

ABSTRAK

ALVIN ARIESTA ARILANGGA 2020. - Analisis Dampak *Online Travel Agent* Terhadap Volume Penjualan Tiket Pesawat Di PT. A&T Holidays.
Politeknik Pariwisata Lombok. Pembimbing 1. Putri Rizkiyah, M.Par , pembimbing 2. H. Lalu Ratmaja, S.Pd., M.Pd.

Proyek akhir ini memberikan penjelasan tentang kemunculan *online travel agent* (OTA) dalam lima tahun terakhir ini yang terlihat berdampak pada volume penjualan tiket pesawat pada travel agent konvensional khususnya PT. A&T Holidays, keadaan ini didukung dengan mulainya para agent-agent tiket pesawat dan airlines itu sendiri sudah bisa menjual tiketnya secara langsung (*directly*) sehingga menyebabkan pergeseran pasar terutama untuk travel agent konvensional yang hanya mengkhususkan travelnya dalam hal penjualan tiket pesawat. Jika dilihat secara definisi *online travel agent* merupakan penyedia jasa penjualan tiket pesawat dan jasa transportasi lainnya melalui World Wide Web (WWW) untuk memungkinkan kemudahan pelanggan dalam kebebasan mencari dan memilih harga penerbangan serta maskapai dan jadwal yang tepat, yang kemudian dipesan dan diberikan oleh *online travel agent*. Karena kemunculan *online travel agent* tersebut, maka terjadi pergeseran peran travel agent konvensional dimana *online travel agent* telah mereduksi peran-peran travel agent sebagai agent tiket pesawat.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif, dalam penelitian ini peneliti mewawancarai supervisor di bagian ticketing department untuk mengetahui apakah kemunculan *online travel agent* ini mempengaruhi volume penjualan tiket pesawat di PT. A&T Holidays.

Hasil dari penelitian ini untuk mengetahui apakah dengan kemunculan online travel agent ini dapat mempengaruhi volume penjualan tiket pesawat di PT. A&T Holidays dengan cara mencari tahu penilaian pelanggan tentang produk tiket pesawat dari PT. A&T Holidays dan juga penilaian kepada produk tiket pesawat online travel agent, kemudian hasil dari kuisioner itu dibandingkan dengan metode SWOT yang nanti akan terlihat lebih unggul produk tiket pesawat dari PT. A&T Holidays dengan produk tiket pesawat *online travel agent* setelah di bandingkan kemudian ditambah dengan argument staff ticketing PT. A&T Holidays tentang kemunculan *online travel agent*.

Kata kunci: *online travel agent*, produk tiket pesawat, PT A&T Holidays.

ABSTRACT

ALVIN ARIESTA ARILANGGA 2020. – Impact analysis of Online Travel Agent on Sales Volume of Airplane Tickets at PT. A&T Holidays. Lombok Tourism Polytechnic. Supervisor 1. Putri Rizkiyah, M.Par, supervisor 2. H. Lalu Ratmaja, S.Pd., M.Pd.

This final project provides an explanation of the emergence of online travel agents (OTA) in the last five years that looks to have an impact on the volume of airline ticket sales on conventional travel agents, especially PT. A&T Holidays, this situation is supported by the start of airline ticket agents and the airlines themselves are able to sell tickets directly, causing a market shift, especially for conventional travel agents who only specialize in travel in terms of ticket sales. When viewed by definition, an online travel agent is a provider of airline ticket sales and other transportation services via the World Wide Web (WWW) to enable customers to freely find and choose the right flight and airline prices, and then schedule and order by an online travel agent. Because of the emergence of these online travel agents, there has been a shift in the role of conventional travel agents where online travel agents have reduced the roles of travel agents as airline ticket agents.

In this study, researchers used a qualitative method, in this study the researchers interviewed supervisor of ticketing departement to find out whether the emergence of this online travel agent affects the volume of airline ticket sales at PT. A&T Holidays.

The results of this study are to determine whether the emergence of online travel agents can affect the volume of airline ticket sales at PT. A&T Holidays by finding out customer ratings about airline ticket products from PT. A&T Holidays and also an assessment of an online travel agent flight ticket product, then the results of the questionnaire are compared with the SWOT method which will later look superior to the airline ticket product from PT. A&T Holidays with online travel agent flight ticket products after comparing and then added to the PT ticketing staff argument. A&T Holidays about the emergence of online travel agents.

Keywords:online travel agent, airline ticket products, PT A&T Holidays.