

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata menjadi aspek penting bagi eksistensi suatu Negara Nasional maupun Internasional. Perkembangan sector pariwisata yang secara pesat di Indonesia saat ini menjadi bukti keberhasilan yang dilakukan oleh pemerintah di Indonesia. Indonesia, 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 sector unggulan pembangunan RKP tahun 2015-2019 dimana pada tahun 2015 pariwisata diperingkat ke-4 dan pada tahun 2019 mendalami peningkatan dimana pariwisata naik keperingkat ke-2 setelah industry pengolahan ke-1 dan pertanian berada diposisi ke-3. Indonesia merupakan salah satu tujuan traveling di dunia. Indonesia umumnya memiliki kekayaan bahari yang sangat berlimpah, di Indonesia ini sudah mencakup kehidupan sekitar 28 ribu species flora, 350 ribu species fauna, 110 ribu species mikroba dan 600 species trumbu karang. Data tersebut kita bisa mengetahui bahwa perusahaan biro perjalanan wisata dapat berjalan dengan baik. Setiap biro perjalanan wisata selalu memiliki berbagai macam paket wisata yang dipilih oleh para wisatawan, (Situmeang,2018:109).

Sektor pariwisata memiliki peran yang sangat signifikan terhadap perekonomian di Indonesia. Pariwisata merupakan industri multi komponen, tidak dapat dilepaskan dengan sector ekonomi lain. Tidak dapat dipungkiri bahwa adanya pandemic covid-19 yang terjadi

tidak hanya berdampak pada sector sosial, sector pendidikan dan sector ekonomi saja tetapi juga sector pariwisata. Adanya kebijakan pembatasan sosial bersekala besar (PSBB) serta ditutupnya tempat-tempat rekreasi dan tempat hiburan yang ditunjukkan untuk menghentikan penyebaran covid-19 menyebabkan mobilitas masyarakat menurun, hal ini memberikan dampak ekonomi yang cukup besar terhadap sector pariwisata salah satunya industry pariwisata yang menjadi dampak terkena imbasnya pandemic covid-19 (Eriyanto,2019 dan Van Dijk,2019).

Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu usaha. Pemasaran merupakan kunci keberhasilan suatu usaha, jadi diperlukannya strategi dalam melakukan pemasaran yaitu 4P (*Product, Price, Promotion, Place*). Promosi adalah suatu aktivitas yang dilakukan yang bertujuan mengenalkan suatu produk kepada konsumen, namun pada tahap ini promosi membutuhkan biaya yang besar. Namun saat ini hal tersebut dapat diatasi dengan melakukan promosi melalui media digital yang menggunakan biaya lebih murah dibandingkan melalui promosi secara konvensional.

Penerapan digital marketing pada suatu perusahaan adalah bertujuan untuk mendongkrak penjualan produk dan meningkatkan brand awereness. Febriyantoro, et al., (2018) melakukan penelitian mengenai pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi asean. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *digital marketing* dapat membantu menginformasikan produk dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan *brand awereness*.

Palembang merupakan Sumatera Selatan yang tidak banyak diketahui memiliki tempat wisata. Tempat wisata yang dapat dikunjungi bisa berupa tempat berbelanja, budaya, kuliner dan religi. Wisatawan

yang datang ke Palembang tentunya memiliki tujuan wisata yang berbeda setiap kunjungannya. Hal ini menyebabkan Palembang dapat didatangi oleh wisatawan pada akhir minggu atau libur sekolah. Adanya alasan tersebut, peluang bagi pengusaha terbuka untuk membuat bisnis tour and travel di Palembang PT Sahabat Tour Travel merupakan salah satu tour and travel yang membuka paket wisata di Kota Palembang dengan cara menyediakan paket wisata dengan opsi banyak tempat dan lamanya perjalanan. Paket wisata standar yang disediakan merupakan paket-paket yang sering digunakan untuk wisatawan yang pertama kali berkunjung ke Kota Palembang, dengan menyediakan tempat-tempat wisata yang terkenal di Palembang. Namun, banyak wisatawan yang sudah pernah beberapa kali ke Palembang dengan tujuan bertamu ke tempat kerabat/keluarga belum mengunjungi tempat-tempat wisata yang tersedia di Kota Palembang. Dengan adanya pembuatan paket wisata Inbond Kota Palembang ini diharapkan dapat menarik banyak wisatawan luar untuk berkunjung ke Kota Palembang.

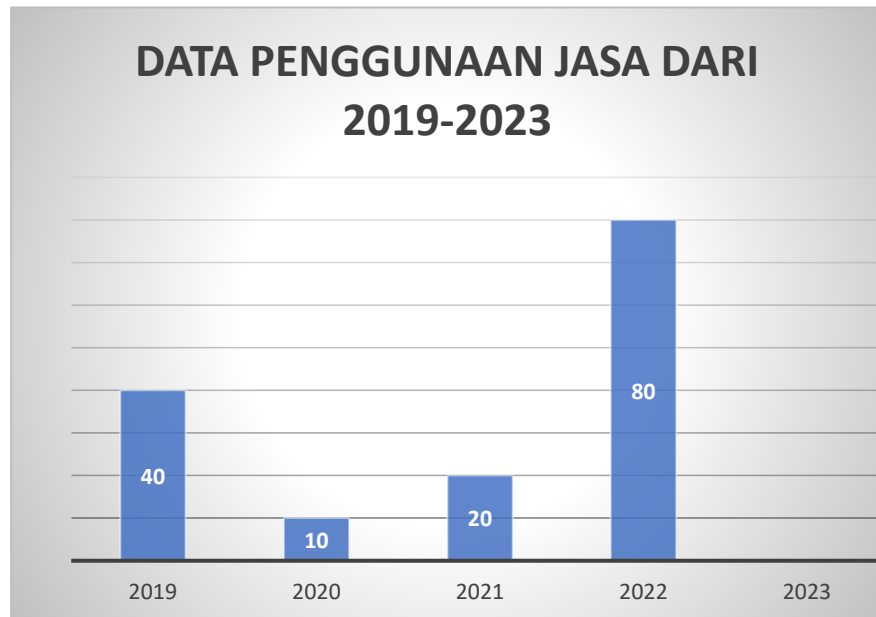
Pembuatan paket wisata ini memiliki banyak aspek yang harus diperhatikan agar dapat memenuhi permintaan *customer*. Sedangkan pada saat ini permintaan *customer* masih belum dapat terpenuhi. Selain itu, pihak *customer* juga menginginkan daftar paket wisata langsung didapatkan setelah mereka melakukan request sedangkan pada saat ini pihak PT. Sahabat Tour Travel belum dapat memenuhi hal itu karena team PT. Sahabat Tour Travel membutuhkan waktu sekitar 8 jam untuk setiap pembuatan paketnya.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan lebih tepatnya terdapat penyampaian jasa, Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting dalam memuaskan pelanggan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi suatu perusahaan.

PT. Sahabat Tour travel Palembang adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata khususnya dibidang perencanaan dan perjalanan wisata. Sistem pemasaran perusahaan ini menggunakan sistem sosialisasi kerjasama dan melalui media sosial untuk menyebar luaskan apa yang di jual oleh PT. Sahabat Tour Travel ini.

Permasalahan ini dapat diselesaikan dengan adanya alat bantu dalam memberikan rekomendasi yang membantu PT. Sahabat Tour Travel dalam pembuatan paket wisata sehingga dapat memenuhi permintaan *customer*. Salah satu solusinya adalah dengan adanya penggunaan sistem informasi yang memberikan rekomendasi mengenai tempat-tempat wisata sehingga dapat membantu PT. Sahabat Tour Travel. Diharapkan dengan adanya sistem informasi permintaan wisatawan terpenuhi oleh pihak tour.

PT. Sahabat Tour Travel selalu melakukan sosialisasi ke instansi-instansi dan lembaga untuk menawarkan paket-paket wisata yang sudah disiapkan. Target pemasaran PT. Sahabat Tour Travel ini lebih focus ke perjalanan Lembaga Pendidikan baik itu Mahasiswa, guru, dosen mauoun siswa. Hanya menyelenggarakan perjalanan wisata tapi PT. Sahabat Tour Travel juga memberikan layanan berupa Reservasi tiket domestic berupa Hotel, Bus, tiket Pesawat dan pembuatan paket wisata.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Jasa PT Sahabat Tour Travel Palembang Tahun 2019-2023

Sumber : PT Sahabat Tour Travel Palembang (2023)

Dapat dilihat dari gambar 1.1 , bahwa jumlah pengguna paket wisata PT. Sahabat Tour Travel mengalami penurunan pertama pada tahun 2020 mengalami penurunan yang dapat terbilang cukup besar , hal ini diakibatkan oleh adanya pandemic covid-19, karena pandemic ini sector pariwisata tidak dapat berjalan dan juga mengalami perubahan-perubahan peraturan layaknya Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB), dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan jumlah pengguna jasa yang diakibatkan oleh kerjasama-kerjasama yang sudah dilakukan oleh PT. Sahabat Tour Travel kepada instansi-instansi sebelumnya serta melakukan pemasaran kepada masyarakat umum.

Setiap paket wisata yang ada di dalam biro perjalanan wisata pasti telah di rencanakan dan disusun dengan baik agar paket wisata yang akan diberikan atau di tawarkan kepada wisatawan dapat dinikmati dan memberikan kesan positif. Dari dari penjelasan diatas,

maka penulis tertarik untuk membahas tentang paket wisata dan pemasarannya melalui digital marketing dengan judul “ Perencanaan Paket Wisata Inbond pada PT. Sahabat Tour Travel “

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas penulis dapat menyimpulkan rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana Perencanaan Paket Wisata Inbound untuk berlibur di Palembang pada PT. Sahabat Tour Travel.

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah, fokus dan menghindari pembahasan terlalu luas, maka penulis perlu untuk membatasinya. Batasan masalah dari penelitian ini yaitu perencanaan paket wisata inbound yang berfokus di daerah Palembang.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk merencanakan paket wisata Palembang pada PT. Sahabat Tour Travel
2. Untuk mempromosikan dan mengembangkan paket wisata di Kota Palembang.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis yang bisa di dapat dari penelitan ini diantaranya adalah:

1. Meningkatkan jumlah wisatawan yang menggunakan jasa PT. Sahabat Tour Travel untuk melakukan perjalanan wisata.
2. Penelitian ini bermanfaat bagi penelitian untuk meningkatkan kemampuan mengkaji, mengidentifikasi, dan membuat produk berupa pemasaran paket melalui media digital.

### **1.5.2 Manfaat Teoristis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media yang informative bagi pembaca untuk meningkatkan wawasan mengenai perencanaan paket wisata. Serta juga diharapkan bisa menjadi sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoristis dipelajari di lingkungan perkuliahan.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah membaca melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada laporan skripsi ini, maka di buatlah sistematika penelitian sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

- 1.1 Latar Belakang Masalah
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Batasan Masalah
- 1.4 Tujuan Penelitian
- 1.5 Manfaat Penelitian
- 1.6 Sistematika Penulisan

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

- 1.1 Teori Perencanaan
- 1.2 Teori Geografi
- 1.3 Teori Paket Wisata
- 1.4 Teori Perencanaan Paket Tour
- 1.5 Teori Perencanaan Biaya Wisata
- 1.6 Teori Peramalan
- 1.7 Kerangka Berfikir
- 1.8 Hipotesis Penelitian
- 1.9 Penelitian Terdahulu

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

- 3.1 Jenis Penelitian
- 3.2 Lokasi Penelitian

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.5 Teknik Analisis Data

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Penelitian

4.2 Deskripsi Data

4.3 Hasil Penelitian

4.4 Pembahasan

#### BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran