

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun ini industri pariwisata sedang memulihkan diri dari dampak pandemi COVID-19. Dilansir dari laporan Badan Pusat Statistik (BPS), sektor pariwisata domestik di Indonesia pulih dan bangkit secara konsisten. Jumlah perjalanan wisatawan domestik disimpulkan tumbuh 19,82% pada 2022 dibandingkan dengan tahun sebelumnya (BPS, 2023). Dikutip dari situs berita Suara.com (2022), 49% penduduk Indonesia melakukan perjalanan wisata lebih dari lima kali dalam setahun.

Peningkatan minat wisatawan terutama wisatawan domestik terhadap perjalanan wisata berdampak pada penggunaan OTA (Online Travel Agent). Katadata (2022) melansir Survei Populix yang menyatakan sebesar 38% dari 1.010 responden yang berencana untuk liburan akhir tahun, memilih menggunakan aplikasi digital atau OTA. Mayoritas responden sebanyak 67% menggunakan OTA karena pemesanan dapat dilakukan lebih mudah dan cepat.

Fadading dan Nugroho (2021) pada jurnalnya mengungkapkan, pada dasarnya OTA mempunyai model bisnis yang sama dengan agen travel konvensional, namun OTA mengemas jasa dalam bentuk digital. Keberadaan berbasis digital kemudian meningkatkan minat penggunaan masyarakat. Jika dilandaskan oleh nilai konsumen, penggunaan OTA dalam menjembatani kegiatan liburan lebih efektif karena memiliki nilai fungsional atau kemudahan akses, nilai sosial yang berpengaruh pada persepsi masyarakat sekitar, nilai informasi karena banyaknya informasi yang disuguhkan oleh OTA, dan nilai kondisi yaitu pilihan preferensi wisata yang beragam. (Talwar et al, 2020).

tiket.com adalah salah satu OTA (Online Travel Agent) yang saat ini telah berkembang dalam lingkungan masyarakat. Sejak berdiri pada tahun 2011 dan bergabung bersama Blibli pada 2017, tiket.com menawarkan berbagai layanan,

seperti tiket penerbangan, kereta, akomodasi, taman hiburan, acara, serta kebutuhan perjalanan lainnya.

Melihat potensi perkembangan bisnis dan karir berkaitan dengan sektor wisata, penulis memilih untuk menjalankan aktivitas magang di PT Global Tiket Network atau yang biasa disebut tiket.com. Sebagai perusahaan yang mengadaptasi kondisi digital dan modern, tiket.com memberikan pertimbangan yang baik dalam mempertahankan relasi yang baik dengan pekerja. Melalui budaya kerja yang baik, kompetensi dan karya yang dihasilkan diharapkan akan sesuai dengan target pencapaian bersama.

Penulis berharap setelah bekerja sebagai *Creative Intern* di PT Global Tiket Network, penulis dapat berkembang baik secara kompetensi dan sikap, sehingga dapat mempersiapkan jenjang karir di masa yang akan datang serta membantu menyelesaikan berbagai masalah melalui solusi desain.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang memiliki maksud sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk lulus kuliah dan memperoleh gelar sarjana desain. Sementara tujuan dari kerja magang yang dilakukan antara lain:

1. Mempelajari budaya dan etos kerja yang ada di lingkungan kerja.
2. Menerima pengalaman di dunia kerja dengan lingkungan dan pola pikir yang berbeda dengan lingkungan kampus.
3. Mempelajari teknis pekerjaan secara langsung dengan menggunakan metode baru.
4. Menerapkan materi yang telah dipelajari secara langsung dengan mengimplementasikan materi dengan metode penyelesaian pekerjaan.
5. Mengembangkan dan memperkuat *hard skill* dalam desain melalui pengembangan kompetensi pada aplikasi yang digunakan, serta meningkatkan ketelitian dalam menerapkan prinsip desain.

6. Mengembangkan *soft skill* yang digunakan saat berkolaborasi dengan rekan atau sebagai individu yang dinamis, terutama dalam bentuk komunikasi, manajemen waktu, dan kebiasaan reflektif.
7. Menambah relasi serta membantu mengasah pola pikir kritis dan kreatif.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang dimulai saat Pembekalan Magang yang diadakan secara luring di kampus pada tanggal 9 Mei 2023 dan berproses hingga Sidang Evaluasi kerja magang yang diadakan pada 18—21 Desember 2023. Selain waktu yang telah ditetapkan oleh kampus, pelaksanaan magang dengan perusahaan dilaksanakan hingga 19 Januari 2024.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Periode kerja magang terhitung pada tanggal 17 Juli 2023 hingga 19 Januari 2024 dengan ketentuan sistem kerja *Hybrid*. Waktu yang telah ditentukan sebagai aturan kerja adalah 8 jam sehari mulai dari Senin hingga Jumat dengan total 40 jam per minggu dan 1032 jam hingga kontrak usai.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan kerja magang, penulis menempuh langkah-langkah persiapan magang sesuai dengan kebijakan kampus, yaitu mengikuti pembekalan magang secara luring. Setelah itu, penulis mencari dan mengajukan tempat magang pada tanggal 24 Mei 2023 hingga melamar kerja pada perusahaan yang telah diterima kampus pada 8 Juni 2023. Dalam jangka waktu tersebut, penulis mempersiapkan portfolio dan CV untuk digunakan.

Panggilan dari perusahaan datang pada 13 Juni 2023 oleh *Talent Acquisition Team* yang memberikan kesempatan wawancara. Proses wawancara berlangsung dengan diskusi awal bersama *Talent Acquisition*

Team pada 14 Juni 202 dan dilanjutkan dengan wawancara *user* pada tanggal 20 Juni 2023. Keesokan hari setelah wawancara kedua dilakukan, *Talent Acquisition Team* menghubungi terkait penerimaan pada diskusi singkat. Dalam diskusi pada 20 Juni 2023 tersebut, penulis mengumpulkan data diri dan menerima surat penerimaan kerja.

Pelaksanaan kerja magang dilakukan sesuai kontrak kerja yaitu pada tanggal 17 Juli 2023 dan berlangsung selama dua minggu, hingga kegiatan *On Boarding* pada 31 Juli 2023.

