

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia menjadi salah satu daerah pariwisata yang cukup banyak diminati oleh turis asing untuk berwisata, karena memiliki keanekaragaman budaya, alam, sarana dan prasarana yang dibuat oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan. Sesuai dengan keputusan bapak Presiden RI, Joko Widodo yang telah menetapkan Pariwisata sebagai Leading Sector dimana seluruh Kementerian lainnya wajib mendukung keputusan tersebut. Hal ini juga diperkuat dengan hasil dari sektor unggulan pembangunan RKP tahun 2015-2019 dimana pada tahun 2015 pariwisata diperingkat ke-4 dan pada tahun 2019 mengalami peningkatan dimana pariwisata naik keperingkat ke-2 setelah industri pengolahan ke-1 dan pertanian berada diposisi ke-3.

Sektor Pariwisata memiliki peran yang sangat signifikan terhadap perekonomian di Indonesia. Pariwisata merupakan industri multi komponen, tidak dapat dilepaskan dengan sektor ekonomi lain. Tidak dapat dipungkiri bahwa adanya pandemi covid-19 yang terjadi tidak hanya berdampak pada sector sosial, sektor Pendidikan dan sektor ekonomi saja tetapi juga sektor pariwisata. Adanya kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) serta ditutupnya tempat-tempat rekreasi dan tempat hiburan yang ditujukan untuk menekan penyebaran covid-19 menyebabkan mobilitas masyarakat menurun, hal ini memberikan dampak ekonomi yang cukup besar terhadap sektor pariwisata salah satunya industri pariwisata yang menjadi dampak terkena imbasnya pandemi covid-19.

Industri pariwisata merupakan industri yang terdiri atas serangkaian perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa yang berbeda satu dengan yang lainnya. Perbedaan tersebut tidak hanya berupa jasa yang dihasilkan, tetapi juga dalam besarnya perusahaan, fungsi perusahaan, organisasi yang mengelola dan metode atau cara pemasaran. Biro Perjalanan Wisata merupakan salah satu bidang usaha dari industri pariwisata.

Euforia masyarakat terhadap pariwisata membuat industri pariwisata khususnya di bidang biro perjalanan wisata semakin lama semakin bertambah. Banyaknya orang yang melakukan perjalanan wisata tentu memerlukan pelayanan, hal ini yang menyebabkan banyak munculnya biro perjalanan wisata termasuk yang ada di kota Palembang. Bahkan bukan hanya ada satu bahkan lebih dari satu perusahaan Biro Perjalanan Wisata yang ada di kota Palembang dan berkembang dengan sangat cepat.

Palembang sendiri bukanlah kota pariwisata melainkan kota lintas wisata. Mengingat hal itu maka sangat potensial jika Kota Palembang dikembangkan menjadi tempat persinggahan dengan berbagai kegiatan, baik secara langsung maupun tidak langsung yang memiliki nuansa wisata, seperti tersedianya rumah makan khas Palembang, pusat jajanan daerah, hotel, tempat penjualan cinderamata, dan lain sebagainya. Mengingat dimana kota Palembang telah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata sebagai kota destinasi Sport Tourism yang pasti bakalan sering melakukan kegiatan olahraga baik berskala nasional maupun internasional. Sebagaimana yang kita ketahui bahwasanya Kota Palembang merupakan kota Pempek. Pempek merupakan makanan yang terbuat dari bahan ikan, tepung tapioka dan berbagai macam bumbu dan setelah dicampur bisa masuk ke tahap perebusan atau penggorengan setelah itu bisa dinikmati dengan kuah yang berciri khas dengan sebutan Cuko. Pempek yang enak membuat Palembang terkenal dengan sebutan Kota Pempek.

Sarana pendukung pariwisata sudah banyak di kota Palembang seperti sarana Hotel & Restoran, tempat rekreasi, dan juga perusahaan Travel Agent. Travel agent atau agen perjalanan wisata merupakan usaha jasa pemesanan sarana wisata dan pengurusan dokumen perjalanan. Travel agent memiliki tugas yaitu melengkapi macam-macam informasi bagi calon wisatawan daerah, pengurusan dokumen perjalanan, pakaian & perlengkapan yang harus dibawa untuk member sesuai waktu keuangan yang tersedia daerah tujuan yang baik, kendaraan yang digunakan serta akomodasi untuk menyediakan tiket langganan dalam bermacam-macam bentuk transportasi yang diinginkan dan mengurus barang yang dibawa serta memilih akomodasi hotel.

Dalam ikut mengembangkan pariwisata di kota Palembang, banyak Perusahaan biro perjalanan yang bermunculan. Tersedianya perusahaan Biro Perjalanan Wisata di Kota Palembang merupakan hal yang utama dalam mengembangkan pariwisata. Baik perusahaan yang kecil maupun perusahaan besar sekalipun. Lebih jelasnya Biro Perjalanan Wisata merupakan industri pariwisata yang bergerak dibidang pelayanan jasa perjalanan wisata. Banyaknya usaha biro perjalanan wisata disuatu kota, sehingga menimbulkan persaingan bisnis yang ketat pada Biro perjalanan dalam mendapatkan konsumen. Salah satu Perusahaan Biro Perjalanan Wisata yang ada di kota Palembang yaitu Perusahaan Travelogin yang berada di Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 3 RT.19 RW.07, Tangga Takat, Simpang Tiga, Kec. Seberang Ulu II, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Perusahaan ini juga yang sampai saat ini masih tetap konsisten meskipun masih dalam tahap new normal.

PT. Travelogin Tour and Travel adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa biro perjalanan wisata. PT. Travelogin Tour and Travel menyediakan dan melayani tour Domestik dan Mancanegara serta paket umroh, kegiatan Gathering, pemesanan tiket pesawat baik penerbangan domestik ataupun mancanegara. PT. Travelogin Tour and Travel, sebagai usaha biro perjalanan wisata yang ikut bersaing dalam industri perjalanan wisata. Kreativitas sangat dibutuhkan dalam hal persaingan ini, selain memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen juga berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk perkembangan usahanya agar tetap bertahan apalagi ditambah dengan pandemi Covid-19.

Pemasaran dapat dilihat sebagai alat manajemen yang diharapkan dapat membantu perusahaan mampu tetap tumbuh dan berkembang secara professional. Untuk menghadapi hal itu PT. Travelogin Tour and Travel perlu memiliki strategi pemasaran yang tepat dan efektif serta mengikuti peraturan protocol Kesehatan yang sesuai agar kelangsungan hidup perusahaan dapat terjaga.

Pada saat penulis melakukan penelitian (observasi langsung), penulis mengamati strategi pemasaran yang dilakukan seperti: Kerjasama dengan sektor lain yang membutuhkan biro perjalanan dan dibantu dengan periklanan, penjualan

langsung, dan yang paling diutamakan itu ialah hubungan masyarakat. Strategi pemasaran ini penulis rasa sangat efisien karena di satu sisi sudah banyaknya konsumen yang menggunakan online travel agent, disisi lain dampak nya dari pandemi yang mengakibatkan menurunnya penjualan.

Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut penelitian dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Paket Wisata Di Travelogin Masa Pandemi Covid-19”

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Strategi Bauran Pemasaran apa yang digunakan PT. Travelogin Tour and Travel dalam meningkatkan penjualan paket wisata di Masa Pandemi Covid-19?
2. Kendala apa yang dihadapi PT. Travelogin Tour and Travel dalam pelaksanaan strategi bauran pemasaran di masa pandemi, dan apa solusi yang dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut?

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, Penulis membatasi ruang lingkup dalam pembahasan agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian, yaitu pada Strategi Bauran Pemasaran Paket Wisata PT. Travelogin di Masa Pandemi Covid-19.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi bauran pemasaran di PT. Travelogin Tour and Travel dalam meningkatkan penjualan paket wisata Masa Pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui kendala apa yang dihadapi PT. Travelogin Tour and Travel disaat pandemi seperti sekarang dan solusi apa yang diambil dalam mengatasi masalah tersebut

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan paket wisata di masa pandemi covid-19.
2. Untuk menjadi bahan dan referensi para pembaca dan almamater.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Agar penulisan kertas karya ini tersusun secara sistematis, penulis membaginya kedalam lima bab. Dimana masing-masing bab menjelaskan topik yang berbeda-beda sesuai dengan judul yang tercantum pada setiap bab yang akan diuraikan. Adapun sistematika penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang pendahuluan yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini akan membahas pengertian strategi bauran pemasaran, bauran pemasaran, biro perjalanan wisata, dan analisis SWOT.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan ruang lingkup penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, populasi dan sampel.

### **BAB IV : PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang hasil dari observasi, wawancara, kuesioner serta menjelaskan strategi apa yang dapat digunakan untuk pemasaran paket wisata di PT. Travelogin.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari pembahasan penelitian serta saran yang sifatnya membangun untuk perusahaan, dan adik tingkat sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya.