



SIARAN PERS

TIKET.COM KEMBANGKAN START-UP DI KAMPUS LEWAT “TIKET.COM TRAVEL TO CAMPUS”

Jakarta, 30 Oktober 2015, Perusahaan travel online yang mengawali usahanya sebagai perusahaan rintisan (*start-up*), Tiket.com, menggelar kegiatan “*Tiket.com Travel to Campus*” dengan mengunjungi sejumlah kampus potensial. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya Tiket.com memberikan edukasi dan berbagi inspirasi untuk akademisi di berbagai perguruan tinggi dalam mengembangkan potensinya di bidang bisnis digital sebagai start-up. Langkah awal inisiatif Tiket.com di bidang pendidikan ini mulai dilakukan di Kampus PPM School of Management, Binus University, dan Universitas Multimedia Nusantara hingga akhir tahun ini, dan akan berkembang secara berkesinambungan ke sejumlah kampus lainnya.

Menurut **Gaery Undarsa (Managing Director Tiket.com)**, tujuan Tiket.com melakukan perjalanan ke kampus-kampus adalah untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan secara langsung tentang industri online e-commerce kepada mahasiswa. “Kami berharap dengan adanya Tiket.com Travel to Campus bisa membawa dampak positif untuk menginspirasi dan memotivasi anak muda dalam membangun jiwa entrepreneurship mereka. Anak muda harus memiliki keberanian memunculkan sesuatu yang di luar dari kebiasaan, dan hal ini merupakan nilai lebih yang mereka bisa kembangkan secara positif sebagai sesuatu yang bernilai seperti yang dilakukan Tiket.com dalam mengembangkan dunia online travel”, jelas **Gaery**

Sejumlah pendiri yang saat ini merupakan anak-anak muda di balik berkembangnya Tiket.com sebagai perusahaan travel online akan berbagi informasi untuk para akademisi. Di antaranya terdapat figur Natali Ardianto (*Co-Founder & CTO Tiket.com*) yang merupakan sosok di balik system teknologi informasi Tiket.com. Natali merupakan peraih **The Most Intelligent CIO at the iCIO Award 2015**. Natali akan berbagi pengalaman untuk para mahasiswa bersama **Gaery Undarsa (Managing Director Tiket.com)** dan **Marcella Einsteins (Founder & CEO dari Indonesia Flight)**. Saat ini Indonesia Flight mulai muncul sebagai mitra online terbesar dari Tiket.com. Ke depan Tiket.com juga akan memfasilitasi kehadiran narasumber lainnya, seperti: perusahaan penerbangan, kelompok usaha hotel, maupun industri perbankan yang menjadi mitra Tiket.com.

Dalam perjalanannya dari kampus ke kampus, Tiket.com mencoba membangun jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa melalui para narasumber Tiket.com. Tiket.com juga mengedukasi mahasiswa dengan tips & trick dalam membangun start-up melalui pengalaman para narasumber yang telah membuktikan keberhasilannya membangun Tiket.com. Tiket.com siap berbagi informasi mengenai potensi pasar e-commerce di Indonesia, jurus jitu membangun start-up e-commerce sejak dini dan membangun entrepreneurship dari e-commerce. Bahkan Tiket.com membuka peluang bisnis travel secara langsung untuk mahasiswa sebagai



Distribution Online Tiket.com Agent (DOTA) dengan menjadi agent secara gratis, membuka kesempatan untuk magang (internship), serta bekerjasama dengan pihak kampus dalam penyaluran praktik kerja lapangan.

“Pada dasarnya anak-anak muda kita sudah sangat akrab dengan dunia e-commerce. Namun kedekatannya belum optimal dalam mengetahui nilai tambahnya, hanya sebatas sebagai konsumen. Dari sini Tiket.com ingin memotivasi mahasiswa dengan membangun jiwa entrepreneurship melalui e-commerce”, tambah **Gaery Undarsa**.

Saat ini berdasarkan usia pengguna, mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia 18-25 tahun yang sama dengan hampir setengah dari total jumlah pengguna internet di Indonesia (49%). Hal ini tak lepas dari berkembangnya pengguna gadget yang menjadikannya gaya hidup, sumber informasi, dan komunikasi masyarakat, serta kemudahan bertransaksi yang belakangan menguat kepercayaannya terhadap e-commerce. Berdasarkan hal tersebut tentu bisa menjadi dasar antusiasme yang tinggi dari mahasiswa terhadap dunia online maupun mengenai online industri.

Saat awal didirikan, selama 3 bulan *engine* Tiket.com dibuat (mulai dari aplikasi *front end*, *back end* hingga admin (*merchant*, *user*) melalui 4 modul. Selain itu, Tiket.com menyediakan 7 staff *customer service* yang siap melayani telepon dan *Live-chatting* pelanggannya tentang transaksi dan situs Tiket.com dari pukul 8 pagi hingga 10 malam. Di sisi lain, manajemen Tiket.com terus mengembangkan jalinan kerjasamanya dengan berbagai mitra dan aktif melancarkan promo. Jadilah Tiket.com sebagai salah satu pendatang baru yang berkembang secara signifikan dengan layanan pemesanan dan pembelian tiket secara online untuk pesawat, kereta api, hotel, sewa mobil dan penjualan tiket event & atraksi.

Dengan pengembangan bisnis yang cukup cepat dalam waktu yang singkat, manajemen Tiket.com berhasil meraih penghargaan di **AICTA (ASEAN Information Communication & Technology Award)** di Myanmar. Tiket.com adalah salah satu pemenang untuk kategori *Startup* di mana semua negara ASEAN ikut serta dalam ajang tersebut. Di Final, Tiket.com unggul ketika berhadapan dengan representatif dari Singapura. Bahkan di tahun 2015 Tiket.com telah berhasil meraih penghargaan Top Brand Award dan SWA Consumer Choice 2015.

Di Indonesia, kebanyakan penyedia jasa transaksi travel online umumnya hanya menyediakan satu macam layanan, misalnya khusus pemesanan tiket penerbangan atau khusus reservasi hotel saja. Tiket.com hadir untuk perencanaan perjalanan, wisata, dan hiburan menjadi lebih terintegrasi dalam sebuah layanan pemesanan. Situs yang berada di bawah naungan PT Tiket Global Network ini melakukan integrasi pengembangan layanan pemesanan dan pembelian tiket pesawat, kereta api, hotel, sewa mobil dan penjualan tiket event & atraksi dengan meningkatkan kualitas dan kecepatan dalam melayani berbagai bidang jasa perjalanan (travel) dan entertainment.



POTENSI PASAR TRAVEL ONLINE DAN TIKET.COM

Di kawasan Asia Pasifik bisnis travel online semakin berkembang. Di tahun 2010 tumbuh 20%, dan diprediksi pertumbuhan 2 digit tersebut kembali terjadi di tahun 2012. Menurut data dari *Phocuswright* dan *Expedia* (yang meneliti pasar online travel di Australia, China, Jepang, India, Indonesia, Malaysia, Selandia Baru, Singapura, dan Thailand), di Asia Pasifik pasar pemesanan online travel tahun 2011 diperkirakan mencapai US\$ 1,6 Miliar, per tahunnya nilai tersebut diprediksi naik 30%-40% pada periode-periode berikutnya.

Menurut data yang ada, nilai reservasi hotel di Indonesia melalui OTA (*Online Travel Agent*) diperkirakan mencapai US\$200 juta atau berkisar Rp 2 triliun per tahun. Dengan laju pertumbuhan rata-rata sebesar 200-300 persen setiap tahunnya, Indonesia menjadi pasar yang potensial untuk mengembangkan *market travel online*. Pemasukan terbesar masih datang dari wisatawan mancanegara dengan perbandingan 20:80. Angka wisatawan lokal yang hanya 20 persen dinilai menjadi peluang bisnis travel online yang diprediksi lebih berkembang di Indonesia. Angka tersebut belum termasuk penerbangan, penyewaan kendaraan, kuliner dan bisnis lainnya.

Menurut **Dimas Surya** (Commercial Director PT Tiket Global Network), pertumbuhan pengguna internet sangat tinggi terutama dalam kurun waktu 2-3 tahun kedepan. Peluang penjualan *offline* juga akan sangat tinggi, terlebih jika didukung dengan sistem yang sangat baik. Jadi Tiket.com secara bersamaan mendorong penjualan melalui *offline agent*, dan online melalui website & mitra online Tiket.com. Dengan cara ini, menurut **Dimas Surya**, Tiket.Com dapat meningkatkan pasar dengan cara yang jauh lebih cepat. Selain itu juga terus meningkatkan pilihan/content yang ditawarkan sehingga customer mempunyai pilihan yang beragam.

Dalam koridor nasional, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat sedikitnya ada 123 juta wisatawan lokal Indonesia selama tahun 2011. Sedangkan dalam tingkatan provinsi – DKI Jakarta, data Pemerintahan Provinsi menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan Nusantara sebesar 31,72% selama lima tahun terakhir. Hal ini tentu membuka gerbang kesempatan bagi para pegiat di bisnis travel online lokal untuk berkembang, termasuk Tiket.com.
