

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia, dengan lebih dari 17.000 pulau, di mana sekitar 7.000 di antaranya dihuni. Pulau-pulau utama Indonesia meliputi Kalimantan, Jawa, Sulawesi, Sumatra, dan Papua. Selain itu, terdapat pulau-pulau kecil yang populer di kalangan wisatawan, seperti Bali, Karimunjawa, Gili, dan Lombok. Ibu kota negara ini, Jakarta, terletak di pulau Jawa. Secara geografis, pulau-pulau Indonesia terletak antara $5^{\circ}54'08''\text{LU}$ hingga $11^{\circ}08'20''\text{LS}$ dan $95^{\circ}00'38''$ hingga $141^{\circ}01'12''\text{BT}$. Beberapa pulau berada di garis khatulistiwa, menyebabkan durasi siang dan malam yang sama yaitu 12 jam. Berdasarkan wilayah geografis, Indonesia dibagi menjadi tiga zona waktu: WIB (Waktu Indonesia Barat), WITA (Waktu Indonesia Tengah), dan WIT (Waktu Indonesia Timur), dengan perbedaan waktu yang bisa mencapai 8 jam antar pulau.²

Pariwisata di Indonesia adalah bagian krusial dari ekonomi nasional. Dengan kekayaan alam, budaya, dan warisan unik yang melimpah, sektor ini menawarkan nilai tambah yang patut kita pertahankan dan kembangkan. Pariwisata memainkan peran vital dalam peningkatan devisa negara dan

² Sekilas tentang Indonesia, <https://www.kemlu.go.id>, diakses pada tanggal 3 juni 2024

beroperasi sebagai sektor yang berfokus pada penyediaan jasa. Dengan sektor pariwisata yang kuat, Indonesia harus mampu mewujudkan seluruh potensinya demi kesejahteraan masyarakatnya. Terlebih lagi pariwisata merupakan industri yang ramah lingkungan.³

Agen perjalanan, yang sering disebut biro perjalanan, adalah perusahaan yang khusus dalam penjualan jasa terkait pariwisata. Peran mereka adalah sebagai penghubung antara pelanggan dan penyedia layanan perjalanan, seperti maskapai penerbangan, hotel, dan operator tur. Dalam dunia bisnis layanan pariwisata, agen perjalanan memiliki posisi penting dalam berinteraksi dengan pelanggan dan menjembatani komunikasi antara penyedia layanan wisata dan konsumen. Mereka bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang berkualitas, yang berkontribusi besar terhadap kesuksesan mereka dalam industri pariwisata.⁴

Travel agent berperan krusial dalam mendorong minat wisatawan untuk melakukan perjalanan. Melalui iklan dan promosi yang mereka jalankan, travel agent tidak hanya memasarkan jasa mereka, tetapi juga ikut memperkenalkan dan mempromosikan daerah tempat mereka beroperasi.⁵

Pada tahun 2020, virus corona muncul di Indonesia. Virus ini berasal dari peternakan satwa liar di Tiongkok. Virus ini mungkin ditularkan dari

³ Saatnya Kembangkan Potensi Pariwisata Indonesia <https://www.kominfo.go.id/>, diakses pada tanggal 3 juni 2024

⁴ Dwi Mustika Kusumawardani and Eko Sedyono, "Sistem Informasi Manajemen Rantai Pasok Pariwisata Untuk Pembuatan Produk Wisata Pada Agen Tour Dan Travel Dengan Analisis Swot Dan Metode Analytic Network Process)," *Jurnal Sistem Informasi Bisnis* 6, no. 2 (2016): 178, <https://doi.org/10.21456/vol6iss2pp177-185>.

⁵ Pengaruh Travel Agent dalam Perkembangan Pariwisata di Bali <https://simdos.unud.ac.id>, diakses 3 Juni 2024

hewan liar di Tiongkok selatan dan kemudian disebarkan oleh orang asing yang berkunjung ke Indonesia. Pada bulan Maret 2020, pemerintah Indonesia untuk pertama kalinya mengumumkan dua kasus pasien Covid-19 di Indonesia. Epidemii virus corona telah menimbulkan konsekuensi kesehatan yang serius di semua negara sejak awal tahun 2020. Dampak Covid-19 belum pernah terjadi sebelumnya; Di beberapa belahan dunia, termasuk Indonesia, hampir seluruh layanan kesehatan lumpuh. Salah satu sektor yang mengalami penurunan sejak mewabahnya Covid-19 adalah sektor keuangan. Hal yang paling rentan terhadap perekonomian adalah menurunnya pendapatan pariwisata di Indonesia.⁶

Perencanaan strategis berfungsi sebagai alat penting dalam manajemen strategis, bertujuan untuk meningkatkan produktivitas perusahaan melalui pengelolaan sumber daya yang efektif guna mencapai tujuan perusahaan. Salah satu alat strategis yang krusial adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), yang membantu menilai posisi suatu organisasi dibandingkan dengan pesaingnya. Analisis ini terbagi dalam empat elemen yang menilai faktor internal dan eksternal. Kekuatan (Strengths) merujuk pada elemen internal yang mendukung pencapaian tujuan, sedangkan kelemahan (Weaknesses) adalah faktor internal yang dapat menghambat keberhasilan. Peluang (Opportunities) mencakup aspek eksternal yang dapat mendukung pencapaian tujuan, baik

⁶ Ghinaa Putri Apriani et al., "Dampak Covid-19 Terhadap Perusahaan Tour and Travel Di Depok" 7, no. 1 (2022): 7.

dengan memanfaatkan lingkungan positif maupun dengan mengatasi kekurangan atau memulai aktivitas baru. Ancaman (Threats) adalah faktor eksternal yang dapat menjadi hambatan dalam mencapai tujuan. Untuk melakukan analisis SWOT yang efektif, informasi mendalam mengenai perusahaan dan lingkungan eksternalnya sangat penting. Hal ini dapat diperoleh melalui penelitian, wawancara dengan pemangku kepentingan, serta analisis data seperti laporan keuangan dan riset pasar. Data yang terkumpul kemudian digunakan untuk menyusun matriks SWOT, yang mengkategorikan informasi ke dalam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Misalnya, kekuatan perusahaan mungkin meliputi pengakuan merek yang tinggi atau posisi keuangan yang solid, sementara kelemahan bisa berupa keterbatasan produk atau kurangnya diversifikasi geografis. Peluang bisa berupa ekspansi ke pasar baru atau pengenalan produk baru, sedangkan ancaman bisa mencakup persaingan yang meningkat atau perubahan regulasi. Dengan menganalisis faktor-faktor ini, perusahaan dapat memahami posisi mereka dengan lebih baik dan merumuskan strategi untuk maju, baik dengan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan kekuatan, atau mengejar peluang baru.⁷

Kecamatan Kalidawir, yang terletak di Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur, adalah rumah bagi Malindo Tour and Travel, sebuah agen perjalanan yang telah beroperasi sejak tahun 2018. Sebagai salah satu agen

⁷Rachmad Zainuri and Pompong Budi Setiadi, "Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis Swot Dalam Manajemen Keuangan Perusahaan," *Jurnal Maneksi* 12, no. 1 (2023): 7, <https://doi.org/10.31959/jm.v12i1.1364>.

tour dan travel terkemuka di Kabupaten Tulungagung, Malindo Tour and Travel menawarkan berbagai layanan, termasuk pemesanan tiket pesawat, layanan antar dan jemput elf, sewa bus pariwisata, serta paket perjalanan wisata.

Pada saat pandemi Covid 19, Malindo Tour and Travel mengalami penurunan jumlah konsumen atau pengguna jasa yang sangat signifikan.

Berikut ini adalah data jumlah konsumen dari tahun 2019 – 2024:

Tabel 1.1
Jumlah Konsumen dari Tahun 2019 – 2024

No	Tahun	Jumlah Konsumen	Keterangan
1	2019	1894	Data 5 tahun terakhir
2	2020	426	Penurunan jumlah konsumen
3	2021	388	Penurunan Jumlah Konsumen
4	2022	706	Peningkatan jumlah Konsumen
5	2023	827	Peningkatan Jumlah Konsumen
6	2024	532	Data hanya sampai Bulan Agustus

Tabel 1 : Sumber Wawancara dengan pemilik Malindo Tour and Travel

Penurunan jumlah konsumen ini menyebabkan perusahaan harus melakukan pengurangan Sumber Daya Manusia untuk menjaga agar perusahaan tetap bertahan. Seiring berjalannya waktu jumlah konsumen yang menggunakan jasa di Malindo Tour and Travel mulai meningkat dikarenakan pandemi covid-19 yang sudah selesai, akan tetapi peningkatan ini belum mencapai kondisi normal saat sebelum terjadinya pandemi Covid 19, sehingga sampai saat ini perusahaan Malindo belum melakukan penambahan jumlah karyawan yang sama seperti saat sebelum terjadinya pandemi Covid 19. Oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat demi meningkatkan jumlah konsumen yang ada di Malindo Tour and Travel,

dengan harapan ketika jumlah konsumen di Malindo tour and Travel meningkat Malindo akan membuka lowongan pekerjaan bagi masyarakat. Secara tidak langsung hal ini akan mengurangi jumlah angka pengangguran yang ada di masyarakat. Sehubungan dengan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “Analisis SWOT Guna Menentukan Strategi Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Di Malindo Tour And Travel”.

B. Fokus Penelitian

Berikut Fokus penelitian dari Peneliti :

1. Bagaimana penerapan analisis SWOT di agen travel Malindo Tour and Travel?
2. Bagaimana strategi agar jumlah konsumen di Malindo Tour and Travel meningkat?

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus pada permasalahan penelitian tersebut, peneliti memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Agar mengetahui hasil dari penerapan analisis SWOT pada Malindo Tour and Travel.
2. Agar mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah konsumen atau pelanggan di Malindo Tour and Travel.

D. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Ruang Lingkup

Penelitian ini fokus pada identifikasi cakupan yang muncul dalam studi, dengan tujuan memastikan bahwa pembahasan selanjutnya sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai. Sasaran tersebut adalah mengeksplorasi strategi yang dapat diterapkan oleh agen travel Malindo Tour and Travel untuk meningkatkan volume penjualan mereka.

2. Batasan Masalah

Agar penulis dapat melaksanakan penelitian ini dengan lebih efektif, penting untuk menetapkan batasan masalah. Hal ini bertujuan agar praktik penelitian dapat berjalan dengan lancar dan proses penyusunannya dapat dipahami secara ilmiah. Dengan membatasi permasalahan yang ada, peneliti dapat lebih fokus dan mendalami secara mendetail saat membahas strategi di agen travel Malindo Tour and Travel yang terletak di Kecamatan Kalidawir. Berikut ini adalah batasan masalah yang dibuat untuk mencegah meluasnya pembahasan :

1. Penggunaan analisis SWOT guna mendapatkan strategi yang bagus untuk diterapkan di Malindo Tour and Travel.
2. meningkatkan jumlah konsumen atau pelanggan dalam menggunakan jasa travel di Malindo Tour and Travel.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dan bermanfaat bagi berbagai pihak, termasuk:

1. Secara Teoritis

Temuan dari penelitian ini akan menambah wawasan, menyuguhkan ide-ide baru, serta memperdalam pemahaman kita, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi signifikan terhadap kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya dalam ranah ekonomi pariwisata.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademik

Hasil temuan dari penelitian ini dimaksudkan sebagai dokumen yang berguna untuk digunakan oleh institusi akademik Universitas Islam Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Bagi Agen Tour and Travel

Dengan adanya penelitian yang dilakukan ini dapat meningkatkan wawasan baru dan menjadi masukan bagi pemilik dari agent tour and travel serta menjadi pengetahuan baru bagi masyarakat yang ingin memasuki dunia bisnis tour and travel.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Menjadi harapan peneliti bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

F. Penegasan Istilah

Diperlukannya sinkronisasi antara persepsi terhadap judul analisis serta fungsi peran adanya agent travel Malindo Tour and Travel yang ada di Desa Jabon Kecamatan Kalidawir dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen atau pengguna jasa di Malindo Tour and Travel. Oleh sebab itu peneliti membuat masing - masing penjelasan dan cakupan judul seperti berikut :

1. Definisi Konseptual

a. Jasa

Menurut Phillip Kotler, jasa didefinisikan sebagai segala bentuk tindakan atau kegiatan yang dapat disediakan oleh satu pihak untuk pihak lainnya. Pada dasarnya, jasa tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan atas suatu barang. Proses penyediaan jasa bisa terkait dengan produk fisik atau berdiri sendiri.⁸

b. Industri Pariwisata

Menurut Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009, industri pariwisata didefinisikan sebagai suatu jaringan organisasi usaha yang saling berhubungan, bertujuan untuk memproduksi barang dan/atau jasa guna memenuhi kebutuhan para wisatawan dalam pelaksanaan kegiatan wisata.⁹

⁸ <https://e-journal.uajy.ac.id/>, diakses 4 juni 2024

⁹ Atiek Zahrulianingdyah, "Kuliner Sebagai Pendukung Industri Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal," *TEKNOBUGA: Jurnal Teknologi Busana Dan Boga* 6, no. 1 (2018): 4.

c. Agen perjalanan

Travel agent, atau agen perjalanan wisata, adalah perusahaan yang fokus pada penyediaan layanan perjalanan dan semua aspek terkait yang mendukung perjalanan tersebut.¹⁰

d. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ada pada perusahaan demi mendapatkan strategi yang tepat.

e. Strategi

Strategi pemasaran adalah rencana yang secara tersirat atau tersurat menjelaskan bagaimana suatu merek atau lini produk dapat mencapai tujuannya Tull dan Kahle menyebut strategi pemasaran sebagai alat penting yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui pasar yang ditargetkan dan program pemasaran yang diterapkan. Pada intinya, strategi pemasaran memberikan panduan dalam hal variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, dan elemen bauran pemasaran. Ini adalah komponen utama dari strategi bisnis yang

¹⁰ Strategi Bauran Pemasaran Paket Wisata di Always Tour, Yogyakarta, <https://repository.polinela.ac.id/>, diakses 4 juni 2024

memberikan petunjuk pada seluruh fungsi manajemen di dalam suatu organisasi.¹¹

f. Konsumen

Konsumen merupakan seseorang yang menggunakan barang atau jasa yang dibeli untuk memenuhi kebutuhannya.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merujuk pada penjabaran praktis dari variabel dalam konteks objek penelitian. Dalam hal ini, fokus penelitian adalah pada fungsi dan peran pelaku usaha peternakan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi karyawan. Ini dilakukan melalui penerapan inovasi, ide-ide segar, dan kreativitas baru untuk meningkatkan pendapatan mereka.

1. Jasa

jasa adalah kegiatan yang memberikan manfaat atau nilai tambah bagi konsumen, tetapi tidak menghasilkan produk fisik yang dapat dimiliki oleh konsumen.

2. Industri pariwisata

Suatu industri yang menyediakan produk dan jasa yang terkait dengan perjalanan wisata, seperti agen perjalanan, hotel, restoran, dan objek wisata.

¹¹ Dwi Andri Risqianto, Imam Suroso, and Ridwan Iskandar, "Analisis Swot Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rameyza Tour & Travel Bondowoso," *Relasi : Jurnal Ekonomi* 14, no. 2 (2018): 5, <https://doi.org/10.31967/relasi.v14i2.266>.

3. Agen perjalanan

Agen perjalanan adalah suatu perusahaan yang menyediakan jasa perencanaan dan pemesanan perjalanan wisata.

G. Sistematika Penulisan

Dalam struktur penulisan skripsi ini, penelitian dibagi menjadi tiga bagian utama: bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Setiap bagian memiliki peran dan fungsi yang spesifik, yaitu:

1. Bagian Awal

Dimulai dari Halaman Sampul Depan selanjutnya adalah Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

2. Bagian Utama

Didalam skripsi ini terdapat enam BAB dan setiap masing-masing dari BAB terdapat beberapa sub bab. Sebelum masuk kedalam bab pertama terlebih dahulu peneliti menyajikan beberapa bagian permulaan secara lengkap.

BAB I Pendahuluan, didalam bab satu ini dijelaskan apa yang menjadi konteks penelitian, setelah itu peneliti akan memfokuskan penelitian sebagai acuan dasar dan sekaligus menentukan apa yang menjadi tujuan penelitian. Setelah itu peneliti akan mendeskripsikan secara jelas manfaat dan penegasan istilah serta sistematika dari pembahasan penelitian ini.

BAB II Kajian Pustaka, didalam bab ini berisi tentang penguraian beberapa hal yang memiliki keterkaitan dengan masalah – masalah yang diteliti. Peneliti juga akan menerangkan uraian tentang konsumen, Strategi dan Analisis SWOT.

BAB III Metode Penelitian, dibagian bab tiga ini peneliti akan memberikan penjelasan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, kehadiran peneliti, teknik pengecekan keabsahan data, dan tahapan penelitian.

BAB IV Penelitian, didalam bab ini berisikan dan membahas uraian data dan menuliskan tentang temuan-temuan dan juga analisis data sehingga hasil penelitian akan dapat ditemukan.

BAB V Pembahasan, didalam bab ini akan membahas hasil dari penelitian tentang “Analisis SWOT Guna Menentukan Strategi Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Di Malindo Tour And Travel”.

BAB VI Penutup, didalam bagian ini akan memberikan penjelasan mengenai kesimpulan yang diperoleh peneliti dengan dilakukan berdasarkan analisis data yang ditemukan di lapangan, implikasi penelitian dan disertakan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini, baik kepada pihak yang lembaga maupun pihak lain.

3. Bagian Akhir

Di dalam bagian akhir ini dimulai dari Daftar Pustaka, selanjutnya Lampiran-lampiran yang berisi dari pedoman wawancara, surat izin, surat persetujuan penelitian, surat pernyataan keabsahan tulisan, daftar riwayat hidup, dokumentasi penelitian, dan kendali bimbingan skripsi.