. Mereka berusaha mempertahankan konsumen yang sudah lama menjadi pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen tersebut tidak akan pindah dari TTT.

Narasumber TTT menyatakan:

> Strategi yang paling penting itu cara kita melayani konsumen, pertama itu yang paling penting. Karena kalau kita bisa melayani lebih ke konsumen, maka konsumen tidak akan lari dari jasa travel kita.

Kemudian strategi yang diterapkan oleh MTT adalah strategi bangun, dimana strategi mereka adalah fokus menambah pangsa pasar dengan meningkatkan kerjasama dengan menjadikan sub-agen dan agen-agen sebagai mitra bisnis mereka. Selain itu, mereka juga fokus mengembangkan *website* dan media sosial sebagai sarana transaksi secara *virtual* atau *online*.

Narasumber MTT menyatakan:

> Kita kerjasama. Kita kerjasama dengan sub-agen atau dengan agen-agen yang lainnya, melakukan penawaran, promosi di *website* dan media sosial semakin ditingkatkan.

Sedangkan strategi yang diterapkan oleh KWTT dan SRTT adalah strategi bangun dan diferensiasi, dimana strategi mereka adalah fokus menambah pangsa pasar dengan meningkatkan promosi dan melakukan kerjasama dengan intansi-

instansi, serta membuat perbedaan dengan kompetitor lain melalui penyediaan dan pemberian fasilitas DP dan pembayaran tempo kepada instansi-instansi yang menjadi konsumen mereka.

Narasumber SRTT menyatakan:

> Kalau cara mungkin kita di *sale*, itu kita menawarkan untuk pembayaran. Kita coba untuk menawarkan pembayaran tempo terutama untuk dinas-dinas atau instansi, karena memang mereka kalau melakukan transaksi pembayaran biasanya kan harus menunggu surat persetujuan dari pusat. Jadi fokus strategi kita di situ, karena mereka lebih suka dengan pembayaran tempo.

Narasumber KWTT menyatakan:

> Kalau terkait strategi kita memang dari dulu ketika promosi ambilnya yang *corporate*. Masuk ke dinas-dinas, jadi yang memang sistem pembayarannya di belakang. Jadi kalau dinas-dinas seperti itu sekali transaksi ya besar nilainya meskipun nanti bayarnya di belakang semisal satu bulan ke depan atau dua minggu kemudian.

Pada tabel 4.6 berikut ini merupakan daftar dari jenis strategi menurut Govindarajan dan Anthony (2007) yang diterapkan oleh masing-masing dari agen tour dan travel berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden.

Tabel 4.6
Jenis Strategi yang Digunakan oleh Agen Tour dan Travel

No	Nama	Jenis Strategi
1	KWTT	Bangun dan Diferensiasi
2	MTT	Bangun
3	SRTT	Bangun dan Diferensiasi
4	TTT	Pertahankan

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Masing-masing agen tour dan travel memiliki kendala yang bermacam-macam dalam menerapkan strategi mereka. Kendala tersebut dapat berasal dari eskternal maupun internal perusahaan. KWTT mengatakan bahwa kendala yang mereka hadapi berasal dari eksternal perusahaan yaitu dari kompetitor. Menurut

mereka, strategi perusahaan akan cukup sulit diterapkan ketika kompetitor lain juga menerapkan strategi yang sama sehingga hal tersebut dapat menyebabkan adanya perang strategi.

Dalam wawancara, narasumber KWTT menyatakan:

> Kalau strategi pasti kendalanya masih kompetitor seperti biro perjalanan lain, itu saja. Misalkan kita punya strategi, tapi di sisi lain ada biro lain yang mungkin juga memiliki strategi yang sama seperti itu kan nanti pada akhirnya jadi perang strategi.

Kemudian untuk MTT memiliki kendala yang berasal dari internal perusahaan sendiri. Mereka mengatakan bahwa kendala yang mereka hadapi adalah keterbatasan SDM. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya karyawan yang khusus memegang divisi promosi digital atau *digital promotion* ketika fokus mereka untuk mengembangkan dan mengelola *website* serta promosi di media sosial, sehingga tugas tersebut hanya dipegang oleh karyawan mereka yang saat itu sedang menganggur atau tidak ada tugas yang sedang dikerjakan.

Dalam wawancara, narasumber MTT menyatakan:

> Kendalanya itu terletak di internal perusahaan, itu kita belum ada SDM untuk mengurusi *website*, belum ada SDM yang khusus menangani itu. Jadi kita masih siapa yang sedang menganggur tidak ada pekerjaan maka dia yang harus menangani *website*. Khusus yang pegang media sosial dan *website*, jadi siapa yang menganggur maka dia yang mengurusi itu.

Kemudian kendala yang dihadapi oleh SRTT berasal dari eksternal perusahaan. Mereka mengatakan bahwa kendala mereka terjadi pada konsumen itu sendiri. Konsumen yang datang sering kali menawar harga lebih tinggi lagi meskipun mereka sudah memberikan penawaran harga yang rendah, dan yang paling menjadi kendala menurut mereka adalah mundurnya pelunasan pembayaran bagi instansi yang mendapat fasilitas pembayaran tempo. Mundurnya pelunasan

pembayaran dari waktu yang telah ditentukan membuat SRTT kesulitan untuk memutarkan modal mereka untuk keperluan yang lain. Selain itu kendala yang mereka hadapi adalah sulitnya membangun kepercayaan konsumen dengan banyaknya persaingan yang ada di saat ini.

Dalam wawancara, narasumber SRTT menyatakan:

> Mungkin kendalanya seperti ini. Misal kita menawarkan pembayaran tempo kepada konsumen, tetapi kemudian mereka masih menawar lagi, padahal kan kalau misalkan pembayarannya tempo, otomatis kita modalnya berhenti. Untuk memutarkan modalnya lagi itu menjadi terganggu. Mungkin kendalanya lebih di situ. Kalau untuk tour sendiri kendalanya kita itu tadi kembali ke awal tadi untuk membuat orang percaya sama kita, dengan persaingan yang banyak sekali itu sedikit sulit.

Sedangkan kendala yang dihadapi oleh TTT sendiri berasal dari eksternal perusahaan, yaitu dari adanya agen travel *online* tersebut. Mereka mengatakan meskipun mereka sudah meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, namun untuk menarik konsumen baru masih tetap sulit karena terjadi perbedaan harga yang cukup siginifikan antara agen travel *online* dengan agen travel tradisional. Menurut mereka harga tiket yang ditawarkan oleh agen travel *online* jauh lebih murah dengan harga yang ditawarkan oleh agen travel tradisional, sehingga hal tersebut yang membuat perusahaan kesulitan untuk menarik konsumen.

Dalam wawancara, narasumber TTT menyatakan:

> Yang jelas kalau untuk SDM kita sudah cukup untuk menghadapi kendala-kendala yang ada, terutama untuk mengimplementasikan strategi. Tapi untuk persaingan yang berat itu untuk menghadapi travel *online*, karena terus terang saja untuk menghadapi travel *online* yang khususnya tiket saya tidak tahu, bagaimana mereka bisa mendapatkan harga tiket yang lebih murah dari travel-travel *agent* yang tidak *online*.

Sebagian agen tour dan travel menyatakan bahwa mereka sudah merasakan dampak dari strategi yang mereka terapkan tersebut, namun sebagian lagi menyatakan bahwa mereka belum merasakan dampak tersebut. TTT dan MTT menyatakan bahwa strategi yang mereka terapkan sudah berdampak pada penjualan meskipun belum dapat memenuhi target profit yang ditetapkan.

Narasumber TTT menyatakan:

> Ada, sudah berdampak. Dengan meningkatkan pelayanan kita, yang tadinya tamu sempat lari ke travel *online*, mungkin karena kalau berhubungan dengan travel online berasa seperti berhubungan dengan mesin, sehingga mereka kembali lagi ke kita, biasanya seperti itu. Keluhan-keluhannya karena dengan travel *online* tidak bisa fleksibel dan komunikasinya kurang. Untuk target tidak bisa sepenuhnya memenuhi target penjualan. Karena itu tadi, persaingan-persaingan bisnis kita bukan saja dengan agen travel *online*, khususnya untuk tour kita juga ada persaingan dengan yang punya *rent car*. Terkadang yang punya penyewaan-penyewaan mobil seperti itu mereka juga merebut tamu kita dengan menyebarkan kartu nama di hotel-hotel.

Narasumber MTT menyatakan:

> Ada, dampaknya tetap ada. Karena kita sekarang kan dunianya sudah digital seperti media sosial. Jadi ya berdampak sekali ketika melihat iklan di situ. Kalau untuk targetnya sih belum sampai, tapi kita usahakan untuk sesuai target.

Sedangkan KWTT menyatakan bahwa strategi yang mereka terapkan sudah berdampak pada penjualan dan sudah memenuhi target profit yang ditetapkan. Narasumber KWTT menyatakan:

> Ada. Jadi sebelumnya itu pernah terjadi pergantian manajemen dari yang lama. Setelah kita masuk dan menggunakan strategi kita yang seperti ini, alhamdulillah kita bisa meningkatkan penjualan. Bahkan kita sudah dapat mencapai target profit.

Namun SRTT manyatakan bahwa mereka belum merasakan dampak dari strategi yang mereka terapkan baik dari target penjualan maupun target profit. Narasumber SRTT menyatakan:

Belum berdampak sekali, karena strategi ini belum lama berjalan. Hanya saja dampak yang mungkin terasa adalah orang jadi tahu kalau Sri Rama itu masih ada, karena dulu selama ini kita hanya rekanan saja dengan yang sudah lama-lama itu. Tapi karena kalau mereka sedang turun, kita juga ikut turun. Jadi kita harus mencari ruang di pasar lain. Jadi kita berusaha untuk masuk di pasar-pasar lain. Jadi kurang lebih mereka jadi tahu kalau Sri Rama itu ada. Dampaknya itu saja, kalau untuk profit sejauh ini belum terlihat, karena memang kita baru memulai strategi ini belum lama.

Tabel 4.7
Dampak Penggunaan Strategi pada Agen Tour dan Travel

No	Nama	Strategi
1	KWTT	✓
2	MTT	-
3	SRTT	X
4	TTT	-

Sumber: Data Primer diolah, 2018
KETERANGAN
✓ = Strategi sudah berdampak dan sudah memenuhi target
(-) = Strategi sudah berdampak namun belum memenuhi target
X = Strategi belum berdampak dan belum memenuhi target

4.8 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 4 agen tour dan travel yang berada di Kotamadya/Kota Yogyakarta menghasilkan kesimpulan bahwa saat ini seluruh agen sudah menerapkan sistem informasi di perusahaannya serta menerapkan strategi untuk menghadapi persaingan dengan agen travel *online* yang ada, meskipun sistem informasi tersebut belum dilakukan secara maksimal dan strategi yang dilakukan juga belum dapat memenuhi target. Hal ini terjadi karena faktor keterbatasan dan kualitas SDM serta waktu yang dibutuhkan untuk menerapkan sistem informasi tersebut. Selain itu adanya faktor internal dan eksternal juga menjadi kendala dalam menerapkan strategi perusahaan. Faktor yang paling berpengaruh yaitu adanya perang strategi antar kompetitor dan juga dari

konsumen itu sendiri, sedangkan faktor internal berasal dari keterbatasan SDM dalam menjalankan tugas.

Tabel 4.8
Penerapan SI dan Strategi pada Agen Tour dan Travel

No	Nama	TI	SIM	SIA	Strategi	
1	KWTT	✓	-	✓	✓	✓ = 3 (-) = 1
2	MTT	-	-	✓	-	✓ = 1 (-) = 3
3	SRTT	✓	-	✓	-	✓ = 2 (-) = 2
4	TTT	-	-	✓	-	✓ = 1 (-) = 3
		✓ = 2 (-) = 2	✓ = 0 (-) = 4	✓ = 4 (-) = 0	✓ = 1 (-) = 4	

Sumber: Data Primer diolah, 2018
KETERANGAN
✓ = Agen dapat memaksimalkan penerapan sistem informasi dan strategi
(-) = Agen belum maksimal dalam penerapan sistem informasi dan strategi

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dibahas sebelumnya dalam BAB Pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Teknologi Informasi (TI) sudah digunakan secara maksimal oleh industri travel di Kota Yogyakarta karena sudah semua agen tour dan travel menggunakan TI dalam melakukan proses bisnis.
2. Sistem Informasi Manajemen (SIM) belum diterapkan secara maksimal oleh industri travel di Kota Yogyakarta karena mereka belum ada yang menggunakan Sistem Informasi yang terintegrasi dalam penerapannya.
3. Sistem Informasi Akuntansi (SIA) sudah diterapkan secara maksimal oleh industri travel di Kota Yogyakarta karena sudah semua agen tour dan travel memenuhi ke-enam komponen SIA menurut Romney dan Steinbart (2015) dalam penerapannya.
4. Strategi perusahaan sudah diterapkan dengan cukup maksimal oleh industri travel di Kota Yogyakarta karena meskipun sudah berdampak pada penjualan yang semakin meningkat, namun belum mampu mencapai target profit yang telah ditentukan.

5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi penelitian ini memberikan referensi sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi, pengambilan kebijakan dan keputusan terkait penerapan sistem informasi dan strategi yang digunakan oleh industri travel di Kota

Yogyakarta, serta sebagai bahan evaluasi bagi manajemen guna memperbaiki dan meningkatkan sistem informasi agar dapat digunakan secara optimal untuk menghadapi persaingannya dengan agen travel *online*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian terdapat keterbatasan yang dihadapi oleh penulis, keterbatasan tersebut antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Industri travel di Kota Yogyakarta kurang terbuka untuk dijadikan sebagai obyek penelitian karena dari 15 agen tour dan travel yang menjadi target, namun peneliti hanya berhasil melakukan wawancara kepada 4 agen, sedangkan sisanya menolak dan tidak mau untuk diteliti.
2. Ruang lingkup penelitian masih sempit karena peneliti hanya melakukan penelitian pada industri travel di Kota Yogyakarta saja.
3. Informan kurang terbuka dalam memberikan informasi mengenai perusahaan, sehingga informasi yang diberikan kepada peneliti kurang jelas, lengkap, dan detail.

5.4 Saran

Berdasarkan uraian pembahasan dan kesimpulan yang telah didapatkan, maka saran yang dapat penulis sampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian tidak hanya pada industri travel yang berada di Kota Yogyakarta saja, namun juga pada industri travel di kota lain, sehingga dapat memberikan informasi tambahan mengenai perbandingan penerapan sistem informasi dan strategi dari industri travel di kota lain.

2. Bagi industri travel, diharapakan dapat mengatasi kendala-kendala yang menjadi hambatan dalam penerapan sistem informasi dan strategi, sehingga ke depannya dapat menerapkan sistem informasi dan strategi dengan lebih maksimal dan sesuai dengan target perusahaan.
3. Bagi informan, diharapakan lebih terbuka lagi dalam menjawab pertanyaan dan meberikan informasi ketika wawancara, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih jelas, lengkap dan detail.

DAFTAR PUSTAKA

Adron, M. A. F. (2016). Analisis penerapan sistem akuntansi dan laporan keuangan serta pengetahuan tentang SAK ETAP pada UMKM di kabupaten kulon progo yogyakarta.

Alamsjah, M. I. (2016). Paparan kementerian pariwisata RI untuk KIDi ke-6 2016, 5. Diakses dari https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Paparan Kemenpar untuk KIDI 2016.pdf

Anjastantri, W., & Dewantara, R. Y. (2017). Mempertahankan eksistensi tradisional travel agency dalam menghadapi ancaman online travel agency, *50*(6), 151–156.

Beralih ke online bisnis agen travel mulai redup. (14 Agustus 2017). Diakses 16 November 2017, dari https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3599286/beralih-ke-online-bisnis-agen-travel-mulai-redup

Boyatzis, R. (1980). *Transforming qualitative information: thematic analysis and code development*. CA: SAGE Publication Inc.

Ceisari, B. B. (2017). Adopsi sistem informasi pada industri kreatif di yogyakarta.

David, F. R., & Carolina, S. (2011). *Strategic Management Concepts and Cases*. *Zeitschrift für Personalforschung* (Vol. 28). https://doi.org/10.1688/ZfP-2014-03-Rowold

Gaol, C. J. L. (2008). *Sistem Informasi Manajemen Pemahaman dan Aplikasi*. Grasindo. Diakses dari https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=VFFQD2eHGYYC&oi=fnd&pg=PR14&dq=sistem+informasi+manajemen&ots=Ut3_J3J77V&sig=lZohEUSiGxbP60J1u4reOc5BN1w&redir_esc=y#v=onepage&q=sistem informasi manajemen&f=false

Govindarajan, V., & Anthony, R. N. (2007). *Sistem Pengendalian Manajemen* (12th ed.). McGraw-Hill.

Hartono, F. F., Hendry, & Somya, R. (2013). Aplikasi reservasi tiket bus pada handphone android menggunakan web service. *JdC, Vol. 2, No 1, Maret, 2013*, *2*(1), 21–32. Diakses dari http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/decartesian/article/view/2119

IAI. (2016). *Standar Akuntansi Keuangan: Entitas mikro, kecil, dan menengah, efektif per 1 Januari 2018*. IAI Press Inc.

Khumaedy, M. A. (2017). Tahun 2017 kita genjot sektor pariwisata. Diakses 16 November 2017, dari http://setkab.go.id/tahun-2017-kita-genjot-sektor-pariwisata/

Kristianto, Y. B., Asni, M., Mutijo, Waluyo, & Oktavia, G. (2016). Statistik daerah daerah istimewa yogyakarta 2016, 1–82.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management Information Systems : Managing Digital Firm* (13th ed.). Pearson Education.

Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Musmini, L. S. (2013). Sistem informasi akuntansi untuk menunjang pemberdayaan pengelolaan usaha kecil. *Vokasi Jurnal Riset Akuntansi*, *2*(1), 62–81.

Rahmana, A. (2009). Peranan teknologi informasi dalam audit sistem informasi. *Dinamika Informatika*, *I*(2), 122–130.

Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2015). *Accounting Information System* (13th ed.). Perason Education.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2012). *Research Methods for Business Students* (Sixth). Pearson Education Limited.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Tren pemesanan tiket kereta api online meningkat tiap tahun. (16 Oktober 2016). Diakses 16 November 2017, dari http://kereta-api.info/tren-pemesanan-tiket-kereta-api-online-meningkat-tiap-tahun-6432.htm

Urumsah, D. (2014). *Perencanaan Strategis Sistem Informasi* (1st ed.). Yogyakarta: Data Algonia.

Wahid, F., & Iswari, L. (2007). Adopsi teknologi informasi oleh UKM. *Seminar*, *2007*(Snati), 75–79. Diakses dari http://journal.uii.ac.id/index.php/Snati/article/viewFile/1732/1512

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

DAFTAR PERTANYAAN

Identitas Perusahaan

1. Apa nama perusahaan anda?
2. Siapa pendiri perusahaan anda?
3. Tahun berapa perusahaan anda berdiri?
4. Bagaimana struktur organisasi perusahaan anda?
5. Berapa jumlah toko/gerai/cabang yang perusahaan anda punya?
6. Berapa jumlah karyawan di perusahaan anda?
7. Berapa omset per tahun perusahaan anda?
8. Jasa/layanan apa saja yang perusahaan anda tawarkan?
9. Bagaimana proses bisnis yang dijalankan perusahaan anda? (dari awal sampai penyerahan jasa/layanan kepada konsumen)
10. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menjalankan proses bisnis?

Penerapan Sistem Informasi

1. Bagaimana cara perusahaan anda memasarkan jasa/layanan yang ditawarkan? (misal: melalui iklan koran, brosur, *sales* keliling, *online*, dsb)
2. Jika perusahaan anda juga memasarkan jasa/layanan secara *online*, melalui apa saja anda mempromosikannya? (misal: *website*; media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dsb)
3. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam memasarkan jasa/layanan?
4. Program/aplikasi apa yang perusahaan anda gunakan untuk mengelola sistem informasi *tour & travel*?
5. Menu apa saja yang dapat diakses melalui sistem informasi tersebut? (misal: menu pemesanan tiket, data pelanggan, data keuangan, dsb)
6. Siapa saja yang memiliki hak akses sistem informasi tersebut?
7. Apakah hak akses untuk tiap pengguna berbeda-beda? (misal: data keuangan hanya dapat diakses oleh bagian akuntansi, dsb)
8. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menerapkan sistem informasi tersebut? (misal: kualitas SDM, biaya perawatan/pengelolaan sistem, sistem *error*, dsb)

Penerapan Sistem Informasi Akuntansi

1. Apakah perusahaan anda sudah melakukan pencatatan transaksi dan membuat laporan keuangan?
   a Jika sudah,
      - Sejak kapan melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
      - Siapa yang melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?

- Transaksi apa saja yang dicatat? (misal: pendapatan, biaya, dsb)
- Laporan keuangan apa saja yang dibuat? (misal: laporan laba rugi, neraca/laporan posisi keuangan, laporan arus kas, dsb)
- Apakah pencatatan dan pembuatan laporan keuangan sudah dilakukan secara rutin? (misal: setiap hari, setiap bulan, setiap tahun)

b Jika belum,

- Mengapa tidak melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
- Catatan keuangan apa yang perusahaan anda gunakan selama ini?
- Apakah perusahaan anda berencana untuk melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan untuk ke depannya?

2. Apakah perusahaan anda menggunakan program/aplikasi keuangan untuk melakukan pencatatan transaksi dan membuat laporan keuangan?
   a. Jika iya, program/aplikasi apa yang perusahaan anda gunakan? (misal: Ms Excel, MYOB, Zahir, Accurate, aplikasi buatan sendiri, dsb)
   b. Jika tidak, bagaimana perusahaan anda melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan? (misal: menggunakan buku catatan, dsb)
3. Adakah rencana bagi perusahaan anda untuk mengembangkan program/aplikasi keuangan sendiri ke depannya?
   a. Jika ada,
      - Seberapa penting bagi perusahaan anda untuk mengembangkan program/aplikasi tersebut?
      - Seperti apa rancangan sistemnya?
      - Adakah kendala dalam merancang sistem tersebut? Jika ada, apa saja kendalanya?
   b. Jika tidak, apa alasannya?
4. Apakah orang yang bertugas mengelola sistem informasi akuntansi di perusahaan anda memiliki latar belakang pendidikan bidang akuntansi? (misal: Diploma, atau Sarjana Akuntansi)
   Jika tidak, apakah perusahaan anda memberikan pelatihan akuntansi untuk karyawan yang ditugaskan di bagian tersebut sebelumnya, dan seperti apa pelatihannya? (misal: diikutkan kursus akuntansi, dilatih dan dibimbing sendiri oleh perusahaan, dsb)
5. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menerapkan sistem informasi akuntansi? (misal: kualitas SDM, keterbatasan SDM, inisiatif karyawan, waktu yang tidak mencukupi, dsb)

Strategi (cara-cara) Perusahaan

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan di perusahaan anda?
2. Siapa pengambil keputusan di perusahaan anda?
3. Adakah dampak terhadap penjualan tiket di perusahaan anda dengan adanya agen travel *online*? (misal: Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan Airy)
   Jika ada, apa saja dampaknya?

4. Strategi (cara-cara) apa yang digunakan perusahaan anda untuk meningkatkan penjualan/profit dalam menghadapi agen travel *online*? (misal: Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan Airy) Bagaimana implementasinya?
5. Apakah perusahaan anda sudah melakukan analisa terlebih dahulu sebelum merumuskan dan mengimplementasikan strategi (cara-cara) tersebut?
   Jika iya, bagaimana perusahaan anda melakukan analisa tersebut?
6. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam mengimplementasikan strategi (cara-cara) tersebut?
7. Apakah strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut ada/sudah berdampak pada bisnis yang perusahaan anda jalankan untuk saat ini?
   Jika ada, seperti apa atau apa saja dampaknya?
8. Sejauh ini menurut anda, apakah strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut sudah berhasil dan berjalan sesuai dengan target penjualan/profit perusahaan anda?
9. Apakah perusahaan anda melakukan evaluasi terhadap strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut guna merumuskan strategi (cara-cara) selanjutnya? (misal: mencatat setiap perubahan bisnis setelah strategi diimplementasikan)
10. Adakah rencana bagi perusahaan anda untuk membuat sistem penjualan tiket secara *online* ke depannya?
    a. Jika ada,
       - Seberapa penting bagi perusahaan anda untuk membuat sistem penjualan tiket secara *online*?
       - Seperti apa rancangan sistemnya dan menggunakan *platform* apa? (misal: *website*; aplikasi di *smartphone*, laptop; dsb)
       - Bagaimana sistem transaksinya?
       - Adakah kendala dalam merancang sistem tersebut? Jika ada, apa saja kendalanya?
    b. Jika tidak, apa alasannya?

LAMPIRAN 2

HASIL WAWANCARA

WAWANCARA I
Narasumber : Bambang
Jabatan : Manajer Akuntansi
Nama Travel : Trend Tour & Travel (TTT)
Waktu Wawancara : Kamis, 18 Januari 2018

Identitas Perusahaan

1. Apa nama perusahaan anda?
   Jawab : PT Trend Cahaya Pedi.
2. Siapa pendiri perusahaan anda?
   Jawab : Edwin Ismedi Enda.
3. Tahun berapa perusahaan anda berdiri?
   Jawab : 2005.
4. Bagaimana struktur organisasi perusahaan anda?
   Jawab : Dari pemilik atau pemimpin, di bawahnya ada divisi-divisi. Divisi Tour, Divisi Ticketing, Divisi Hotel, sama Divisi Accounting dan Keuangan.
5. Berapa jumlah toko/gerai/cabang yang perusahaan anda punya?
   Jawab : Cuma satu, sementara ini masih satu.
6. Berapa jumlah karyawan di perusahaan anda?
   Jawab : Untuk jumlah karyawan, 20 (dua puluh) kayawan. Dua puluh karyawan tetap.
7. Berapa omset per tahun perusahaan anda?
   Jawab : Omset per tahun antara 1,5 miliar sampai 2 miliar per tahun.
8. Jasa/layanan apa saja yang perusahaan anda tawarkan?
   Jawab : Kita bergerak di biro perjalanan wisata, jasa-jasa yang kita layani meliputi ticketing, akomodasi berupa hotel, terus tour reservasi, sama pembuatan dokumen.
9. Bagaimana proses bisnis yang dijalankan perusahaan anda? (dari awal sampai penyerahan jasa/layanan kepada konsumen)
   Jawab : Prosesnya yaitu dari bookingan konsumen, terus dari konsumen ke operator, operator melayani konsumen dalam hal apa yang konsumen butuhkan, setelah antara konsumen dan operator deal masalah kebutuhan-kebutuhan konsumen baru dibikinkan invoice, terus dari invoice dari pihak accounting melakukan penagihan-penagihan ke konsumen dan pembayaran-pembayaran ke supplier.
10. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menjalankan proses bisnis?

Jawab : Ada, kadang ada seperti pembatalan dari konsumen. Tapi itu kan ada kalau sesuai prosedur misalnya dari pembelian ticketing pesawat, mereka juga biasanya kita kenakan biaya cancellation fee.

Penerapan Sistem Informasi

1. Bagaimana cara perusahaan anda memasarkan jasa/layanan yang ditawarkan? (misal: melalui iklan koran, brosur, *sales* keliling, *online*, dsb)
   Jawab : Kalau untuk Trend Tour memasarkan jasa layanannya bisa melalui iklan koran, terus penyebaran brosur-brosur juga ada, sales call ya biasa ke perusahaan-perusahaan corporate, untuk online kita juga sudah punya web.
2. Jika perusahaan anda juga memasarkan jasa/layanan secara *online*, melalui apa saja anda mempromosikannya? (misal: *website*; media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dsb)
   Jawab : Kita punya website sendiri ya, alamat website sendiri, terus media sosial seperti instagram dan facebook juga ada yang mengkoordinasi.
3. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam memasarkan jasa/layanan?
   Jawab : Kedalanya, misal kendalanya itu kebanyakan untuk SDM-nya ya, kebetulan untuk yang khusus menghandle website dan media sosial seperti facebook, instagram itu kita belum ada yang fokus untuk SDM-nya, keterbatasan SDM.
4. Program/aplikasi apa yang perusahaan anda gunakan untuk mengelola sistem informasi *tour & travel*?
   Jawab : Jadi satu program belum ada, cuma untuk khusus di accounting ada sendiri program aplikasi sendiri.
5. Menu apa saja yang dapat diakses melalui sistem informasi tersebut? (misal: menu pemesanan tiket, data pelanggan, data keuangan, dsb)
   Jawab : Kalau untuk sistem informasi ticketing ya cuma bisa untuk memesankan tiket ya. Kalau untuk accounting ya khusus accounting saja. Jadi sendiri-sendiri gitu, jadi tidak apa, belum jadi satu program gitu.
6. Siapa saja yang memiliki hak akses sistem informasi tersebut?
   Jawab : Untuk ticketing, pemesan tiket ya khusus karyawan yang ditugaskan di ticketing. Kalau yang program accounting itu ya untuk bagian accounting saja.
7. Apakah hak akses untuk tiap pengguna berbeda-beda? (misal: data keuangan hanya dapat diakses oleh bagian akuntansi, dsb)
   Jawab : Iya beda, masing-masing sendiri, karena ya itu tadi belum jadi satu progam.
8. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menerapkan sistem informasi tersebut? (misal: kualitas SDM, biaya perawatan/pengelolaan sistem, sistem *error*, dsb)
   Jawab : Kalau untuk SDM sih saya kira tidak ada masalah ya. Ya mungkin itu, apa namanya, kadang saat menjalankan sistem seperti booking tiket,

memproses pemesanan tiket untuk konsumen itu kadang terkendala jaringan.

Penerapan Sistem Informasi Akuntansi

1. Apakah perusahaan anda sudah melakukan pencatatan transaksi dan membuat laporan keuangan?
   Jawab : Sudah.
   a. Jika sudah,
      - Sejak kapan melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
        Jawab : Kita berdiri tahun 2005, saya masuk di sini sekitar tahun 2008, sebelum itu sudah ada tapi kurang baguslah menurut saya, karena pas waktu itu juga saya dimintain tolong sama pimpinan untuk ngasih training ya ke karyawan Trend Tour. Jadi kalau pencatatan untuk pembuatan laporan keuangan itu ada sejak tahun 2008.
      - Siapa yang melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
        Jawab : Divisi sendiri, divisi accounting.
      - Transaksi apa saja yang dicatat? (misal: pendapatan, biaya, dsb)
        Jawab : Transaksi yang dicatat semuanya ya, menyeluruh seperti untuk dasar-dasar untuk penyampaian laporan keuangan misalnya kas, terus invoice penjualan, biaya-biaya yang dikeluarkan.
      - Laporan keuangan apa saja yang dibuat? (misal: laporan laba rugi, neraca/laporan posisi keuangan, laporan arus kas, dsb)
        Jawab : Semua data-data yang mendukung untuk pembikinan laporan keuangan ya, meliputi jurnal kas, arus kas, sampai laporan rugi laba dan laporan neraca sudah kita bikin semua.
      - Apakah pencatatan dan pembuatan laporan keuangan sudah dilakukan secara rutin? (misal: setiap hari, setiap bulan, setiap tahun)
        Jawab : Untuk laporan keuangan kita laporan ke manajemen setiap bulan sekali mesti ada laporan. Kalau pencatatan setiap hari ada, untuk kas dan invoice-invoice setiap hari ada.
   b. Jika belum,
      - Mengapa tidak melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
        Jawab : -
      - Catatan keuangan apa yang perusahaan anda gunakan selama ini?
        Jawab : -
      - Apakah perusahaan anda berencana untuk melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan untuk ke depannya?
        Jawab : -
2. Apakah perusahaan anda menggunakan program/aplikasi keuangan untuk melakukan pencatatan transaksi dan membuat laporan keuangan?
   Jawab : Iya.

a. Jika iya, program/aplikasi apa yang perusahaan anda gunakan? (misal: Ms Excel, MYOB, Zahir, Accurate, aplikasi buatan sendiri, dsb)
   Jawab : Ini bisa dikatakan aplikasi buatan sendiri karena kita punya apa, bekerjasama dengan pembuat aplikasi, pihak ketiga.
b. Jika tidak, bagaimana perusahaan anda melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan? (misal: menggunakan buku catatan, dsb)
   Jawab : -

3. Adakah rencana bagi perusahaan anda untuk mengembangkan program/aplikasi keuangan sendiri ke depannya?
   Jawab : Ada, kita sudah ada.
   a. Jika ada,
      - Seberapa penting bagi perusahaan anda untuk mengembangkan program/aplikasi tersebut?
        Jawab : Sangat penting, karena dengan adanya sistem apa, program keuangan itu ya jadi lebih mudah mengatur keuangan, untuk keperluan accounting itu.
      - Seperti apa rancangan sistemnya?
        Jawab : Sistemnya ya biasa, yang dasar-dasar untuk mencatat transaksi, terus bisa juga untuk membuat laporan keuangannya dari situ.
      - Adakah kendala dalam merancang sistem tersebut? Jika ada, apa saja kendalanya?
        Jawab : Untuk kendala saya kira seperti biaya pembuatannya ya, pengelolaan sistemnya.
   b. Jika tidak, apa alasannya?
      Jawab : -
4. Apakah orang yang bertugas mengelola sistem informasi akuntansi di perusahaan anda memiliki latar belakang pendidikan bidang akuntansi? (misal: Diploma, atau Sarjana Akuntansi)
   Jawab : Iya, ada.
   Jika tidak, apakah perusahaan anda memberikan pelatihan akuntansi untuk karyawan yang ditugaskan di bagian tersebut sebelumnya, dan seperti apa pelatihannya? (misal: diikutkan kursus akuntansi, dilatih dan dibimbing sendiri oleh perusahaan, dsb)
   Jawab : -
5. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menerapkan sistem infrmasi akuntansi? (misal: kualitas SDM, keterbatasan SDM, inisiatif kayawan, waktu yang tidak mencukupi, dsb)
   Jawab : Kebanyakan juga kualitas SDM sama inisiatif dan waktu yang tidak mencukupi.

Strategi (cara-cara) Perusahaan

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan di perusahaan anda?

Jawab : Biasanya kita meeting dulu bersama divisi-divisi yang ada untuk mengambil strategi-strategi yang akan dilakukan ke depannya. Dikumpulkan data dari divisi-divisi, kita meetingkan terus dari pihak manajemen baru mengambil keputusan bagaimana strategi ke depannya kita jalankan.

2. Siapa pengambil keputusan di perusahaan anda?
   Jawab : Pimpinan langsung, owner.
3. Adakah dampak terhadap penjualan tiket di perusahaan anda dengan adanya agen travel *online*? (misal: Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan Airy)
   Jawab : Ada.
   Jika ada, apa saja dampaknya?
   Jawab : Khususnya untuk penjualan tiket ya, untuk penjualan tiket itu dampaknya sangat besar, sampai-sampai untuk omset penjualannya pun pengaruh, khususnya untuk ticketing dan kalau untuk hotel, saya kira tidak begitu pengaruh karena kita juga bekerjasama dengan yang online itu.
4. Strategi (cara-cara) apa yang digunakan perusahaan anda untuk meningkatkan penjualan/profit dalam menghadapi agen travel *online*? (misal: Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan Airy) Bagaimana implementasinya?
   Jawab : Strategi yang paling penting itu cara kita melayani konsumen, pertama itu yang paling penting. Karena kalau kita bisa melayani lebih ke konsumen, konsumen bakalan istilahnya nggak bakalan lari dari jasa travel kita.
5. Apakah perusahaan anda sudah melakukan analisa terlebih dahulu sebelum merumuskan dan mengimplementasikan strategi (cara-cara) tersebut?
   Jawab : Iya.
   Jika iya, bagaimana perusahaan anda melakukan analisa tersebut?
   Jawab : Ya kita pasti menganalisa keadaan pasar itu bagaimana, terus persaingan di luar itu bagaimana, paling tidak juga kita curi-curi harga ke pesaing kita, baru kita mengambil keputusan bagaimana kita menarik tamu. Biasanya itu kan persaingan harga yang penting, baru service, karena sementara ini kebanyakan konsumen itu memandang harga yang paling murah, service untuk yang ke dua.
6. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam mengimplementasikan strategi (cara-cara) tersebut?
   Jawab : Ya yang jelas kalau SDM kita cukup ya untuk menghadapi kendala-kendala yang ada, untuk mengimplementasikan strategi. Tapi untuk persaingan yang berat itu untuk menghadapi travel online, karena terus terang saja untuk menghadapi travel online yang khususnya tiket saya nggak tau, mereka bisa dapat harga tiket yang lebih murah dari travel-travel agent yang tidak online.
7. Apakah strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut ada/sudah berdampak pada bisnis yang perusahaan anda jalankan untuk saat ini?

Jawab : Ada, sudah berdampak ya.
Jika ada, seperti apa atau apa saja dampaknya?
Jawab : Dengan meningkatkan pelayanan kita ya, yang tadinya tamu sempat lari ke travel online mungkin karena kalau berhubungan dengan travel online kayak berhubungan dengan mesin, terus mereka kembali lagi balik lagi ke kita, biasanya kayak gitu. Keluhan-keluhannya karena dengan travel online tidak bisa fleksibel, komunikasinya kurang.

8. Sejauh ini menurut anda, apakah strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut sudah berhasil dan berjalan sesuai dengan target penjualan/profit perusahaan anda?
   Jawab : Tidak 100% bisa memenuhi target penjualan ya. Ya kembali itu tadi persaaingan-persaingan bisnis kita itu bukan saja dengan travel online, khususnya untuk tour, kita juga ada persaingan dengan yang punya rent car rent car itu, kadang penyewaan-penyewaan mobil itu juga kadang mereka merebut tamu kita dengan cara menyebarkan kartu nama.
9. Apakah perusahaan anda melakukan evaluasi terhadap strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut guna merumuskan strategi (cara-cara) selanjutnya? (misal: mencatat setiap perubahan bisnis setelah strategi diimplementasikan)
   Jawab : Oiya pasti, pasti, karena kalau tidak apa, kita evaluasi nanti kekurangan-kekurangan kita tidak bisa kita perbaiki, itu pasti.
10. Adakah rencana bagi perusahaan anda untuk membuat sistem penjualan tiket secara *online* ke depannya?
    Jawab : Ada.
    a. Jika ada,
       - Seberapa penting bagi perusahaan anda untuk membuat sistem penjualan tiket secara *online*?
         Jawab : Kalau untuk kita penting sekali ya karena sekarang bisnis sudah tidak apa, tidak melulu dengan face to face ya, tapi dengan online itu lebih nganu, membidik sasaran lebih luas ya. Itu pasti nganu, pasti penting sekali buat perusahaan kita.
       - Seperti apa rancangan sistemnya dan menggunakan *platform* apa? (misal: *website*; aplikasi di *smartphone*, laptop; dsb)
         Jawab : Kita sudah berusaha dan beberapa kali mencari rekanan untuk apa, perancangan sistem ya, tapi kebetulan sampai sekarang belum nganu, belum ada yang cocok. Untuk rancangan-rancangan itu kita kepingingnnya mengembangkan website kita, dan yang bisa masuk ke android smartphone ya, aplikasi gitu.
       - Bagaimana sistem transaksinya?
         Jawab : Kalau sistem transaksi kita inginkan juga seperti travel-travel online itu ya, itu dari pihak konsumen dikasih kesempatan untuk booking online, terus pembayarannya juga pembayaran online, transfer gitu.

- Adakah kendala dalam merancang sistem tersebut? Jika ada, apa saja kendalanya?
  Jawab : Ada. Susah cari partner karena untuk sementara ini yang apa, partner-partner yang kita temui itu belum bisa mengaplikasikan rancangan sistem kita. Terus yang kedua, untuk sementara ini biaya ya, biaya terlalu mahal untuk apa, pembikinan website online itu, untuk pengelolaannya gitu.

b. Jika tidak, apa alasannya?
   Jawab : -

RANGKUMAN HASIL WAWANCARA

PT Trend Cahaya Pedi merupakan nama perusahaan dari Trend Tour & Travel yang berdiri pada tahun 2005. Pendiri selaku pemilik dari perusahaan ini adalah bapak Edwin Ismedi Enda. Hingga saat ini, Trend Tour & Travel hanya memiliki 1 kantor saja dan memiliki 20 karyawan. Perusahaan ini sudah memiliki struktur organisasi yang baik dengan pembagian tugas yang cukup jelas untuk masing-masing karyawan.

Trend Tour & Travel sudah menggunakan Teknologi Informasi (TI) dengan maksimal, dimana mereka sudah menggunakannya untuk menjalankan seluruh proses bisnis di perusahaan. Mereka juga sudah menggunakan TI untuk menjalankan Sistem Informasi (SI) yang ada di perusahaan, seperti Sistem Informasi Manajemen (SIM) dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA).

Penerapan SIM di Trend Tour & Travel sudah cukup baik, namun belum dapat diterapkan secara maksimal karena mereka belum menggunakan sistem yang terintegrasi. Namun, mereka sudah menerapkan SIA secara maksimal karena mereka sudah melakukan pencatatan atas transaksi dan membuat laporan keuangan secara lengkap dan rutin.

Trend Tour & Travel mengatakan bahwa strategi yang mereka jalankan untuk saat ini sudah berdampak pada penjualan mereka yang semakin meningkat, namun belum dapat mencapai target sesuai dengan yang telah ditetapkan sebelumnya.

WAWANCARA II

Narasumber : Rani
Jabatan : Manajer Akuntansi
Nama Travel : Miyagi Tour & Travel (MTT)
Waktu Wawancara : Jum'at, 19 Januari 2018

Identitas Perusahaan

1. Apa nama perusahaan anda?
   Jawab : PT Miyagi Putra Mandiri.
2. Siapa pendiri perusahaan anda?
   Jawab : Nunung Subandoro.
3. Tahun berapa perusahaan anda berdiri?
   Jawab : 2001.
4. Bagaimana struktur organisasi perusahaan anda?
   Jawab : Dari Komisaris, Direktur, Manajer, Manajer nanti membawahi ada staff accounting, ada staff operasional, ada staff ticketing, dan ada staff marketing.
5. Berapa jumlah toko/gerai/cabang yang perusahaan anda punya?
   Jawab : Belum ada cabangnya, baru ini saja Jogja. Ada sih 1 tapi di Bali.
6. Berapa jumlah karyawan di perusahaan anda?
   Jawab : Jumlah karyawannya ada 8 (delapan).
7. Berapa omset per tahun perusahaan anda?
   Jawab : Per tahun ya ini ya. Per bulannya sekitar 400 (juta), berarti dikali 12 nggih .
8. Jasa/layanan apa saja yang perusahaan anda tawarkan?
   Jawab : Tiket, itu termasuk tiket pesawat, tiket kereta, ada travel juga, tour dan ada homestay juga dan rent car.
9. Bagaimana proses bisnis yang dijalankan perusahaan anda? (dari awal sampai penyerahan jasa/layanan kepada konsumen)
   Jawab : Pertama penawaran ya, penawaran kepada konsumen, terus kita mengadakan kerjasama, setelah penawaran nanti konsumen datang ke kita, kalau sudah deal kita melakukan itu, eksekusinya gitu.
10. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menjalankan proses bisnis?
    Jawab : Sementara ini sih belum ada, belum ada kendala.

Penerapan Sistem Informasi

1. Bagaimana cara perusahaan anda memasarkan jasa/layanan yang ditawarkan? (misal: melalui iklan koran, brosur, *sales* keliling, *online*, dsb)
   Jawab : Kalau brosur kita sudah menyebar dimana-mana, setiap hari apa kita menyebarkan brosur. Untuk sales keliling kayaknya belum, online pasti, karena kita pakai online, pakai facebook, IG dan lain-lain.

2. Jika perusahaan anda juga memasarkan jasa/layanan secara *online*, melalui apa saja anda mempromosikannya? (misal: *website*; media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dsb)
   Jawab : Ya tadi sudah tak jawab ya. Lewat website iya, terus IG juga iya, facebook iya, twitter belum sih twitter, facebook, line, bisa line dan bbm.
3. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam memasarkan jasa/layanan?
   Jawab : Kendalanya sih ada ya pasti ya, kendalanya itu sering ya kita kan kendalanya itu banyak sekali itu kayak travel yang online kayak Traveloka dan sebagainya gitu-gitu, jadi kendalanya seperti itu salah satunya. Termasuk juga biaya promosi dan juga belum adanya karyawan yang khusus di bidang promosi itu.
4. Program/aplikasi apa yang perusahaan anda gunakan untuk mengelola sistem informasi *tour & travel*?
   Jawab : Kita secara online sih untuk tiket.
5. Menu apa saja yang dapat diakses melalui sistem informasi tersebut? (misal: menu pemesanan tiket, data pelanggan, data keuangan, dsb)
   Jawab : Cuma tiket saja. Kalau keuangan itu belum online ya, keuangan masih manual kita pakai, data pelanggan juga manual masih ya.
6. Siapa saja yang memiliki hak akses sistem informasi tersebut?
   Jawab : Yang pemesanan tiket itu berarti ya, ya itu ya yang staff ticketing jelas.
7. Apakah hak akses untuk tiap pengguna berbeda-beda? (misal: data keuangan hanya dapat diakses oleh bagian akuntansi, dsb)
   Jawab : Iya, kita beda-beda, kita punya sub-agen, namanya sub-agen itu di bawahnya kita itu nanti kita kasih password sendiri, kasih login sendiri, beda sama yang kita.
8. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menerapkan sistem informasi tersebut? (misal: kualitas SDM, biaya perawatan/pengelolaan sistem, sistem *error*, dsb)
   Jawab : Kadang sistem error, tergantung ya, misalkan Garuda kadang sering error itu. Kalau SDM kayaknya enggak, biaya perawatan juga nggak terlalu mahal untuk pengelolaan sistem. Ya yang sering itu, sistem error itu mungkin. Sistem errornya itu dari pusatnya, dari Citilinknya, atau Lion, atau Garuda gitu.

Penerapan Sistem Informasi Akuntansi

1. Apakah perusahaan anda sudah melakukan pencatatan transaksi dan membuat laporan keuangan?
   Jawab : Sudah.
   a. Jika sudah,
      - Sejak kapan melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?

Jawab : 2010 sih, secara rapi gitu lho maksudnya. Sebelumnya sudah, tapi masih manual mungkin masih oret-oretan gitu mungkin.

- Siapa yang melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
  Jawab : Ya accounting.
- Transaksi apa saja yang dicatat? (misal: pendapatan, biaya, dsb)
  Jawab : Kas, kas harian, pendapatan kita, profit, biaya perbulan, sales kayak gitu.
- Laporan keuangan apa saja yang dibuat? (misal: laporan laba rugi, neraca/laporan posisi keuangan, laporan arus kas, dsb)
  Jawab : Laporan Laba Rugi, Neraca Posisi Keuangan, Laporan Harian dan Laporan Bulanan kayak gitu.
- Apakah pencatatan dan pembuatan laporan keuangan sudah dilakukan secara rutin? (misal: setiap hari, setiap bulan, setiap tahun)
  Jawab : Sudah. Kalau laporan keuangan tiap bulan iya jelas, kalau catatan transaksi itu harian.

b. Jika belum,
   - Mengapa tidak melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
     Jawab : -
   - Catatan keuangan apa yang perusahaan anda gunakan selama ini?
     Jawab : -
   - Apakah perusahaan anda berencana untuk melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan untuk ke depannya?
     Jawab : -

2. Apakah perusahaan anda menggunakan program/aplikasi keuangan untuk melakukan pencatatan transaksi dan membuat laporan keuangan?
   Jawab : Iya.
   a. Jika iya, program/aplikasi apa yang perusahaan anda gunakan? (misal: Ms Excel, MYOB, Zahir, Accurate, aplikasi buatan sendiri, dsb)
      Jawab : Excel sih biasanya, Excel, Word.
   b. Jika tidak, bagaimana perusahaan anda melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan? (misal: menggunakan buku catatan, dsb)
      Jawab : -
3. Adakah rencana bagi perusahaan anda untuk mengembangkan program/aplikasi keuangan sendiri ke depannya?
   Jawab : Iya ada, mestinya ada.
   a. Jika ada,
      - Seberapa penting bagi perusahaan anda untuk mengembangkan program/aplikasi tersebut?
        Jawab : Ya penting banget sih sebenernya untuk meringankan kerja kita kan SDM-nya.
      - Seperti apa rancangan sistemnya?

Jawab : Belum ada sih, mungkin secara garis besar kita buat programnya aja jadi kita nggak usah manual gitu kan. Tapi kalau sudah di Excel kan kita sudah bisa sih nggak perlu lagi.

- Adakah kendala dalam merancang sistem tersebut? Jika ada, apa saja kendalanya?
  Jawab : Kendalanya ya mungkin itu ya kita belum ke sana, belum sampai ke sana dulu, belum secara matang.

b. Jika tidak, apa alasannya?
   Jawab : -

4. Apakah orang yang bertugas mengelola sistem informasi akuntansi di perusahaan anda memiliki latar belakang pendidikan bidang akuntansi? (misal: Diploma, atau Sarjana Akuntansi)
   Jawab : D3 Akuntansi.
   Jika tidak, apakah perusahaan anda memberikan pelatihan akuntansi untuk karyawan yang ditugaskan di bagian tersebut sebelumnya, dan seperti apa pelatihannya? (misal: diikutkan kursus akuntansi, dilatih dan dibimbing sendiri oleh perusahaan, dsb)
   Jawab : -
5. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menerapkan sistem infrmasi akuntansi? (misal: kualitas SDM, keterbatasan SDM, inisiatif kayawan, waktu yang tidak mencukupi, dsb)
   Jawab : Waktu kayaknya waktu.

Strategi (cara-cara) Perusahaan

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan di perusahaan anda?
   Jawab : Pengambilan keputusan itu semua berdasarkan dari rapat staff dan pimpinan sih, baru bisa diambil keputusan di situ.
2. Siapa pengambil keputusan di perusahaan anda?
   Jawab : Direktur.
3. Adakah dampak terhadap penjualan tiket di perusahaan anda dengan adanya agen travel *online*? (misal: Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan Airy)
   Jawab : Pasti ada lah.
   Jika ada, apa saja dampaknya?
   Jawab : Dampaknya ada penurunan sekitar 10-15% an.
4. Strategi (cara-cara) apa yang digunakan perusahaan anda untuk meningkatkan penjualan/profit dalam menghadapi agen travel *online*? (misal: Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan Airy) Bagaimana implementasinya?
   Jawab : Kita kerjasama, kita kerjasama langsung dengan sub-agen atau dengan agen-agen yang lainnya, melakukan penawaran, website semakin dibanyakin semakin sering, dan media sosial lainnya seperti itu.
5. Apakah perusahaan anda sudah melakukan analisa terlebih dahulu sebelum merumuskan dan mengimplementasikan strategi (cara-cara) tersebut?

Jawab : Iya sudah.
Jika iya, bagaimana perusahaan anda melakukan analisa tersebut?
Jawab : Komunikasilah dengan konsumen dan sebagainya.

6. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam mengimplementasikan strategi (cara-cara) tersebut?
   Jawab : Kendalanya tu kadang terletak pada SDM atau konsumen yang datang menanyakan product itu, sekedar menanyakan, sekedar bertanya. Terus kendala lainnya tu kadang mereka juga nggak kasih alamat dan contact person. Kalau dari internalnya itu, kita belum ada SDM untuk mengurusi websitenya, belum ada SDM yang itu. Jadi kita masih siapa yang nganggur duluan itu yang ngurus gitu lho. Khusus yang pegang media sosial dan websitenya, jadi siapa yang nganggur dia yang ngurusin gitu.
7. Apakah strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut ada/sudah berdampak pada bisnis yang perusahaan anda jalankan untuk saat ini?
   Jawab : Ada sih, ada, tetep ada dampaknya tetep ada.
   Jika ada, seperti apa atau apa saja dampaknya?
   Jawab : Kan kita sekarang dunianya kan media sosial ya, mesti sangat berdampak sekali. Kan sekarang orang kan nggak mau kan datang ke tempat, mestinya kan langsung enak lewat HP, lewat komputer gitu.
8. Sejauh ini menurut anda, apakah strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut sudah berhasil dan berjalan sesuai dengan target penjualan/profit perusahaan anda?
   Jawab : Kalau targetnya sih belum sampai, tapi kita usahakan untuk sesuai target.
9. Apakah perusahaan anda melakukan evaluasi terhadap strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut guna merumuskan strategi (cara-cara) selanjutnya? (misal: mencatat setiap perubahan bisnis setelah strategi diimplementasikan)
   Jawab : Iya pasti, pasti ada evaluasi, karena kita setiap minggu pasti ada rapat evaluasi.
10. Adakah rencana bagi perusahaan anda untuk membuat sistem penjualan tiket secara *online* ke depannya?
    Jawab : Kita sudah online sih, sudah ada, kita sudah online.
    a. Jika ada,
       - Seberapa penting bagi perusahaan anda untuk membuat sistem penjualan tiket secara *online*?
         Jawab : Ya penting banget, ini penting banget karena semuanya sudah online ya, penting banget.
       - Seperti apa rancangan sistemnya dan menggunakan *platform* apa? (misal: *website*; aplikasi di *smartphone*, laptop; dsb)
         Jawab : Website, website jelas ada sudah. Smartphonenya kan biasa kan IG, facebook, bbm, line. Kalau aplikasi Booking,com kita. Booking.com atas nama perusahaan PT Miyagi.

- Bagaimana sistem transaksinya?
  Jawab : Booking.com transaksinya konsumen atau tamu di, saya memantaunya di HP atau di komputer ya kita, nanti kita lihat kalau ada yang datang ini khusus homestay ya, yang Booking.com ini semantara khusus homestay saja ya, belum yang tiket. Kalau yang website sih semuanya ya, termasuk tiket. Untuk pembayarannya bisa transfer.
- Adakah kendala dalam merancang sistem tersebut? Jika ada, apa saja kendalanya?
  Jawab : Kalau pengelolaan sih sementara enggak ada ya. Kalau website jelas ya butuh biaya, soalnya kita nggak bisa bikin website sendiri harus pakai pihak ke tiga.

b. Jika tidak, apa alasannya?
   Jawab : -

RANGKUMAN HASIL WAWANCARA

PT Miyagi Putra Mandiri merupakan nama perusahaan dari Miyagi Tour & Travel yang berdiri pada tahun 2001. Pendiri selaku pemilik dari perusahaan ini adalah bapak Nunung Subandoro. Hingga saat ini, Miyagi Tour & Travel memiliki 2 kantor, dimana 1 kantor di Yogyakarta dan 1 kantor lagi di Bali, dan yang di Yogyakarta memiliki 8 karyawan. Perusahaan ini sudah memiliki struktur organisasi yang baik dengan pembagian tugas yang cukup jelas untuk masing-masing karyawan.

Miyagi Tour & Travel sudah menggunakan Teknologi Informasi (TI) dengan maksimal, dimana mereka sudah menggunakannya untuk menjalankan seluruh proses bisnis di perusahaan. Mereka juga sudah menggunakan TI untuk menjalankan Sistem Informasi (SI) yang ada di perusahaan, seperti Sistem Informasi Manajemen (SIM) dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA).

Penerapan SIM di Miyagi Tour & Travel sudah cukup baik, namun belum dapat diterapkan secara maksimal karena mereka belum menggunakan sistem yang terintegrasi. Namun, mereka sudah menerapkan SIA secara maksimal karena mereka sudah melakukan pencatatan atas transaksi dan membuat laporan keuangan secara lengkap dan rutin.

Miyagi Tour & Travel mengatakan bahwa strategi yang mereka jalankan untuk saat ini sudah berdampak pada penjualan mereka yang semakin meningkat, namun belum dapat mencapai target sesuai dengan yang telah ditetapkan sebelumnya.

WAWANCARA III

Narasumber : Lia Tifanie
Jabatan : Manajer Akuntansi
Nama Travel : Sri Rama Tour & Travel (SRTT)
Waktu Wawancara : Rabu, 7 Maret 2018

Identitas Perusahaan

1. Apa nama perusahaan anda?
   Jawab : PT Sri Rama Vijaya.
2. Siapa pendiri perusahaan anda?
   Jawab : Pendirinya bapak Nugroho Suprapto.
3. Tahun berapa perusahaan anda berdiri?
   Jawab : Kalau sesuai akte pendirian resmi tahun 1974.
4. Bagaimana struktur organisasi perusahaan anda?
   Jawab : Struktur organisasi jadi ada pimpinan perusahaan sekaligus pemilik Sri Rama. Lalu di Sri Rama itu ada 2 (dua) departemen yaitu departemen ticketing dan tour. Jadi di ticketing itu ada manajer accounting, ada manajer operasional tour, jadi dia khusus membawahi yang ngurusin tour ya mas ya. Kalau di ticketing sendiri juga ada 2 (dua) ya mas ya. Jadi ada manajer dan operasional tiket.
5. Berapa jumlah toko/gerai/cabang yang perusahaan anda punya?
   Jawab : 1 (satu).
6. Berapa jumlah karyawan di perusahaan anda?
   Jawab : Kurang lebihnya ada 10 (sepuluh).
7. Berapa omset per tahun perusahaan anda?
   Jawab : Kalau omset kita kalau seperti tahun 2016 itu kita baru ramai-ramainya ya mas, itu kita setahun bisa mencapai angka kurang lebihnya 1,5 miliar. Cuman kalau untuk tahun 2017 itu kita mengalami penurunan jadi nggak nyampai 1 miliar itu nggak nyampai, mungkin sekitar 800 jutaan.
8. Jasa/layanan apa saja yang perusahaan anda tawarkan?
   Jawab : Jasa kalau kita paket wisata tour ya, terus pembelian tiket pesawat maupun kereta api, pelayanan reservasi hotel, juga pelayanan surat-surat seperti berkas-berkas pengurusan Visa dan Passport.
9. Bagaimana proses bisnis yang dijalankan perusahaan anda? (dari awal sampai penyerahan jasa/layanan kepada konsumen)
   Jawab : Kalau proses bisnis jadi seperti untuk tour ya, jadi nanti kita ada penawaran, lalu misalnya kita ada permintaan nanti kita akan buatkan nanti tour plan nya seperti apa, lalu nanti kita akan tawarkan harganya berapa, lalu setelah deal konsumen itu nanti akan membayar. Kalau ticketing sendiri kita akan melakukan sesuai permintaan dari konsumen, jadi nanti konsumen telfon atau nanti akan datang, mau kemana, mau cari tiket apa kita layani sesuai permintaan mereka.

10. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menjalankan proses bisnis?
    Jawab : Kendala untuk saat ini itu terkait persaingan dengan perusahaan yang online. Mungkin selain itu yang termasuk kendala ya, karena kita memberikan penawaran khusus bagi instansi yang menggunakan jasa kita, yaitu adanya pembayaran berjangka, maksudnya bayar belakangan gitu, atau istilahnya utang dulu, jadi ya kendalanya nanti kita harus menunggu pembayaran mereka di akhir, kita harus menanggung biaya yang sudah dikeluarkan terlebih dahulu saat memberikan jasa kepada mereka yang kadang sampai mundur 1 (satu) sampai beberapa bulan.

Penerapan Sistem Informasi

1. Bagaimana cara perusahaan anda memasarkan jasa/layanan yang ditawarkan? (misal: melalui iklan koran, brosur, *sales* keliling, *online*, dsb)
   Jawab : Kalau itu selama ini, kita biasanya itu melalui sales keliling, kalau online jarang sih mas.
2. Jika perusahaan anda juga memasarkan jasa/layanan secara *online*, melalui apa saja anda mempromosikannya? (misal: *website*; media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dsb)
   Jawab : Kalau online seperti facebook itu sih, kebanyakan lewat facebook, kalau website kita baru proses pembuatan website.
3. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam memasarkan jasa/layanan?
   Jawab : Kalau untuk tour itu kita sulit untuk membangun kepercayaan para konsumen baru, soalnya Sri Rama itu kan perushaannya sudah lama ya. Jadi kita itu sudah punya rekanan itu sudah lama juga. Nah di saat rekanan itu juga mengalami penurunan, di sisi kita kan berdampak nih, nah kita gimana caranya agar bisa dapat konsumen baru. Nah kita kalau melakukan penawaran kita di situ, kita membangun kepercayaan baru walupun bagi mereka Sri Rama itu baru tapi kan orang mungkin karena kalau untuk generasi baru yang muda-muda gitu apa ya nggak tau, mereka lebih percaya lebih seneng malah online gitu. Tapi kalau untuk yang sudah senior-senior itu biasanya untuk instansi-instansi itu sih biasanya udah tau oh Sri Rama gitu udah tau. Kalau untuk ticketing sendiri saingannya sih mungkin seperti ya itu tadi kayak adanya Traveloka gitu, jadi mereka punya saingannya di situ karena kan kalau Traveloka kan bisa pasti setiap saat setiap waktu. Itu, itu kendalanya. Kalau untuk misal biaya iklan gitu sebenarnya enggak juga ya, soalnya ada pengaruhnya juga, cuman kita juga sudah pernah iklan di koran gitu sudah pernah, cuman ya itu tadi karena mungkin sekarang anak muda zaman sekarang itu kok nggak tau kebawa arus atau nggak tau memang sudah zamannya kayak gitu ya, gitu. Kemajuan zaman sih mungkin lebih tepatnya ya

4. Program/aplikasi apa yang perusahaan anda gunakan untuk mengelola sistem informasi *tour & travel*?
   Jawab : Kalau aplikasi atau program tour sendiri kita nggak ada, karena kita selama ini melayani konsumen, melayani tamu itu kita lewat komunikasi ya, lewat email terus lewat whatsapp paling, telfon, by phone kabanyakan. Tapi kalau untuk ticketing sendiri kan mereka ada aplikasi sendiri khusus untuk maskapai penerbangannya ya kayak misalnya Abacus gitu. Jadi mereka punya ya akses sendiri-sendiri kalau Lion apa gitu tapi kebanyakan sistemnya kalau kayak Garuda gitu ya Abacus. Jadi untuk di kami sendiri belum ada aplikasi sendiri, jadi langsung berhubungan sama masing-masing maskapainya.
5. Menu apa saja yang dapat diakses melalui sistem informasi tersebut? (misal: menu pemesanan tiket, data pelanggan, data keuangan, dsb)
   Jawab : Kalau untuk pesanan tiket ya pasti kita data ya, data penumpang, terus kalau untuk keuangan itu paling kan cuma berapa yang harus mereka bayar kayak gitu aja sih. Paling kalau ada tambahan kayak misalnya ada mau cover asuransi atau enggak, terutama untuk perjalanan luar negeri itu biasanya kita ada cover asuransi itu ada biayanya.
6. Siapa saja yang memiliki hak akses sistem informasi tersebut?
   Jawab : Hak akses pastinya kalau tour ya hanya bagian tour tour saja. Ticketing juga hanya bagian ticketing saja biasanya. Tapi misalnya karena orangnya sedikit ya, misalnya nggak ada nih yang biasanya ngurusin sini nggak ada ya, jadi yang lain biasnaya bisa sih. Tapi kecuali nanti untuk hal-hal kayak seperti Garuda, Garuda itu nggak semua bisa, karena dia ada kayak kode-kode gitu. Itu apa sih, kalau masuknya gitu bisa, tapi kalau untuk melakukan booking, terus melakukan misalnya mau ada reschedule atau mau ada masalah gitu nanti ada kode-kodenya sendiri. Terus kayak mungkin kalau keuangan gitu beda ya, biasanya harus orang di bagiannya sendiri sih yang akses.
7. Apakah hak akses untuk tiap pengguna berbeda-beda? (misal: data keuangan hanya dapat diakses oleh bagian akuntansi, dsb)
   Jawab : Iya. Pastinya iya beda-beda, cuman ya itu tadi, beberapa ada yang bisa digantiin tapi beberapa juga ada yang harus sama orangnya sendiri di bagiannya tersebut.
8. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menerapkan sistem informasi tersebut? (misal: kualitas SDM, biaya perawatan/pengelolaan sistem, sistem *error*, dsb)
   Jawab : Kalau untuk sistem informasi kita mungkin SDM ya. SDM itu maksudnya gini, karena di Sri Rama itu kan senior-senior, jadi biasanya itu untuk hal-hal yang baru itu harus belajar, ya harus lebih banyak gitu. Kadang kalau yang terlalu ribet ah udah pakai cara yang biasa aja gitu. Terus mungkin juga pengelolaan ya kayak pengelolaan kita kan ya karena kita nggak tau jadi kan harus, harus belajar lagi dari awal gitu kalau berhubungan

sama sistem informasi. Sistem error sih paling misalnya kalau pas dari pusat, misalnya kayak pas maskapai itu dari sananya down atau nggak sedang ada perbaikan sistem, itu sih mas yang paling banyak. Itu saja paling kalau pas ada pembaharuan sistem aja sih, nggak terlalu sering.

Penerapan Sistem Informasi Akuntansi

1. Apakah perusahaan anda sudah melakukan pencatatan transaksi dan membuat laporan keuangan?
   Jawab : Iya.
   a. Jika sudah,
      - Sejak kapan melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
        Jawab : Pastinya sejak awal ya mas, jadi sudah ada. Tapi mungkin kalau dulu kan sederhana ya pencatatannya.
      - Siapa yang melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
        Jawab : Yang melakukan juga bagian keuangan juga ya, karena kan ada tersendiri.
      - Transaksi apa saja yang dicatat? (misal: pendapatan, biaya, dsb)
        Jawab : Kas, pendapatan terus pengeluaran, ya semua sih yang mencakup. Karena kan kita berhubungan dengan penjualan jasa, kalau seperti tour itu biasanya kita untuk operasional transport, untuk operasional guide fee segala macem jadi lengkap sih kalau untuk pencatatan Sri Rama dari dulu lengkap.
      - Laporan keuangan apa saja yang dibuat? (misal: laporan laba rugi, neraca/laporan posisi keuangan, laporan arus kas, dsb)
        Jawab : Laporan Laba Rugi, Neraca, terus apalagi ya. Itu ada semua sih lengkap yang dasar laporan keuangan itu ada semua.
      - Apakah pencatatan dan pembuatan laporan keuangan sudah dilakukan secara rutin? (misal: setiap hari, setiap bulan, setiap tahun)
        Jawab : Kalau kayak untuk petty cash gitu itu tiap hari kita ada pencatatan, terus kalau untuk, kita kan kerja sama dengan KAP. Jadi setiap tahun itu kita serahkan semua ke KAP terus nanti mereka audit terus kita dapat laporannya yang bentuk buku yang sudah diaudit itu. Jadi kita rutin tiap tahun itu ada.
   b. Jika belum,
      - Mengapa tidak melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
        Jawab : -
      - Catatan keuangan apa yang perusahaan anda gunakan selama ini?
        Jawab : -
      - Apakah perusahaan anda berencana untuk melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan untuk ke depannya?
        Jawab : -

2. Apakah perusahaan anda menggunakan program/aplikasi keuangan untuk melakukan pencatatan transaksi dan membuat laporan keuangan?
   Jawab : Iya.
   a. Jika iya, program/aplikasi apa yang perusahaan anda gunakan? (misal: Ms Excel, MYOB, Zahir, Accurate, aplikasi buatan sendiri, dsb)
      Jawab : Sejauh ini kita pakai Excel sih masih sederhana.
   b. Jika tidak, bagaimana perusahaan anda melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan? (misal: menggunakan buku catatan, dsb)
      Jawab : -
3. Adakah rencana bagi perusahaan anda untuk mengembangkan program/aplikasi keuangan sendiri ke depannya?
   Jawab : Kalau untuk sekarang sih belum ada wacana untuk membuat ya, cuman mungkin ke depannya ada.
   a. Jika ada,
      - Seberapa penting bagi perusahaan anda untuk mengembangkan program/aplikasi tersebut?
        Jawab : Karena kita melihat sekarang saingannya banyak, jadi kita juga akan menuju ke sana, karena juga kan kita dituntut untuk kalau ada aplikasi kan kita kerjanya lebih cepat, lebih mudah juga dan nggak 2 (dua) kali kerja harus nyatet-nyatet dulu, terus di posting kayak gitu jadi itu sih.
      - Seperti apa rancangan sistemnya?
        Jawab : Kalau rancangannya belum ada sih, belum sampai sejauh itu.
      - Adakah kendala dalam merancang sistem tersebut? Jika ada, apa saja kendalanya?
        Jawab : Mungkin kembali lagi ke SDM. Jadi mungkin kalau pun kita menggunakan, kita mau nggak mau harus kayak pelatihan dulu, harus belajar dulu biar nggak bingung. Harus ada orang yang lebih expert untuk ngajarin brati.
   b. Jika tidak, apa alasannya?
      Jawab : -
4. Apakah orang yang bertugas mengelola sistem informasi akuntansi di perusahaan anda memiliki latar belakang pendidikan bidang akuntansi? (misal: Diploma, atau Sarjana Akuntansi)
   Jawab : Kalau untuk keeuangan iya, akuntansi. Tapi kalau untuk yang lainnya sih enggak. Soalnya kalau kayak ticketing itu biasanya kita dari lulusan pariwisata.
   Jika tidak, apakah perusahaan anda memberikan pelatihan akuntansi untuk karyawan yang ditugaskan di bagian tersebut sebelumnya, dan seperti apa pelatihannya? (misal: diikutkan kursus akuntansi, dilatih dan dibimbing sendiri oleh perusahaan, dsb)
   Jawab : -

5. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menerapkan sistem infrmasi akuntansi? (misal: kualitas SDM, keterbatasan SDM, inisiatif kayawan, waktu yang tidak mencukupi, dsb)
   Jawab : Kalau akuntansi sih mungkin kalau SDM saya rasa bisa ya soalnya kan secara mereka basicnya juga akuntansi, cuman mungkin keterbatasan juga bisa soalnya kita kan sedikit, terus juga mungkin kalau misalnya ada sistem atau apa kita waktunya untuk belajar lagi juga terbatas. Mungkin balik lagi ke SDM-nya ya mas, jadi kendalanya di situ.

Strategi (cara-cara) Perusahaan

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan di perusahaan anda?
   Jawab : Kalau pengambilan keputusan itu iya biasanya dari kita-kita itu biasanya kalau ada hal-hal yang insidentil harus dipecahkan saat itu juga biasanya kita misal saya ada ide apa kita diskusiin ya ada ide apa ada ide apa kita ambil jalan keluarnya. Tapi kalau misalnya ada perencanaan jangka panjang itu kita diskusikan dengan pemilik perusahaan. Lebih banyak diskusinya.
2. Siapa pengambil keputusan di perusahaan anda?
   Jawab : Kalau ya itu tadi, kalau jangka panjang sama yang berkaitan dengan perusahaan dan berkaitan dengan kelangsungan usaha apalagi modal itu pimpinan. Tapi kalau hal-hal insidentil itu biasanya ya manajer yang ada di perusahaan.
3. Adakah dampak terhadap penjualan tiket di perusahaan anda dengan adanya agen travel *online*? (misal: Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan Airy)
   Jawab : Ada, banyak sekali dampaknya.
   Jika ada, apa saja dampaknya?
   Jawab : Itu kerasa sekali ya, kayak penjualan tiket itu kerasa sekali ya sejak ada Traveloka dan lain sebagainya. Terus kalau untuk tour sendiri itu kita lebih ke hotel. Tour kita kan melayani ada menyediakan transport, akomodasi mereka selama liburan. Nah sejak adanya perusahaan online seperti Traveloka ini kita tuh agak kesulitan untuk menawarkan hotel, terus mungkin juga restoran karena mereka kan biasanya lihat tuh di web ya. Itu sih, jadi kan otomatis kalau mereka sudah bisa booking sendiri kita kan sudah nggak bisa menawarkan apa-apa jadi ya keuntungan kita juga berkurang.
4. Strategi (cara-cara) apa yang digunakan perusahaan anda untuk meningkatkan penjualan/profit dalam menghadapi agen travel *online*? (misal: Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan Airy) Bagaimana implementasinya?
   Jawab : Kalau cara mungkin kita kalau sale ya, kita menawarkan untuk pembayaran, kita coba untuk menawarkan pembayaran tempo, terutama untuk dinas-dinas instansi itu kan biasanya seneng tuh kalau apa misalnya, kita share profit. Itu sih strateginya sejauh ini, selama ini di situ. Jadi

menyasarnya ke instansi, karena kalau untuk lebih gampangnya mereka itu kalau bayar kan biasanya harus nunggu suratnya, ya kayak gitu lah pokoknya. Mereka seneng yang tempo-tempo seperti itu.

5. Apakah perusahaan anda sudah melakukan analisa terlebih dahulu sebelum merumuskan dan mengimplementasikan strategi (cara-cara) tersebut?
   Jawab : Pastinya kalau kita udah memilih ya, itu kita sebelumnya juga sudah menganalisa mas.
   Jika iya, bagaimana perusahaan anda melakukan analisa tersebut?
   Jawab : Kita menganalisa seperti jadi di instansi itu biasanya kayak gimana, biasanya sih kita kadang dari mana gitu info oh kalau di sini itu sukanya bayarnya yang kayak gini. Mungkin kadang kita suka cari-cari info juga ke dinas-dinas gitu, misal kalau dinas pendidikan itu sukanya gimana, biasanya kita cari-cari tau gitu. Ya menganalisa lah.
6. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam mengimplementasikan strategi (cara-cara) tersebut?
   Jawab : Mungkin kendalanya ini mas, kendalanya seperti ini. Misal kita menawarkan tempo, terus mereka masih nawar lagi nawar lagi, nah padahal kan kalau misalkan pembayarannya tempo, otomatis kan kita modalnya berhenti dong, nah untuk muternya lagi itu gimana gitu. Mungkin kendalanya lebih di situ sih ya. Kalau untuk tour sendiri sih kendalanya kita tuh ya tadi kembali ke awal tadi untuk buat orang percaya sama kita, dengan persaingan yang banyak sekali.
7. Apakah strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut ada/sudah berdampak pada bisnis yang perusahaan anda jalankan untuk saat ini?
   Jawab : Belum berdampak sekali ya, soalnya kan ini strateginya juga belum lama berjalan.
   Jika ada, seperti apa atau apa saja dampaknya?
   Jawab : Cuman dampaknya ya mungkin orang jadi tau kalau Sri Rama itu ternyata masih ada, karena dulu selama ini kan kita hanya rekanan saja, yang sudah lama-lama itu terus kita jalanin, tapi kan kalau mereka juga turun penjualannya kita kan juga berdampak, jadi kita harus cari ruang di pasar lain. Jadi kita berusaha masuk di pasar-pasar lain gitu, jadi kurang lebih mereka jadi tau kalau Sri Rama ada. Mungkin dampaknya itu aja sih, kalau untuk profit belum keliatan banget.
8. Sejauh ini menurut anda, apakah strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut sudah berhasil dan berjalan sesuai dengan target penjualan/profit perusahaan anda?
   Jawab : Sejauh ini kayaknya belum keliatan. Soalnya istilahnya kan kita mulai strateginya baru memulai lagi.
9. Apakah perusahaan anda melakukan evaluasi terhadap strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut guna merumuskan strategi (cara-cara) selanjutnya? (misal: mencatat setiap perubahan bisnis setelah strategi diimplementasikan)

Jawab : Kalau evaluasi pastinya ada ya, kalau evaluasi biasanya itu dari pimpinan itu setiap bulan itu evaluasi. Misalnya dilihat dari laporan keuangan kita, kan setiap bulannya kita pasti serahkan laporannya. Terus biasanya evaluasi juga coba ininya dibikin ke sini, penjualannya dibikin seperti ini gitu. Pasti evaluasi ada.

10. Adakah rencana bagi perusahaan anda untuk membuat sistem penjualan tiket secara *online* ke depannya?
    Jawab : Kalau online ke depannya mungkin ada ya. Tapi sebetulnya selama ini kalau ticketing kita sudah, nggak tau ya ini termasuk online atau tidak karena kita sebetulnya sudah menerima pemesanan tiket melalui whatsapp atau email, lalu kita kerjakan, terus udah mereka transfer aja jadi kita kan nggak ketemu, jadi ya sama saja. Kalau online yang dimaksud di sini mungkin online online yang pakai web gitu ya. Kalau seperti itu sebenarnya kita juga ada rencana ke depannya, cuman belum sampai ke tahap sana.
    a. Jika ada,
        - Seberapa penting bagi perusahaan anda untuk membuat sistem penjualan tiket secara *online*?
          Jawab :
        - Seperti apa rancangan sistemnya dan menggunakan *platform* apa? (misal: *website*; aplikasi di *smartphone*, laptop; dsb)
          Jawab : Rancangannya ya nanti untuk pemesanan tiket memakai website.
        - Bagaimana sistem transaksinya?
          Jawab : Sistem transaksinya ya seperti yang sebelumnya memakai whatssapp itu, jadi nanti pelanggan bisa booking lewat web kemudian transfer uang dan kita proses tiketnya.
        - Adakah kendala dalam merancang sistem tersebut? Jika ada, apa saja kendalanya?
          Jawab : Untuk membuat web itu ternyata biayanya nggak sedikit. Nah dari pada sama sama mengeluarkan biaya banyak kita mikir lebih baik kita biayai aja orang sini yang mau belajar bikin web, jadi kan nanti tidak hanya bikin web saja, tapi bisa improvisasi sendiri. Cuman ya itu tadi kendalanya dari kita kembali lagi pada SDM-nya dan waktu yang butuh waktu lama untuk belajar. Dan yang jelas untuk mencari orang kita yang mau belajar mem buat websitenya itu sendiri juga agak susah.
    b. Jika tidak, apa alasannya?
       Jawab : -

RANGKUMAN HASIL WAWANCARA

PT Sri Rama Vijaya merupakan nama perusahaan dari Sri Rama Tour & Travel yang berdiri sudah cukup lama yaitu pada tahun 1974. Pendiri selaku pemilik

dari perusahaan ini adalah bapak Nugroho Suprapto. Hingga saat ini, Sri Rama Tour & Travel hanya memiliki 1 kantor saja dengan 10 karyawan. Perusahaan ini sudah memiliki struktur organisasi yang baik dengan pembagian tugas yang cukup jelas untuk masing-masing karyawan.

Sri Rama Tour & Travel sudah menggunakan Teknologi Informasi (TI) dengan maksimal, dimana mereka sudah menggunakannya untuk menjalankan seluruh proses bisnis di perusahaan. Mereka juga sudah menggunakan TI untuk menjalankan Sistem Informasi (SI) yang ada di perusahaan, seperti Sistem Informasi Manajemen (SIM) dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA).

Penerapan SIM di Sri Rama Tour & Travel sudah cukup baik, namun belum dapat diterapkan secara maksimal karena mereka belum menggunakan sistem yang terintegrasi. Namun, mereka sudah menerapkan SIA secara maksimal karena mereka sudah melakukan pencatatan atas transaksi dan membuat laporan keuangan secara lengkap dan rutin.

Sri Rama Tour & Travel mengatakan bahwa strategi yang mereka jalankan untuk saat ini belum berdampak pada penjualan dan profit yang mereka tetapkan, karena menurut mereka strategi yang saat ini mereka gunakan belum lama dijalankan, sehingga belum menghasilkan dampak bagi perushaan.

WAWANCARA IV

Narasumber : M. Musyafa
Jabatan : Tour Departemen
Nama Travel : Kaerindo Wisata Tour & Travel (KWTT)
Waktu Wawancara : Senin, 12 Maret 2018

Identitas Perusahaan

1. Apa nama perusahaan anda?
   Jawab : PT Kaerindo Wisata.
2. Siapa pendiri perusahaan anda?
   Jawab : Sebenarnya kalau untuk Kaerindo ini pendirinya tidak atas nama perorangan ya, karena Kaerindo ini berdiri atas prakarsa dari PT BP Kedaulatan Rakyat (PT BP KR), atau kalau kita tau koran KR, nah itu perusahaannya koran KR.
3. Tahun berapa perusahaan anda berdiri?
   Jawab : Ini berdiri di awal tahun 2012.
4. Bagaimana struktur organisasi perusahaan anda?
   Jawab : Kalau struktur organisasinya itu sebenarnya ada 2 (dua) bagian ya. Maksud saya begini, jadi di atas itu ada Penasehat dan Komisaris dari Kaerindo yang merupakan jajaran direksi langsung dari PT BP Kedaulatan Rakyat. Nah sedangkan untuk struktur dari Kaerindo Wisatanya sendiri itu nanti ada Direktur Kaerindo, kemudian di bawahnya ada Manajer Operasional yang mana itu membawahi Tour Departemen dan Ticketing Reservation.
5. Berapa jumlah toko/gerai/cabang yang perusahaan anda punya?
   Jawab : Cuman ada 1 (satu).
6. Berapa jumlah karyawan di perusahaan anda?
   Jawab : Kalau untuk karyawan inti dari Kaerindo sendiri ada 5 (lima) orang.
7. Berapa omset per tahun perusahaan anda?
   Jawab : Untuk omset per tahunnya itu kira-kira sampai 2 miliar per tahun. Itu sudah dari pendapatan tour sama pendapatan dari penjualan tiket.
8. Jasa/layanan apa saja yang perusahaan anda tawarkan?
   Jawab : Untuk jasa yang kita tawarkan itu ada paket wisata, lalu ada event organizer dan outbound, kemudian kita juga menyediakan armada perjalanan wisata seperti rentar mobil, motor, maupun bus pariwisata, lalu ada jasa pengurusan dokumen wisata seperti Visa, dan yang terakhir itu ya tiket sama ada voucher hotel.
9. Bagaimana proses bisnis yang dijalankan perusahaan anda? (dari awal sampai penyerahan jasa/layanan kepada konsumen)
   Jawab : Ya jadi proses bisnisnya selain kita marketing atau melakukan penawaran kita menerima permintaan dari customer, misal request apalah

baru kita bikinkan. Jadi bukan, kan kadang tuh kita bikin paket lalu kita sebar gitu kan, ya kalau sekarang kita lebih ke ini, ke permintaan customer.

10. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menjalankan proses bisnis?
    Jawab : Kalau kendala sih menurut saya nggak ada ya.

Penerapan Sistem Informasi

1. Bagaimana cara perusahaan anda memasarkan jasa/layanan yang ditawarkan? (misal: melalui iklan koran, brosur, *sales* keliling, *online*, dsb)
   Jawab : Semuanya ini mas. Melalui koran iya, sales keliling tuh iya, yang misal menawarkan ke sekolah-sekolah gitu, online iya, semua, semua kita lakukan.
2. Jika perusahaan anda juga memasarkan jasa/layanan secara *online*, melalui apa saja anda mempromosikannya? (misal: *website*; media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dsb)
   Jawab : Website, medsos itu ada instagram, facebook, apalagi ya, ya semua medsos lah, tapi medsos yang ini ya apa namanya, yang hits lah istilahnya.
3. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam memasarkan jasa/layanan?
   Jawab : Kalau iklan kita nggak mikir e mas soalnya sudah ada yang ngurusin dari KR-nya langsung. Mungkin ini sih mas, kurangnya SDM untuk yang mengurusi khusus digital marketingnya, soalnya kalau yang digital ini langsung yang megang saya sendiri ya di lapangan. Memang ada nanti di atas kita itu decision maker nya itu, pak Dian namanya, jadi ya dia membawahi semuanya, jadi ya tourism iya ticketing juga iya gitu. Cuman itu ya kurang SDM-nya khususnya untuk yang digital marketing, soalnya kita kan punya program untuk ke depannya itu, kita garap apa namanya, coba cari customer, ini kan Jogja mas, Jogja itu destinasi wisata, nah banyak orang yang mau ke Jogja, nah itulah yang mau kita ambil dari online lah di internet.
4. Program/aplikasi apa yang perusahaan anda gunakan untuk mengelola sistem informasi *tour & travel*?
   Jawab : Kalau untuk seperti keuangan iya kita pakai, jadi kayak sistem apa namanya itu, keluar masuk jadi kita sudah ada, kan sudah masuk mengawasi keluar masuk sampai ke belakang, maksudnya ke belakang itu kan sampai ke KR itu, jadi sudah ada sistemnya sendiri. Jadi kita setiap kali ada transaksi itu masuk di sistem itu, tapi kita juga ada catatan sendiri. Kalau untuk pemesanan tiketnya kita langsung pakai website maskapainya. Jadi sistem kita nggak yang terintegrasi gitu.
5. Menu apa saja yang dapat diakses melalui sistem informasi tersebut? (misal: menu pemesanan tiket, data pelanggan, data keuangan, dsb)

Jawab : Menunya ya sendiri-sendiri karena sistemnya tidak yang terintegrasi. Jadi untuk sistem keuangannya sendiri, untuk pemesanan tiket ya sendiri, tidak jadi satu sistem.

6. Siapa saja yang memiliki hak akses sistem informasi tersebut?
   Jawab : Yang berwenang mas. Tapi sebenarnya semua orang bisa mengaskses sih mas.
7. Apakah hak akses untuk tiap pengguna berbeda-beda? (misal: data keuangan hanya dapat diakses oleh bagian akuntansi, dsb)
   Jawab : Ya sebenarnya kita semua punya ini mas, punya akunnya sendiri-sendiri untuk bisa masuk.
8. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menerapkan sistem informasi tersebut? (misal: kualitas SDM, biaya perawatan/pengelolaan sistem, sistem *error*, dsb)
   Jawab : Nggak ada sih mas. Sebenarnya kan kalau sistemnya itu langsung dari maskapainya sendiri-sendiri mas, kalau misal error gitu ya tinggal kita telfon maskapainya nanti terus dibenerin.

Penerapan Sistem Informasi Akuntansi

1. Apakah perusahaan anda sudah melakukan pencatatan transaksi dan membuat laporan keuangan?
   Jawab : Ya pasti kalau itu mas.
   a. Jika sudah,
      - Sejak kapan melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
        Jawab : Ya kalau itu dari awal mas, dari awal perusahaan berdiri.
      - Siapa yang melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
        Jawab : Ya bagian akuntansinya langsung.
      - Transaksi apa saja yang dicatat? (misal: pendapatan, biaya, dsb)
        Jawab : Semuanya dicatat yang merupakan dasar-dasar akuntansinya.
      - Laporan keuangan apa saja yang dibuat? (misal: laporan laba rugi, neraca/laporan posisi keuangan, laporan arus kas, dsb)
        Jawab : Sama, semuanya ini yang dibikin.
      - Apakah pencatatan dan pembuatan laporan keuangan sudah dilakukan secara rutin? (misal: setiap hari, setiap bulan, setiap tahun)
        Jawab : Iya rutin.
   b. Jika belum,
      - Mengapa tidak melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan?
        Jawab : -
      - Catatan keuangan apa yang perusahaan anda gunakan selama ini?
        Jawab : -
      - Apakah perusahaan anda berencana untuk melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan untuk ke depannya?

Jawab : -

2. Apakah perusahaan anda menggunakan program/aplikasi keuangan untuk melakukan pencatatan transaksi dan membuat laporan keuangan?
   Jawab : Iya.
   a. Jika iya, program/aplikasi apa yang perusahaan anda gunakan? (misal: Ms Excel, MYOB, Zahir, Accurate, aplikasi buatan sendiri, dsb)
      Jawab : Programnya itu namanya apa ya, SIM kalau nggak salah.
   b. Jika tidak, bagaimana perusahaan anda melakukan pencatatan dan membuat laporan keuangan? (misal: menggunakan buku catatan, dsb)
      Jawab : -
3. Adakah rencana bagi perusahaan anda untuk mengembangkan program/aplikasi keuangan sendiri ke depannya?
   Jawab : Nggak ada.
   a. Jika ada,
      - Seberapa penting bagi perusahaan anda untuk mengembangkan program/aplikasi tersebut?
        Jawab : -
      - Seperti apa rancangan sistemnya?
        Jawab : -
      - Adakah kendala dalam merancang sistem tersebut? Jika ada, apa saja kendalanya?
        Jawab : -
   b. Jika tidak, apa alasannya?
      Jawab : Ya udah cukup itu ajalah. Kalau kita fokus ngembanginnya ke ini aja, target-target kerja aja. Kalau sistem keuangannya itu selama nggak ada masalah kalau dari kita aman-aman aja ya nggak masalah.
4. Apakah orang yang bertugas mengelola sistem informasi akuntansi di perusahaan anda memiliki latar belakang pendidikan bidang akuntansi? (misal: Diploma, atau Sarjana Akuntansi)
   Jawab : Enggak.
   Jika tidak, apakah perusahaan anda memberikan pelatihan akuntansi untuk karyawan yang ditugaskan di bagian tersebut sebelumnya, dan seperti apa pelatihannya? (misal: diikutkan kursus akuntansi, dilatih dan dibimbing sendiri oleh perusahaan, dsb)
   Jawab : Iya, dibimbing sendiri oleh perusahaan.
5. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam menerapkan sistem infrmasi akuntansi? (misal: kualitas SDM, keterbatasan SDM, inisiatif kayawan, waktu yang tidak mencukupi, dsb)
   Jawab : Apa ya, ya mungkin keterbatasan SDM aja.

Strategi (cara-cara) Perusahaan

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan di perusahaan anda?

Jawab : Iya, jadi kita nanti ada rapat bersama. Tapi nanti tetep ada decision maker mas.

2. Siapa pengambil keputusan di perusahaan anda?
   Jawab : Decision makernya itu pak Dian. Malah bukan Direktur tapi malah Manajer Operasionalnya mas.
3. Adakah dampak terhadap penjualan tiket di perusahaan anda dengan adanya agen travel *online*? (misal: Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan Airy)
   Jawab : Ya, sangat sekali mas terdampak.
   Jika ada, apa saja dampaknya?
   Jawab : Ya pasti lebih jarang lah mas, apa itu namanya lebih jarang. Mungkin kalau dulu Kaerindo di sini masuk 5 (lima) orang beli tiket gitu mungkin sekarang cuman 2 (dua) aja. Jadi ya penurunan penjualan.
4. Strategi (cara-cara) apa yang digunakan perusahaan anda untuk meningkatkan penjualan/profit dalam menghadapi agen travel *online*? (misal: Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan Airy) Bagaimana implementasinya?
   Jawab : Kalau terkait itu ya strategi kita memang dari dulu ketika promosi nggak masuk, kita ambilnya yang corporate. Masuk kayak ke dinas-dinas, jadi memang yang sistemnya bayar di belakang. Nah yang seperti itu baru bisa kita lihat. Makanya kan sekali transaksi besar nilainya, cuman memang bayarnya nanti belakangan, misal sebulan ke depan atau 2 (dua) minggu kemudian. Ya memang harus seperti itu, karena kan kalau kita jagani orang datang terus pesan kayak gitu udah kemakan sama yang online. Sebenarnya kalau untuk travel online kan lebih didominasi untuk tiket pesawat dan sebagainya ya. Tapi kalau sekarang untuk zaman sekarang ini ya, untuk biro perjalanan wisata kalau kita ngandelin cuman tiketnya aja kita nggak akan jalan. Maka ini, saya masuk di sini itu yang kita genjot, saya sama pak Dian itu untuk tourismnya. Kalau untuk online kan mungkin cuman untuk personal atau keluarga gitu ya mas. Ya bukannya kita menyepelekan rezeki yang kecil gitu enggak, kalau pemikiran saya ya, ibaratnya gini, kita ada keluarga berempat, dengan ada group yang mungkin 50 (lima puluh) orang, mungkin kalau dari segi ini kan keliatan profitnya mana ya. Nah dari segi pekerjaan yang kita lakukan sama. Jadi nanti sama-sama kita pesen hotel sama ya, pesen armada, pesen apa makanan dan lain-lain sebagainya kita lakukan. Tapi kan antara ngurusin yang 4 (empat) orang sama yang group itu pasti kan ya, jadi kita genjot untuk group yang besar. Kalau misal keluarga ada yang masuk ya okelah ibaratnya buat tambahan.
5. Apakah perusahaan anda sudah melakukan analisa terlebih dahulu sebelum merumuskan dan mengimplementasikan strategi (cara-cara) tersebut?
   Jawab : Iya lah ya mas.
   Jika iya, bagaimana perusahaan anda melakukan analisa tersebut?

Jawab : Karena kita juga pelaku kan, langsung, jadi ya secara tidak langsung setiap apa ya, pekerjaan yang akan kita lakukan kan harus kita analisa, iya pasti mas.

6. Apa saja kendala yang dihadapi perusahaan anda dalam mengimplementasikan strategi (cara-cara) tersebut?
   Jawab : Apa ya kalau strategi ya pasti masih kendalanya pasti kompetitor, itu aja sih. Kayak biro lain, nah itu aja sih. Ya kita punya strategi tapi ada biro lain juga mungkin sama gitu kan ya nanti perang strategi itu.
7. Apakah strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut ada/sudah berdampak pada bisnis yang perusahaan anda jalankan untuk saat ini?
   Jawab : Ada.
   Jika ada, seperti apa atau apa saja dampaknya?
   Jawab : Dampaknya ya kita, jadi gini ya ini sedikit cerita. Kita kan masuk di manajemen yang baru ya, apa namanya kok manajemennya dirubah, brati kan manajemen yang lama bermasalah seperti itu. Nah ketika saya masuk ke sini di perusahaan ini ada minus. Tapi ketika kita masuk jalan dengan strategi seperti ini ya alhamdulillah malah kita profit. Ketika akhir tahun kemarin ya malah jalan.
8. Sejauh ini menurut anda, apakah strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut sudah berhasil dan berjalan sesuai dengan target penjualan/profit perusahaan anda?
   Jawab : Iya sudah.
9. Apakah perusahaan anda melakukan evaluasi terhadap strategi (cara-cara) yang diimplementasikan tersebut guna merumuskan strategi (cara-cara) selanjutnya? (misal: mencatat setiap perubahan bisnis setelah strategi diimplementasikan)
   Jawab : Enggak, kita malah nggak ada evaluasi gitu.
10. Adakah rencana bagi perusahaan anda untuk membuat sistem penjualan tiket secara *online* ke depannya?
    Jawab : Nggak ada.
    a. Jika ada,
       - Seberapa penting bagi perusahaan anda untuk membuat sistem penjualan tiket secara *online*?
         Jawab : -
       - Seperti apa rancangan sistemnya dan menggunakan *platform* apa? (misal: *website*; aplikasi di *smartphone*, laptop; dsb)
         Jawab : -
       - Bagaimana sistem transaksinya?
         Jawab : -
       - Adakah kendala dalam merancang sistem tersebut? Jika ada, apa saja kendalanya?
         Jawab : -
    b. Jika tidak, apa alasannya?

Jawab : Ya sudah cukup banyak lah yang sudah online. Ya kita cuman genjot tourismnya itu tadi.

RANGKUMAN HASIL WAWANCARA

PT Kaerindo Wisata merupakan nama perusahaan dari Kaerindo Wisata Tour & Travel yang berdiri pada tahun 2012. Perusahaan ini berdiri atas prakarsa dari PT BP Kedaulatan Rakyat yang merupakan perusahaan media cetak koran harian di Yogyakarta dan merupakan induk perusahaan dari Kaerindo Wisata sendiri. Hingga saat ini, Kaerindo Wisata Tour & Travel hanya memiliki 1 kantor saja dan memiliki 5 karyawan inti. Perusahaan ini sudah memiliki struktur organisasi yang sangat baik dengan pembagian tugas yang sangat jelas untuk masing-masing karyawan.

Kaerindo Wisata Tour & Travel sudah menggunakan Teknologi Informasi (TI) dengan maksimal, dimana mereka sudah menggunakannya untuk menjalankan seluruh proses bisnis di perusahaan. Mereka juga sudah menggunakan TI untuk menjalankan Sistem Informasi (SI) yang ada di perusahaan, seperti Sistem Informasi Manajemen (SIM) dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA).

Penerapan SIM di Kaerindo Wisata Tour & Travel sudah cukup baik, namun belum dapat diterapkan secara maksimal karena mereka belum menggunakan sistem yang terintegrasi. Namun, mereka sudah menerapkan SIA secara maksimal karena mereka sudah melakukan pencatatan atas transaksi dan membuat laporan keuangan secara lengkap dan rutin.

Kaerindo Tour & Travel mengatakan bahwa strategi yang mereka jalankan untuk saat ini sudah berdampak pada penjualan mereka yang semakin meningkat, dan bahkan sudah mencapai target profit yang sudah mereka tetapkan sebelumnya. Hal ini karena adanya pergantian dan perbaikan manajemen dari tahun-tahun sebelumnya.

LAMPIRAN 3

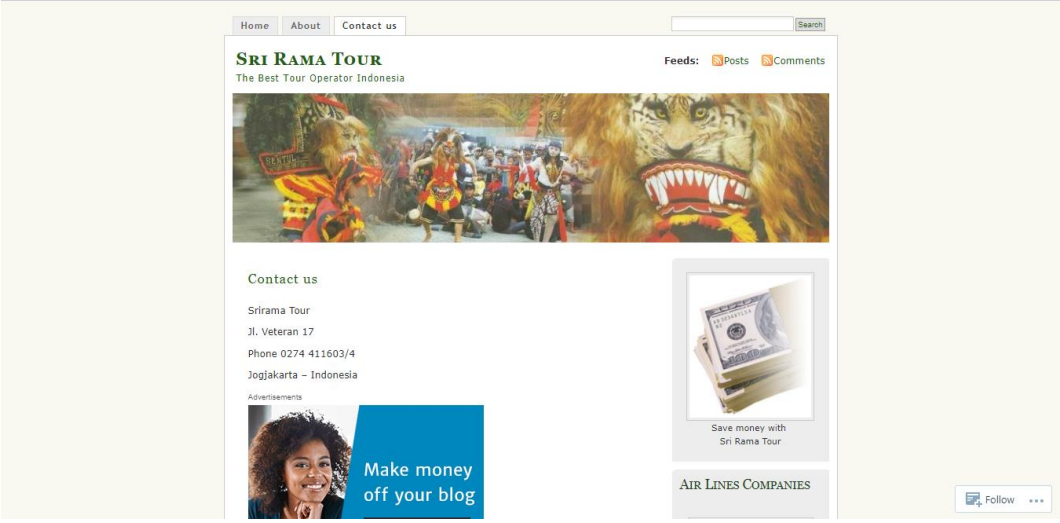
GAMBAR TAMPILAN *WEBSITE*



Gambar 1 Tampilan *website* TTT menggunakan situs Web



Gambar 2 Tampilan *website* MTT menggunakan situs Blogspot



Gambar 3 Tampilan *website* SRTT menggunakan situs Wordpress



Gambar 4 Tampilan *website* KWTT menggunakan situs Web