

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi dan perubahan lingkungan yang cepat, mengharuskan perusahaan untuk secara terus-menerus memantau dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar. Perusahaan lebih kreatif dalam merancang dan memutuskan misi dan strategi pemasaran yang akan diterapkan di lapangan untuk bisa mengantisipasi berbagai macam perubahan yang akan terjadi, serta dapat berkompetisi dan bergerak searah dengan keinginan konsumen, karena pada dasarnya fungsi perusahaan adalah memproduksi barang dan jasa yang diterima konsumen sekaligus dapat memenuhi keinginan konsumen, dengan tujuan memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan dan untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran terhadap produk dan jasa yang dihasilkannya. (Wijaya, 2013: 1)

Pemasaran suatu kegiatan usaha untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Pemasaran ini kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar terus agar bisa terus berkembang dan memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016: 7), pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Di dalam memasarkan suatu produk atau jasa terdapat persaingan antar perusahaan, maka dari itu perlu adanya strategi yang baik dalam melakukan kegiatan pemasaran.

Menurut Jauch dan Gleuck (Amirullah, 2015:5), strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui

pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Strategi yang jelas dan tegas dapat membuat perkiraan terhadap perubahan lingkungan secara cepat dan tepat, yang menyangkut tentang lingkungan internal dan eksternal perusahaan sehingga dapat mengambil tindakan lebih cepat terhadap perubahan yang terjadi. Salah satu usaha atau industri yang saat ini sedang berkembang yaitu industri pariwisata.

Industri pariwisata ini merupakan kumpulan macam-macam perusahaan perusahaan yang secara bersama-sama menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa (*good and service*) yang dibutuhkan wisatawan khususnya dan *traveller* pada umumnya selama dalam perjalanannya. Industri pariwisata saat ini telah berkembang dengan pesat di berbagai Negara dan menjadi sumber devisa yang cukup besar. Di Indonesia pariwisata menjadi suatu bukti keberhasilan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah karena perkembangannya semakin meningkat. Perkembangan ini terus dilakukan karena pariwisata merupakan hal yang dapat dijadikan wadah serta saran dalam memperkenalkan keindahan alam, kebudayaan, dan kepribadian bangsa Indonesia yang beraneka ragam serta unik kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Ini menjadi tolak ukur bahwa pendapatan masyarakat juga semakin tinggi, sehingga banyak di antara mereka yang melakukan perjalanan wisata didalam maupun luar negeri.

Palembang merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang saat ini mulai berkembang dan sebagai salah satu kota di Indonesia yang sering menjadi tuan rumah dalam penyelenggaraan kegiatan berskala nasional maupun internasional. Sebagai salah satu tujuan wisata, pemerintah memberikan perhatian khusus dalam pengembangan pariwisata di Palembang. Pengembangan pariwisata di Palembang mengalami peningkatan hal ini dapat dilihat dari berkembangnya dan bertambahnya sarana dan prasarana pariwisata seperti akomodasi, transportasi, biro perjalanan wisata, hiburan, komunikasi, dan atraksi wisata. Perkembangan jumlah usaha perjalanan wisata yang ada di Palembang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Pertumbuhan Usaha Jasa Perjalanan Wisata
Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2012-2016

No	Kabupaten/ Kota	Tahun				
		2012	2013	2014	2015	2016
1	Palembang	131	170	220	230	230
2	Ogan Ilir	-	-	-	2	2
3	OKI	-	-	-	-	1
4	Muara Enim	-	-	-	-	16
5	OKU	-	5	7	12	12
6	OKU Selatan	-	-	-	-	1
7	OKU Timur	-	-	-	-	1
8	Prabumulih	4	4	4	6	6
9	Empat Lawang	-	-	-	-	1
10	MUBA	1	1	-	-	5
11	Banyuasin	-	-	-	-	1
12	Musi Rawas	-	-	-	-	1
13	Lahat	-	-	-	-	1
14	Pagar Alam	-	-	-	-	1
15	Lubuk Linggau	4	4	4	6	6
16	Muaratara	-	-	-	-	1
17	PALI	-	-	-	-	1
Total		140	184	235	256	277

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017

Tabel 1.1 menunjukkan usaha perjalanan wisata yang ada di provinsi Sumatera Selatan mengalami perkembangan mulai dari tahun 2012 hingga 2016 khususnya kota Palembang. Usaha perjalanan wisata disini yaitu biro perjalanan wisata yang berperan sebagai penyedia jasa bagi wisatawan yang akan melakukan perjalanan ke kota Palembang. Kegiatan perjalanan wisata tidak terlepas dari yang namanya biro perjalanan wisata yang menjadi perantara antara wisatawan dan pengusaha industri pariwisata di lain pihak. Semakin banyaknya usaha perjalanan wisata yang ada di Palembang maka semakin tinggi juga tingkat persaingan antar usaha biro perjalanan.

Biro perjalanan adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama

untuk berwisata (Utama, 2017: 3). Menurut Yoeti (Ramadhani, 2012: 3), ruang lingkup kegiatan usaha biro perjalanan terdiri dari:

1. Membuat, menjual dan menyelenggarakan paket wisata
2. Mengurus dan melayani kebutuhan jasa angkutan bagi perorangan dan atau kelompok orang yang diurusnya.
3. Melayani pemesanan akomodasi, restoran dan sarana wisata lainnya
4. Mengurus dokumen perjalanan
5. Menyenggarakan panduan perjalanan wisata
6. Melayani penyelenggaraan konvensi

Biro perjalanan wisata bertindak sebagai penghubung antara konsumen (wisatawan) dan pihak *Vendor* atau penyedia jasa yang meliputi hotel, restoran, transportasi dan pihak pengelola objek wisata. Biro perjalanan ini menawarkan jasanya untuk mempermudah wisatawan yang ingin melakukan perjalanan wisata. Kegiatan di dalam biro perjalanan tidak terlepas dari penjualan paket wisata yang akan ditawarkan kepada wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata. Menurut Suyitno (Tarigan, 2015: 23) paket wisata sebagai suatu rencana atau acara perjalanan wisata yang tersusun secara tepat, dengan harga tertentu yang telah termasuk pula biaya-biaya untuk transfer atau pengangkutan, fasilitas akomodasi atau hotel, serta drama wisata di kota, objek-objek wisata dan atraksi-atraksi yang tercantum dalam acara itu.

Menurut penelitian dalam buku Yoeti yang pernah dilakukan di beberapa Negara yang telah maju, kira-kira 70% dari orang-orang yang melakukan perjalanan jauh atau berwisata adalah melalui penggunaan paket wisata yang di tawarkan oleh biro perjalanan. Salah satu asosiasi yang merupakan kumpulan biro perjalanan wisata yaitu ASITA, berikut daftar biro perjalanan yang termasuk anggota ASITA di Sumatera Selatan yaitu:

Tabel 1.2
Daftar Biro Perjalanan Anggota ASITA Sumatera Selatan

No	Nama Biro Perjalanan	Alamat
1	PT Carmeta Tour and Travel	JL. Dempo Luar, No. 29 – 30
2	PT Sriwijaya Mega Wisata	Jalan Jenderal Sudirman No.75
3	PT Anugerah Wisata	Komplek Hotel Anugerah, Jl. Jend. Sudirman No.149/2
4	PT Dwidaya World Wide	Jl. POM IX Lorok Pakjo, Palembang Mall Palembang Icon Lantai 2
5	PT Astro Holidays	JL Jenderal Sudirman, No. 1158

Sumber: PT Sriwijaya Mega Wisata Tahun 2017

Berdasarkan tabel 1.2 merupakan beberapa biro perjalanan yang telah menjadi anggota ASITA yang merupakan asosiasi biro perjalanan. Salah satu syarat yang harus di penuhi untuk menjadi anggota ASITA perusahaan biro perjalanan tersebut harus berbentuk PT (Perseroan Terbatas). PT Sriwijaya Mega Wisata merupakan salah satu anggota ASITA yang aktif dalam berbagai kegiatan mengenai biro perjalanan. Berkembangan jumlah biro perjalanan yang ada di Palembang, memberikan penawaran yang berbeda pada setiap paket wisata pada suatu daerah. Berikut daftar harga paket wisata pada beberapa biro perjalanan yang ada di Palembang, yaitu:

Tabel 1.3
Daftar Harga Paket Wisata

No	Paket Wisata	Harga	Durasi
1	Carmeta Tour and Travel		
	-Paket Bali	Rp 3.876.000	4 Hari 3 Malam
	-Paket Bangkok	Rp 2.750.000	4 Hari 3 Malam
2	Mega Wisata		
	-Paket Bali	Rp 1.755.000	4 Hari 3 Malam
	-Paket Bangkok	Rp 4.023.000	4 Hari 3 malam
3	Anugerah Tour and Travel		
	-Paket Bali	Rp 1.950.000	4 Hari 3 Malam
	-Paket Bangkok	Rp 4.300.000	4 Hari 3 Malam
4	Dwidaya Tours		
	-Paket Bali	Rp 2.970.000	4 Hari 3 Malam
	-Paket Bangkok	Rp 2.175.000	4 Hari 3 Malam
5	Astro Holidays		
	-Paket Bali	Rp 2.250.000	4 Hari 3 Malam
	-Paket Bangkok	Rp 3.400.000	4 Hari 3 Malam

Sumber: Setiap Biro Perjalanan bersangkutan 2017

Tabel 1.3 merupakan daftar harga beberapa paket wisata domestik dan internasional dari masing-masing biro perjalanan yang merupakan sebagian dari anggota yang terdaftar di organisasi ASITA. Perbedaan harga yang ditawarkan oleh setiap biro perjalanan menjadikan persaingan antar biro perjalanan dalam memasarkan paket wisata kepada konsumen. Daftar harga yang di tawarkan oleh setiap biro perjalanan berbeda-beda hal ini biasa terjadi karena penggunaan hotel yang berbeda, lama atau singkatnya durasi perjalanan, serta fasilitas yang di dapat oleh penggunaan paket wisata pada saat melakukan perjalanan wisata.

Salah satu biro perjalanan wisata yang ada di Palembang yaitu PT Sriwijaya Mega Wisata. Seperti biro perjalanan pada umumnya, PT Sriwijaya Mega Wisata bergerak dalam bidang jasa, khususnya jasa perjalanan wisata. Untuk mendukung usahanya, maka PT Sriwijaya Mega Wisata memiliki fasilitas sebagai penunjang terlaksana nya usaha tersebut. Adapun ruang lingkup kegiatan usaha dari PT Sriwijaya Mega Wisata meliputi: penjualan paket *tour* baik dalam maupun luar negeri, paket *inbound* maupun *outbond*, pelayanan pemesanan akomodasi, dan sarana wisata lainnya. Paket yang

ditawarkan oleh PT Sriwijaya Mega Wisata ini berbagai macam dan berbagai tujuan yang diinginkan oleh wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata. Hasil observasi yang dilakukan dibagain penjualan paket wisata, paket wisata yang ditawarkan PT Sriwijaya Mega Wisata merupakan penawaran jasa perjalanan yang telah lama berdiri serta melakukan kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata dan banyak digunakan oleh para wisatawan yang melakukan perjalanan ke Palembang dan telah memperoleh segmen pasar tersendiri. Berikut beberapa daftar paket wisata PT Sriwijaya Mega Wisata, yaitu:

Tabel 1.4
Paket Wisata Pada PT Sriwijaya Mega Wisata

No	Paket Wisata	Harga	Durasi
1	Paket Bangka	Rp. 2.700.000	3 Hari 2 Malam
2	Paket Belitung	Rp. 1.695.000	3 Hari 2 malam
3	Paket Pulau Tidung	Rp. 755.000	2 Hari 1 Malam
4	Paket Bali	Rp. 1.755.000	4 Hari 3 Malam
5	Paket Singapore (Legoland)	Rp. 4.950.000	4 Hari 3 Malam
6	Paket Bangkok Pattaya	Rp. 4.023.000	4 Hari 3 Malam
7	Paket Korea Selatan (Seoul)	Rp. 5.995.000	4 Hari 3 Malam
8	Paket Beijing	Rp. 6.180.000	4 Hari 3 Malam

Sumber: PT Sriwijaya Mega Wisata Tahun 2017

Pada tabel 1.4 merupakan paket wisata yang disediakan oleh PT Sriwijaya Mega Wisata yang terdiri dari paket domestik dan paket internasional. Namun berdasarkan wawancara dengan *general manager* PT Sriwijaya Mega Wisata paket yang disediakan bersifat *ready* dan *tailor*, artinya para wisatawan yang akan melakukan kegiatan perjalanan kesuatu tempat dapat memilih dan meminta tujuan wisata sesuai keinginan. Hal ini menjadi kelebihan yang ditawarkan Mega Wisata terhadap penjualan paket wisata yang ada .

Persaingan antar biro perjalanan yang semakin ketat dalam pasar menjadi ancaman, mengharuskan PT Sriwijaya Mega Wisata untuk melakukan analisis strategi pemasaran yang sesuai untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan berbagai analisis tahapan dan alat-alat analisis yang ada

dalam strategi pemasaran. Dalam meningkatkan penjualan paket wisata serta mengatasi persaingan antar biro perjalanan PT Sriwijaya Mega Wisata maka dilakukan analisis yang berkaitan dengan peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan oleh biro perjalanan guna memajukan usahanya. Strategi terhadap lingkungan eksternal dapat ditetapkan dengan mengetahui apa yang menjadi ancaman (*threats*) dan apa yang menjadi peluang (*opportunities*) bagi perusahaan. Setelah mengetahui lingkungan eksternal yang dihadapi maka analisis lingkungan internal perlu dilakukan guna mengetahui apa yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan apa yang menjadi kelemahan (*weaknesses*) dari perusahaan.

Dengan demikian PT Sriwijaya Mega Wisata selalu dapat beradaptasi dengan lingkungannya sehingga upaya untuk mencapai tujuan perusahaan senantiasa akan dapat dicapai. Mengantisipasi ancaman-ancaman yang mungkin terjadi di masa depan dapat menghambat keberhasilan usaha, untuk mengantisipasinya maka diperlukan strategi analisis SWOT yang merupakan alat yang dapat merumuskan strategi perusahaan yang didasarkan pada kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Berdasarkan dari tinjauan latar belakang masalah dan pentingnya strategi pemasaran dalam suatu perusahaan maka penulis memilih judul “**Analisis Strategi Pemasaran Paket Wisata Pada PT Sriwijaya Mega Wisata**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu:

“Bagaimana analisis lingkungan internal dan eksternal terhadap strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Sriwijaya Mega Wisata dalam menghadapi persaingan antar biro perjalanan?”

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah dalam pembahasan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada yaitu tentang analisis strategi pemasaran dan paket wisata berdasarkan analisis SWOT guna mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan acaman pada PT Sriwijaya Mega Wisata.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan acanaman PT Sriwijaya Mega Wisata dalam menghadapi persaingan antar biro perjalanan.
2. Mengetahui alternatif strategi atau strategi yang paling tepat digunakan dalam upaya mengatasi dan menghadapi persaingan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tentang pemasaran pada mata kuliah pemasaran sehingga dapat menambah wawasan berpikir mahasiswa, serta menjadi referensi untuk melakukan penyusunan skripsi yang serupa.

2. Bagi Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi PT Sriwijaya Mega Wisata didalam mempertimbangkan kebijakan dalam strategi pemasaran paket wisata, serta dapat dijadikan bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan, khususnya bagi pemerintah dan masyarakat.

3. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun skripsi secara lebih baik dan benar.