

**ANALISIS PEMILIHAN ONLINE TRAVEL AGENT (OTA)  
TERBAIK DI INDONESIA DENGAN METODE ANALYTICAL  
HIERARCHY PROCESS**

**TUGAS AKHIR**



**Namira Nursofa  
1171001113**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2021**

**ANALISIS PEMILIHAN ONLINE TRAVEL AGENT (OTA)  
TERBAIK DI INDONESIA DENGAN METODE ANALYTICAL  
HIERARCHY PROCESS**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen**



**Namira Nursofa  
1171001113**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2021**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip  
maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Namira Nursofa

NIM : 1171001113

Tanda Tangan :



Tanggal : 20 Agustus 2021

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Namira Nursofa

NIM : 1171001113

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Pemilihan *Online Travel Agent* (OTA) Terbaik di Indonesia Dengan Metode *Analytical Hierarchy Process*

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Ir. Deddy Herdiansjah, MSc, MBA, PhD

(  )

Penguji I : Dr.Ir. B.P.Kusumo Bintoro, MBA., IPM

(  )

Penguji II : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M

(  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Agustus 2021

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Pemilihan Online Travel Agent (OTA) Terbaik Di Indonesia Dengan Metode Analytical Hierarchy Process”. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini cukup sulit jika tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Deddy Herdiansjah, MSc, MBA, PhD selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan arahan selama penulis penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M, selaku dosen pembahas yang telah memberikan saran sewaktu seminar proposal.
3. Bapak Kusumo Bintoro, Dr. BP. Ir., M.B.A., IPM selaku penguji dan juga telah memberikan kritik dan saran serta arahan dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Segenap jajaran dosen Program Studi S1 Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Bapak, Ibu, Adik, dan keluarga besar penulis yang telah mendukung dan mendoakan penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir.
6. Dhyta Syahdilla, Isnaini Octavia, Patika Dwi Anggraini, Ria Amalia, Puspa Ambar, Maulina Fajriah yang telah membantu penulis untuk saling bertukar pikiran, memberikan dorongan, semangat serta motivasi agar penulis segera menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Teman-teman semasa sekolah dan kuliah yang telah mendukung penulis dalam penyusunan..
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan.

Akhir Kata, Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran yang membangun sangat dibutuhkan penulis untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 20 Agustus 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nur' followed by a stylized flourish.

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Namira Nursofa  
NIM : 1171001113  
Program Studi : S1 Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**ANALISIS PEMILIHAN ONLINE TRAVEL AGENT (OTA)  
TERBAIK DI INDONESIA DENGAN METODE ANALYTICAL  
HIERARCHY PROCESS**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 20 Agustus 2021

Yang Menyatakan,



(Namira Nursofa)

# ANALISIS PEMILIHAN ONLINE TRAVEL AGENT (OTA) TERBAIK DI INDONESIA DENGAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS

Namira Nursofa

---

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui urutan perankingan dari *Online Travel Agent* yang populer di Indonesia yaitu di antaranya, Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, Agoda, dan Booking.com. Penelitian ini didasarkan pada kriteria yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan Online Travel Agent (OTA) di Indonesia yaitu Harga, Produk, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Fitur dan Kemudahan Penggunaan. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif yang didasarkan pada expert judgement dengan metode penelitian Analytical Hierarchy Process (AHP) menggunakan bantuan software *super decisions*.

Berdasarkan pada hasil perhitungan prioritas pada *Online Travel Agent* yang pertama paling unggul berdasarkan pada keseluruhan kriteria itu adalah Traveloka dengan hasil bobot prioritas sebesar 0.368 (37%), kedua Tiket.com dengan hasil bobot prioritas sebesar 0.318 (32%), ketiga Booking.com dengan hasil bobot prioritas sebesar 0.124 (12%), keempat Agoda dengan hasil bobot prioritas sebesar 0.117 (12%), dan terakhir Pegipegi dengan hasil bobot prioritas sebesar 0.073 (7%). Sedangkan pada kriteria Kemudahan Penggunaan memiliki nilai paling tinggi yaitu sebesar 0,385 (39%), kedua ada Harga dengan hasil bobot prioritas sebesar 0,204 (20%), ketiga Produk dengan hasil bobot prioritas sebesar 0,186 (19%), keempat Kualitas Pelayanan dengan hasil bobot prioritas sebesar 0,115 (12%), kelima Fitur dengan hasil bobot prioritas sebesar 0,051 (5%), keenam Keamanan dengan hasil bobot prioritas sebesar 0,034 (3%), dan terakhir adalah Ulasan Online dengan hasil bobot prioritas sebesar 0,022 (2%).

Kata kunci : Harga, Produk, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Fitur dan Kemudahan Penggunaan, *Online Travel Agent*, *Analytical Hierarchy Process*



**SELECTION OF THE BEST ONLINE TRAVEL AGENT (OTA)  
ANALYSIS IN INDONESIA WITH THE ANALYTICAL  
HIERARCHY PROCESS METHOD**

Namira Nursofa

---

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the ranking order of Online Travel Agents that popular amongs market in Indonesia, Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, Agoda, and Booking.com. This research is based on the criteria that become a balance in the selection of Online Travel Agent (OTA) in Indonesia, namely Price, Product, Security, Service Quality, Features and Ease of Use. The research used is qualitative and quantitative research based on expert judgment with the Analytical Hierarchy Process (AHP) research method using superdecisions software.*

*Based on the results of the priority calculation on the Online Travel Agent, the first most superior based on all of these criteria is Traveloka with a priority weight of 0.368 (37%), the second Tiket.com with a priority weight result of 0.318 (32%), the third Booking.com with the result priority weight of 0.124 (12%), the fourth agoda with a priority weight of 0.117 (12%), and the last pegipegi with a priority weight of 0.073 (7%). While the Ease of Use Criteria has the highest value of 0.385 (39%), the second is Price with a priority weight of 0.204 (20%), products with a priority weight result of 0.186 (19%), the fourth Quality of Service with a weighted result priority of 0.115 (12%), the five features with a priority weight of 0.051 (5%), the Security weight with a priority weight of 0.034 (3%), and the last is Online Reviews with a priority result of 0.022 (2%).*

*Keywords: Price, Product, Security, Quality of Service, Feature Ease of Use, Online Reviews, Online Travel Agent, Analytical Hierarchy Process*

DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.6 Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS</b> .....	<b>12</b>
2.1 Decision Making .....	12
2.2 <i>Analytical Hierarchy Process</i> .....	14
2.2.1 Kegunaan, Kelebihan, dan Kelemahan Analytical Hierarchy Process .....	14
2.2.1 Konsep utama dalam Analytical Hierarchy Process .....	15
2.2.3 Langkah-Langkah Analytical Hierarchy Process .....	16
2.3 Online Travel Agent .....	23
2.4 Kemudahan Penggunaan .....	25
2.5 Harga .....	27
2.6 Produk .....	28
2.7 Kualitas Pelayanan .....	29
2.8 Keamanan .....	30
2.9 Fitur .....	30

2.10	Ulasan <i>Online</i> .....	31
2.11	Penelitian Terdahulu .....	32
2.12	Kerangka Pemikiran .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>37</b>
3.1	Metode Penelitian .....	37
3.2	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.3	Definisi dan Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.4	Metode Analisis Data.....	39
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>42</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
4.1.1	Traveloka .....	42
4.1.2	Tiket.com .....	49
4.1.3	Pegipegi .....	54
4.1.4	Agoda .....	57
4.1.5	Booking.com .....	59
4.2	Hasil Pembahasan Wanwancara .....	62
4.2.1	Profil Informan Wawancara .....	63
4.2.2	Jadwal Wawancara .....	65
4.2.3	Hasil Wawancara.....	66
4.3	Hasil Analisis Analytical Hierarchy Process .....	83
4.3.1	Hasil Perhitungan Matriks Prioritas Kriteria .....	83
4.3.2	Hasil Matriks Prioritas Perbandingan Alternatif Terhadap Masing-Masing Kriteria.....	87
4.3.3	Hasil Prioritas Ranking Alternatif .....	93
4.3.4	Pembahasan .....	95
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>100</b>
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>102</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>106</b>

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.01 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Januari 2021</b> .....	2
<b>Gambar 1.02 E-commerce Spend By Category (Indonesia 2021)</b> .....	3
<b>Gambar 1.03 Pertumbuhan e-commerce berdasarkan kategori</b> .....	3
<b>Gambar 4.01 Logo Official Traveloka</b> .....	42
<b>Gambar 4.02 Fundraising Traveloka 2017-2020</b> .....	46
<b>Gambar 4.03 Payment Partners Traveloka</b> .....	49
<b>Gambar 4.04 Logo Official Tiket.com</b> .....	50
<b>Gambar 4.05 Logo Official Pegipegi</b> .....	54
<b>Gambar 4.06 Daftar Partners bisnis Pegipegi</b> .....	57
<b>Gambar 4.07 Logo Official Agoda</b> .....	57
<b>Gambar 4.08 Logo Official Booking.com</b> .....	59
<b>Gambar 4.09 Moh. Farid Adi Pamuji, Lead Product Manager Tiket.com</b> .....	63
<b>Gambar 4.10 Andre Kristianto, Senior Business Intelligence Analyst, Tiket.com</b> .....	64
<b>Gambar 4.11 Vendy Prihayana, Business Development Tourism Indonesia</b> .....	64
<b>Gambar 4.12 Novia Evi Fikriyah, Services Assurance Manager, Traveloka</b> .....	65
<b>Gambar 4.13 Disa Ayu Maharani, Associate Product Manager, Tiket.com</b> .....	65
<b>Gambar 4.14 Harga Kompetitif, Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, Booking.com Agoda</b> .....	68
<b>Gambar 4.15 Rating Aplikasi Onlie Travel Agent</b> .....	78
<b>Gambar 4.16 Struktur Hirarki Permasalahan</b> .....	83
<b>Gambar 4.17 Hasil Perhitungan Prioritas Terhadap Kriteria</b> .....	86
<b>Gambar 4.18 Hasil Prioritas Alternatif Terhadap Kriteria Kemudahan Penggunaan</b> .....	87
<b>Gambar 4.19 Hasil Prioritas Alternatif Terhadap Kriteria Harga</b> .....	88
<b>Gambar 4.20 Hasil Prioritas Alternatif Terhadap Kriteria Produk</b> .....	89
<b>Gambar 4.21 Hasil Prioritas Alternatif Terhadap Kriteria Kualitas Pelayanan</b> .....	90
<b>Gambar 4.22 Hasil Prioritas Alternatif Terhadap Kriteria Fitur</b> .....	91
<b>Gambar 4.23 Hasil Prioritas Alternatif Terhadap Kriteria Keamanan</b> .....	91
<b>Gambar 4.24 Hasil Prioritas Alternatif Terhadap Kriteria Ulasan Online</b> .....	92
<b>Gambar 4.25 Hasil Pergitungan Prioritas Alternatif secara Idealized, Normalize, dan Raw</b> .....	93

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.01 Perbandingan Rating Mobile Application Online Travel Agent</b> .....	5
<b>Tabel 1.02 Ulasan Pengguna pada Aplikasi OTA</b> .....	6
<b>Tabel 2.01 Penilaian Kuantitatif Hirarki</b> .....	18
<b>Tabel 2.02 Hasil pairwise comparasion dari responden</b> .....	19
<b>Tabel 2.03 Hasil matrix normalized pada kriteria</b> .....	19
<b>Tabel 2.04 Contoh perhitungan hasil penilaian priorias kriteria</b> .....	20

Tabel 2.05 Rasio konsistensi berdasarkan pada Ordo Matriks (n) .....	20
Tabel 2.06 Hasil perhitungan jumlah bobot setiap kriteria .....	20
Tabel 2.07 Hasil Sintesis Model Penentuan Prioritas .....	21
Tabel 2.08 Kriteria Pemilihan OTAs.....	24
Tabel 2.09 Penelitian-Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 4.01 Daftar Pemegang Saham Traveloka .....	43
Tabel 4.02 Daftar Lead Investors Traveloka .....	43
Tabel 4.03 Daftar Investasi yang dilakukan Traveloka.....	46
Tabel 4.04 Inovasi-Inovasi Traveloka selama tahun 2020-2021 .....	47
Tabel 4.05 Jadwal Wawancara Penelitian .....	65
Tabel 4.06 Skema Coding Hasil Wawancara.....	79
Tabel 4.07 Hasil <i>Pairwise Comparison</i> Kriteria .....	84
Tabel 4.08 Jumlah hasil <i>Pairwise Comparison</i> Kriteria .....	85
Tabel 4.09 Hasil Prioritas Kepentingan Kriteria .....	86
Tabel 4.10 Hasil <i>Pairwise Comparison</i> Kriteria Kemudahan Penggunaan .....	87
Tabel 4.11 Hasil <i>Pairwise Comparison</i> Kriteria Harga .....	88
Tabel 4.12 Hasil <i>Pairwise Comparison</i> Kriteria Produk.....	88
Tabel 4.13 Hasil <i>Pairwise Comparison</i> Kriteria Kualitas Pelayanan .....	90
Tabel 4.14 Hasil <i>Pairwise Comparison</i> Kriteria Fitur.....	90
Tabel 4.15 Hasil <i>Pairwise Comparison</i> Kriteria Keamanan .....	91
Tabel 4.16 Hasil <i>Pairwise Comparison</i> Kriteria Ulasan Online .....	92
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Prioritas Alternatif Berdasarkan Hasil Prioritas Kriteria .....	93
Tabel 4.18 Peringkat Alternatif Online Travel Agent Terbaik.....	95

#### DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengajuan Permohonan Wawancara .....	106
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara .....	107
Lampiran 3 Transkrip Verbatim Wawancara I1.....	108
Lampiran 4 Transkrip Verbatim Wawancara I2.....	114
Lampiran 5 Transkrip Verbatim Wawancara I3.....	124
Lampiran 6 Transkrip Verbatim Wawancara I4.....	130
Lampiran 7 Transkrip Verbatim Wawancara I5.....	136