



ITB STIKOM BALI

UJIAN PROPOSAL

ANALISIS TREN PERILAKU PENGGUNA TERHADAP PRODUK DI WEBSITE KURA2BUS.COM

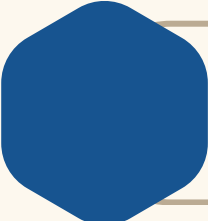
I GEDE SATRYA NEGARA PUDJA

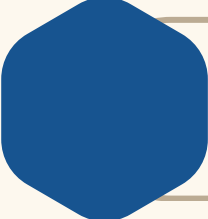
NIM : 220050043

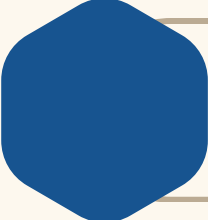
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL

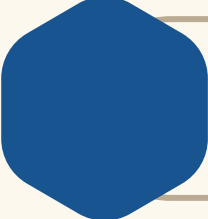
2025

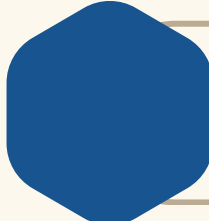
Daftar Isi

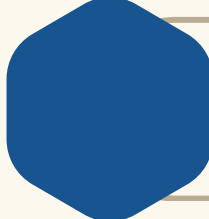
 Latar Belakang

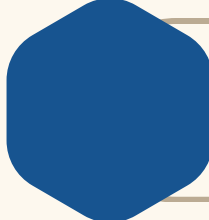
 Rumusan Masalah

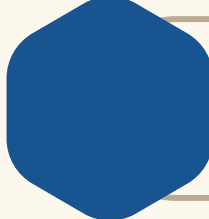
 Tujuan Penelitian

 Ruang Lingkup

 Desain Penelitian

 Alat Penelitian

 Mekanisme
Pengumpulan Data

 Mekanisme Analisis Data

 State Of The Art

Latar Belakang

01.

Didarkan Pada Fenomena Terkini

Penelitian ini didasarkan pada fenomena terkini dimana banyak perusahaan di jaman sekarang memerlukan platfom digital sebagai cara mereka buat berbisnis sehingga analisis perilaku pengguna dibutuhkan untuk memahami interaksi pengguna guna menunjang strategi dan keputusan bisnis.

02.

objek penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap produk "Highlight Of Central Bali di website kura2bus.com milik Perusahaan PT JTB INDONESIA dengan menganalisis perilaku pengguna berbasis Google Analythics

03.

Masalah yang diteliti

Penelitian ini Menangkat Masalah yaitu perusahaan yang belum memanfaatkan *tools* Google Analythics dengan Maksimal Pada satu Produk Spesifik sehingga mengurangi kualitas pemahaman perilaku pengguna pada satu produk spesifik

Latar Belakang

04.

Penelitian Terdahulu

Pentingnya pendekatan analisis perilaku pengguna terhadap satu produk spesifik ini juga ditegaskan oleh penelitian-penelitian sebelumnya. Zhao et al. (2020)[1] menyatakan bahwa analisis perilaku pengguna merupakan komponen vital dalam memahami preferensi pelanggan dan acuan dalam strategi bisnis. Selain itu, Google Analytics telah dikenal luas sebagai standar industri untuk pelacakan trafik dan evaluasi performa website [2]. Studi lain oleh Mavu dan Mauru (2022) [3] menunjukkan bahwa pendekatan studi kasus berbasis data kuantitatif dari Google Analytics yang kemudian dianalisis secara naratif dapat menghasilkan rekomendasi bisnis yang relevan dan aplikatif.

05

Solusi Yang Diterapkan

Penelitian ini menerapkan pendekatan desain studi kasus dengan metode deskriptif kuantitatif-naratif terhadap 1 produk spesifik menggunakan *tools* Google Analythic dengan menganalisis berbagai aspek perilaku pengguna, yang mencakup tren kunjungan, sumber asal trafik pengguna, profil geografis audiens, serta pola interaksi spesifik (*event*) di dalam halaman. Penelitian Ini Diharapkan Dapat Memberikan *Insight* ke Perusahaan terhadap perilaku pengguna di satu halaman produk guna menjadi landasan dalam strategi bisnis.



Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini berdasarkan atas latar latar belakang adalah bagaimana Analisis perilaku pengguna terhadap produk paket tur Ubud-Kintamani di website kura2bus.com dapat menghasilkan suatu *insight*?



Tujuan Penelitian

Adapun tujuan utama dari penelitian ini adalah Untuk Menganalisis perilaku pengguna terhadap satu halaman produk spesifik yaitu paket tour Ubud-Kintamani di website kura2bus.com guna mendapatkan *insight*.

Manfaat Penelitian

01.

Membantu Perusahaan dalam menemukan suatu insight terhadap perilaku pengguna di satu produk spesifik.

02.

Membantu Perusahaan dalam Memanfaatkan Google Analythic untuk menganalisis perilaku pengguna pada satu produk spesifik.

RUANG LINGKUP

01.

objek penelitian

Objek penelitian ini adalah studi kasus yang terfokus pada satu halaman produk spesifik di website kura2bus.com, yaitu “Paket Tur Ubud-Kintamani”, yang diakses melalui jalur halaman (page path) /tours/highlight-of-central-bali.

02.

Jenis Data

Data yang digunakan bersifat kuantitatif sekunder dan bersumber dari tools Google Analytics 4, dengan periode pengumpulan data selama satu bulan, yaitu dari 1 Mei 2025 hingga 1 Juni 2025.

03.

Alat Yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan Google Analytics 4 dengan memanfaatkan fitur Laporan Eksplorasi (Explore) sebagai alat utama untuk mengumpulkan dan memvisualisasikan data.

Ruang Lingkup

04.

Metode Penelitian

Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif-naratif.

Cakupan analisis terbatas pada empat laporan (figure) utama yaitu tren pengguna aktif, sumber trafik, data geografis, dan data interaksi event.

05.

Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini terbatas pada analisis data di Google Analytic 4 dan perumusan insight berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti. Penelitian ini tidak mencakup tahap implementasi teknis, A/B testing, atau bentuk eksperimen lainnya.



State Of The Art

Penelitian ini didasari pada studi-studi terdahulu yang menekankan pentingnya analisis perilaku pengguna dalam strategi bisnis digital. Studi oleh Huang & Wei (2024)[5] menegaskan bahwa pemahaman terhadap interaksi pengguna berperan penting dalam meningkatkan konversi pada bisnis wisata berbasis digital. Penelitian yang dilakukan oleh (Sheehman, 2023)[3] menyatakan bahwa Google Analytics telah diakui sebagai alat standar dalam memperoleh *insight* perilaku pengguna. Secara metodologis, pendekatan studi kasus berbasis deskriptif kuantitatif yang diinterpretasikan secara naratif telah berhasil diterapkan oleh Mavu & Marufu (2022)[4], meskipun fokus mereka masih berada di level situs secara keseluruhan. Penelitian ini mengambil langkah lebih lanjut dengan mengaplikasikan pendekatan serupa pada satu halaman produk spesifik, sebagaimana dilakukan serupa oleh Zhao et al. (2020)[2], yang menunjukkan bahwa analisis di level satu halaman produk mampu memberikan strategi bisnis dengan lebih spesifik. Dengan demikian, penelitian ini memosisikan diri dengan menerapkan metode yang telah terbukti efektif pada lingkup yang lebih spesifik, sejalan dengan pentingnya pemanfaatan penggunaan Google Analythic guna mendapatkan strategi bisnis yang lebih mendalam di level Bisnis Digital Mohaimin (2025)[6].

Desain Penelitian



Desain Berbasis Studi Kasus

Desain studi kasus Sangat cocok dalam penelitian ini karena dapat mengungkap fenomena yang terjadi pada satu objek spesifik guna mendapatkan insight



Menggunakan Metode Deskriptif Kuantitatif Naratif

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif-naratif dimana masing masing *figure* akan disajikan secara kuantitatif lalu setelahnya akan dideskripsikan guna mempermudah pemahaman terhadap data yang disajikan.



Menggunakan Sintesis Naratif

Penelitian ini Menggunakan metode sintesis naratif. Sintesis Naratif adalah metode yang digunakan untuk mengabungkan berbagai temuan penelitian ke dalam satu narasi.



penggunaan 4 Figure Sebagai dimensi Penelitian

Dalam Penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan multi dimensi dimana analisis akan dilakukan di empat figure utama yaitu sumber trafik, tren trafik, country dan *event tracking*

Alat Penelitian

Google Analythic Sebagai Alat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Google analytic sebagai alat untuk menganalisis perilaku pengguna di satu halaman produk spesifik yaitu paket tour Ubud-kintamani. Penggunaan GA4 ini ditujukan sebagai alat yang memaparkan data kuantitatif sesuai rentang waktu yang ditentukan guna melihat data / report dari keempat figure yang dipilih sebagai instrumen Penelitian yaitu Tren trafik, geografis, sumber trafik dan event tracking. Untuk fitur fitur yang digunakan di Google Analythic pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Fitur Explore-Free Form
2. Filter
3. Visualisasi Chart
4. Settingan Free form Google Analythic

Mekanisme Pengumpulan Data

Konfigurasi Laporan Keseluruhan



Konfigurasi Page Path

pada kolom Filter di Free form, penulis menetapkan page path spesifik 1 .dengan kondisi contains dan nilai /tours/highlight-of-central-bali.



Konfigurasi Kolom Variabel : Waktu Dan Nama

pada kolom variabel di posisi atas, penulis melakukan *setting* waktu dan pemberian nama guna menargetkan kapan penelitian tersebut dimulai dan selesai serta memberikan identitas pada formulir ini.



Konfigurasi Kolom Variabel : Segmen dan Dimensi

Setelahnya, penulis melakukan konfigurasi terhadap segmen dan dimensi yang akan dipakai nanti di settingan kolom "*settings*". Segmen akan diatur menjadi all users dan dimensi akan diatur menjadi Country, Page path and screen class, Event name, Source / medium.



Konfigurasi Kolom Variabel : Metrics

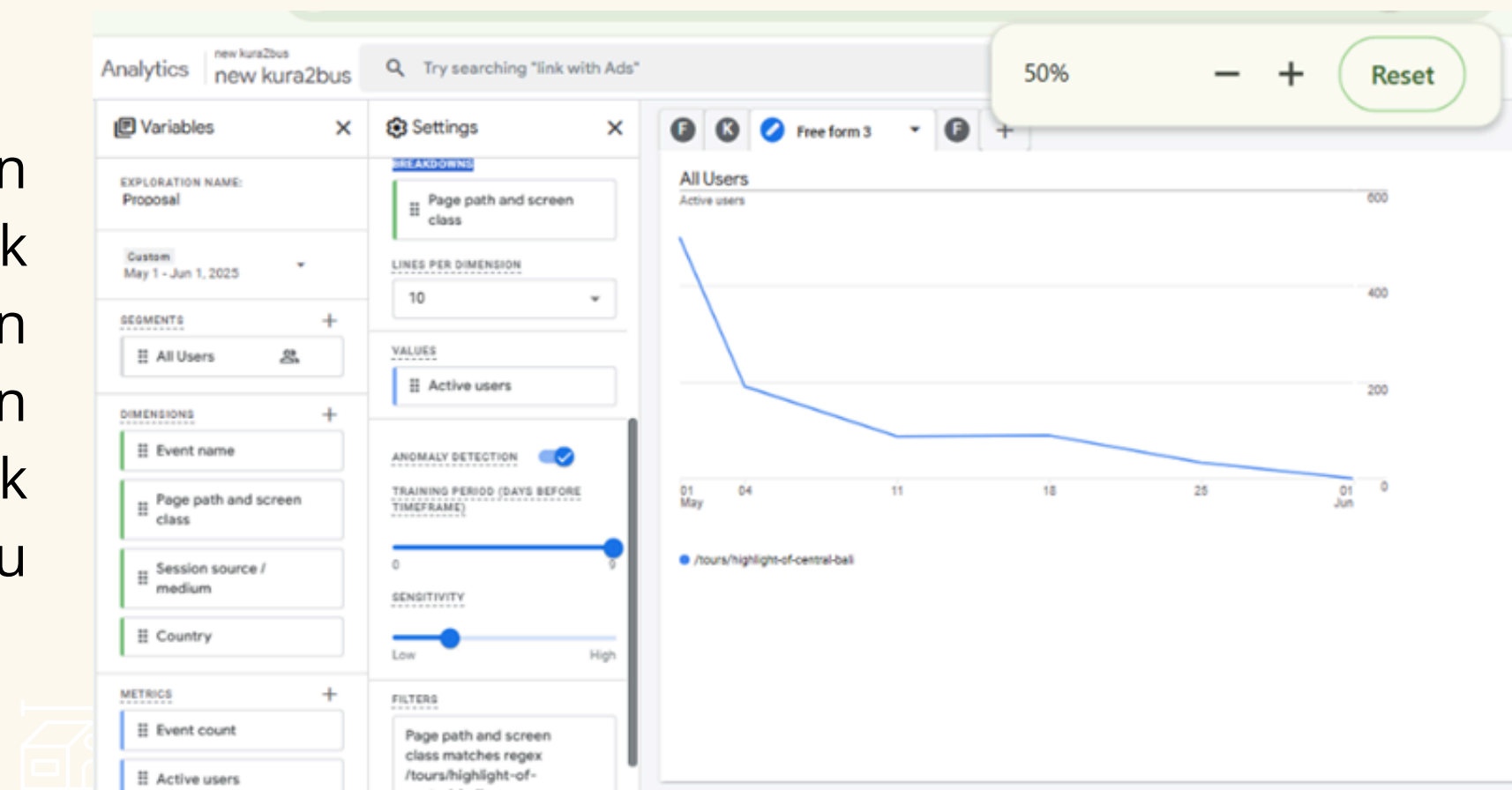
tahap Terakhir dari pengaturan laporan keseluruhan ini adalah menyetting metric. Metrics yang akan digunakan adalah *event count* dan *active user*



Mekanisme Pengumpulan Data

Konfigurasi Figure tren Trafik

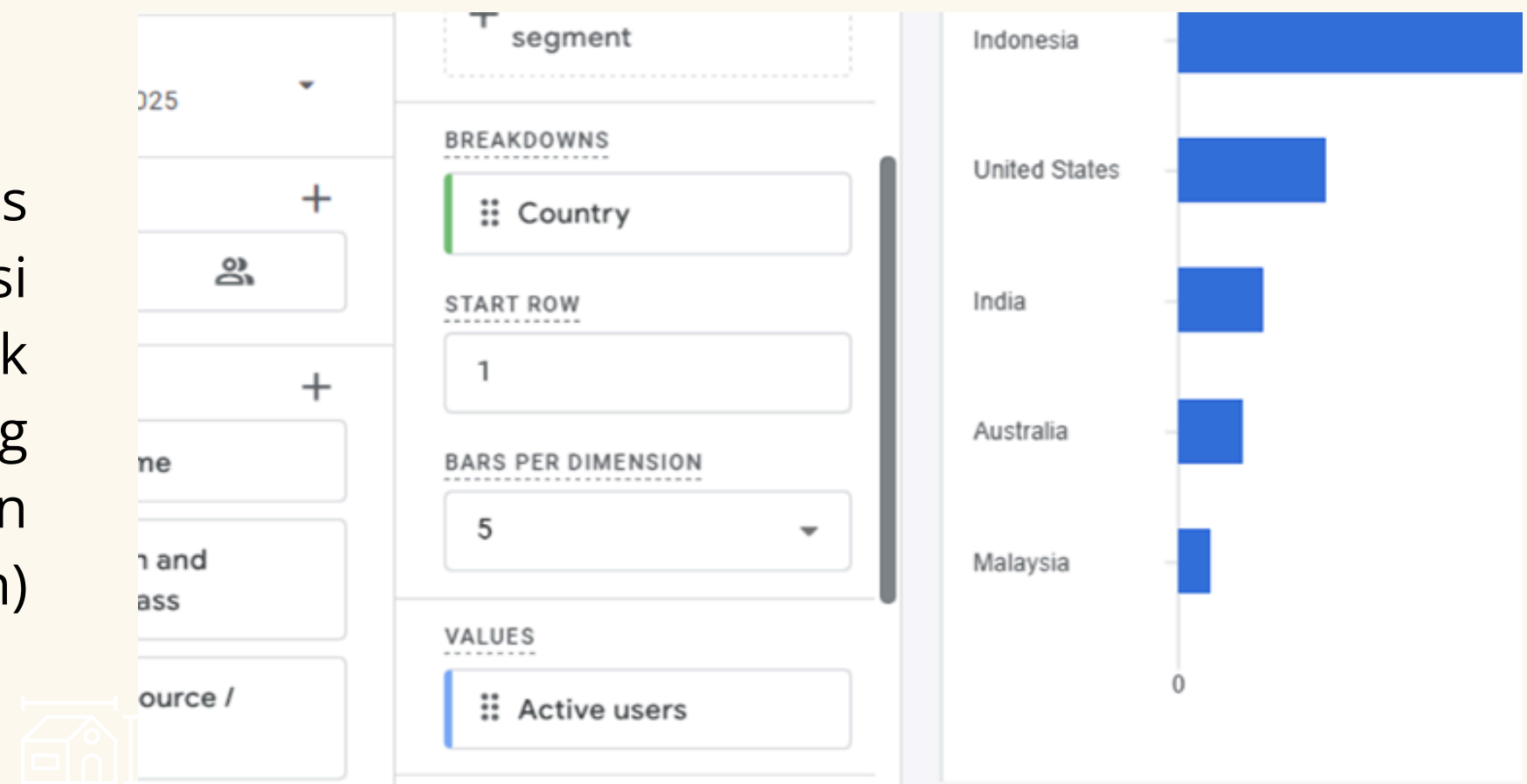
Konfigurasi Figure Tren Trafik Untuk menghasilkan visualisasi tren trafik, metrik Active Users akan ditarik ke bagian values. Pengaturan visualization akan diubah menjadi line chart (grafik garis), dan granularity akan diatur ke Week (Mingguan) untuk melihat pergerakan trafik dari minggu ke minggu selama periode penelitian.



Mekanisme Pengumpulan Data

Konfigurasi Figure Geografis

Bagian selanjutnya adalah konfigurasi figure geografis untuk menganalisis asal negara pengunjung, dimensi country akan ditarik ke bagian breakdowns dan metrik active users ditempatkan pada values. visualisasi yang digunakan adalah bar chart (diagram batang), dengan jumlah batang per dimensi (bars per dimension) diatur ke 5 untuk menampilkan lima negara teratas.

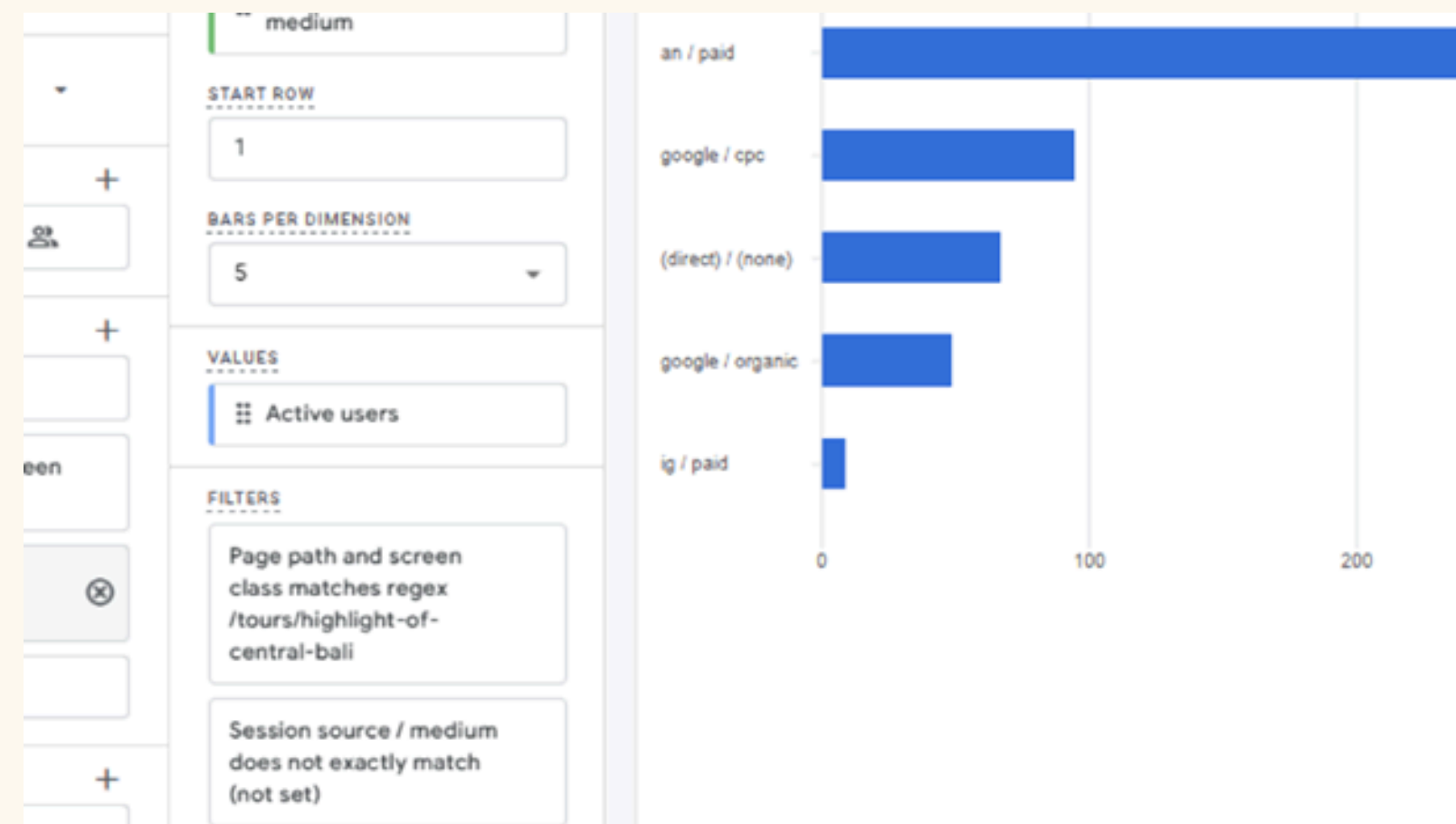




Mekanisme Pengumpulan Data

Konfigurasi Figure Sumber Trafik

Lalu konfigurasi Figure Sumber Trafik Untuk mengetahui darimana user mengunjungi halaman produk ini, dimensi Session source / medium akan ditarik ke bagian breakdowns dengan metrik Active users pada bagian values. Visualisasi yang digunakan adalah Bar chart. Sebuah filter tambahan khusus diterapkan pada laporan ini, yaitu Session source / medium dengan kondisi does not exactly match (not set), untuk mengecualikan trafik yang tidak teratribusi.

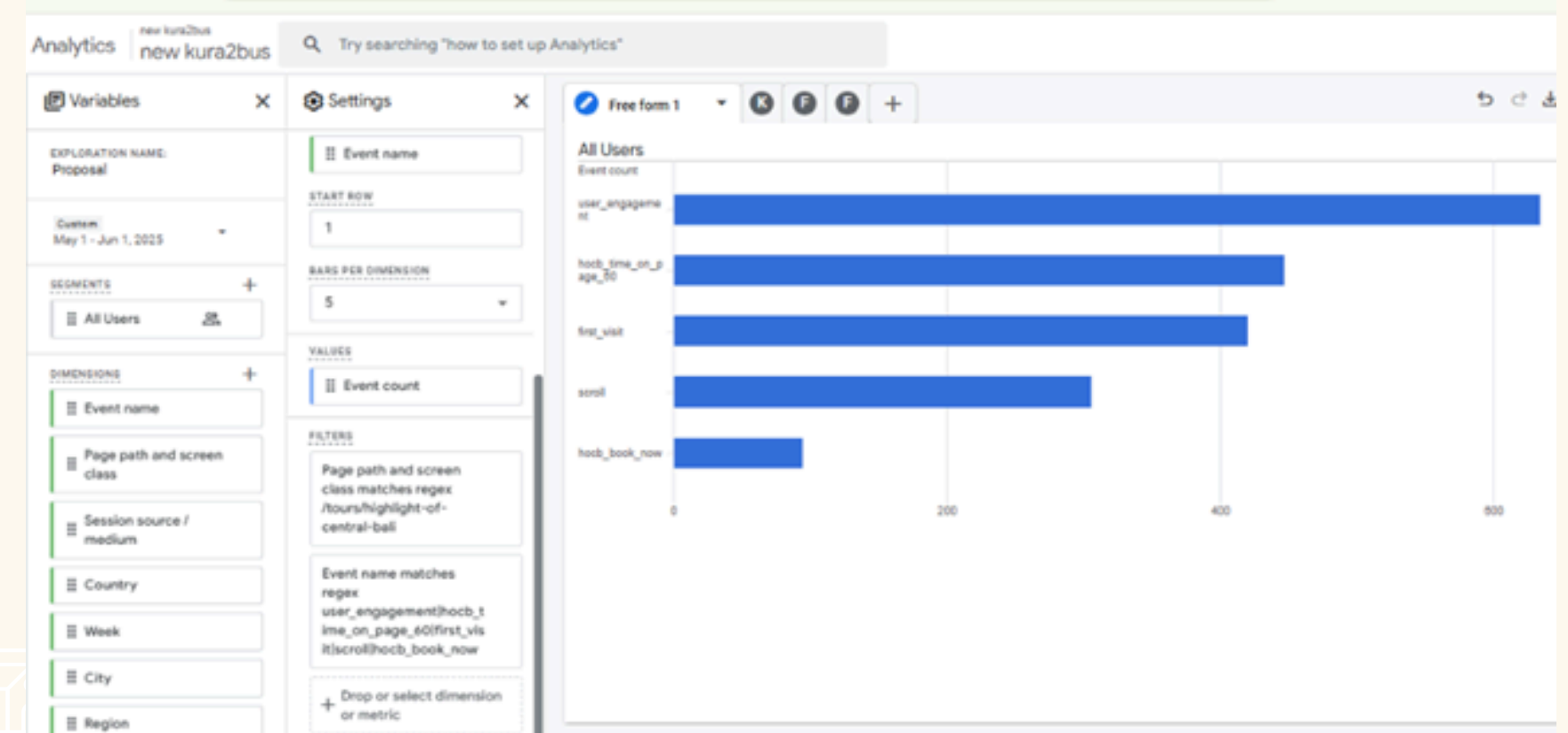




Mekanisme Pengumpulan Data

Konfigurasi Figure Event Tracking

Terakhir yaitu konfigurasi Figure Pelacakan Event Untuk menganalisis interaksi spesifik, dimensi Event name akan ditarik ke bagian breakdowns dengan metrik Event count pada values, menggunakan visualisasi Bar chart. Laporan ini menggunakan dua filter: filter Page path yang sudah dijelaskan, dan filter tambahan pada Event name dengan kondisi matches regex dan nilai user_engagement, Time_On_Page_60, first visit, scroll dan book_now untuk hanya menampilkan empat event kunci penelitian.



Mekanisme Analisis Data



Pengamatan Terhadap data kuantitatif Per figure

Tahap pertama adalah melakukan pengamatan terhadap data kuantitatif di masing masing figure. Hal ini bertujuan untuk mempersiapkan proses analisis tiap figure



Analisis secara Deskriptif Kuantitatif

Setelah itu Penulis akan melakukan analisis dan mendeskripsikan hasil analisis nya secara kuantitatif terhadap masing masing figure



Menyusun Deskripsi secara sintesis Naratif

Setelah membuat deskripsi per figure, semua deskripsi tersebut akan disusun dan dibuatkan alur logis guna menciptakan suatu narasi yang dapat digunakan untuk pemahaman dan perumusan insight serta rekomendasi



Merumuskan Insight untuk Rekomendasi dan Kesimpulan

Tahap Terakhir dari proses analisis ini adalah merumuskan suatu insight berdasarkan temuan data untuk membuat suatu rekomendasi dan kesimpulan yang relevan berdasarkan apa yang terjadi.



Terima Kasih