

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Travel Agent adalah perusahaan yang bertugas menjualkan berbagai produk dan layanan terkait perjalanan kepada pelanggan. Mereka akan bertindak sebagai mediasi atau perantara penyedia jasa seperti maskapai penerbangan, hotel, penyewaan mobil, dan juga operator tur. Travel agent menawarkan produk – produk dari pihak penyedia jasa tersebut atas kepada pelanggan atas nama mereka, oleh karena itu wisatawan tidak perlu langsung bertransaksi dengan maskapai, hotel, rental mobil , atau operator tur, melainkan bisa membelinya melalui travel agent (UNWTO, 2021). Reservasi adalah proses atas produk – produk perjalanan pesawat, kamar hotel, dan tempat kapal pesiar yang tersedia. Reservasi dapat dilakukan secara manual dan elektronik. Setelah melakukan reservasi, produk perjalanan tersebut akan dibayar dan dipesan secara individu oleh pelanggan, reservasi memungkinkan pelanggan untuk memesan dan mengamankan produk perjalanan yang mereka butuhkan sebelum perjalanan (Mardiastuti, 2022). Bisnis keluarga adalah jenis usaha yang dimiliki dan dikelola oleh anggota keluarga yang masih memiliki hubungan kekerabatan, seperti suami – istri, anak keturunan, (Gakii et al., 2022) saudara kandung, dan kerabat terdekat lainnya. Bisnis jenis ini dikendalikan dalam lingkup keluarga tertentu (Program et al., 2010). Menurut data Indonesia Institute for Corporate and Directorship Lebih dari 95 persen bisnis di Indonesia merupakan perusahaan yang dimiliki atau di dikendalikan

oleh keluarga (Program et al., 2010). Menurut Sekjen Asosiasi Travel Agent Indonesia Pauline Suharno, bahwa seluruh perusahaan travel saat pandemi COVID-19 mengalami kondisi terpuruk, bahkan total kerugian saat bulan february tahun 2020 dari seluruh perusahaan agen travel di Indonesia sebanyak 4 triliun (Apriani et al., 2022). Penelitian ini akan meneliti salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perjalanan wisata yang berhasil bertahan dalam situasi COVID-19 yaitu PT. Salamah Sejahtera. Pandemi COVID-19 telah menghantam industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Tidak main-main, sejak Februari 2020 jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mengalami penurunan yang sangat drastis, dan puncaknya terjadi April 2020 dengan jumlah wisatawan yang hanya sebanyak 158 ribu. Jika ditotal, sepanjang tahun 2020 jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia hanya sekitar 4,052 juta orang. Bisa dibayangkan angka tersebut sangat memprihatinkan, karena dari total tersebut hanya 25% dari jumlah wisatawan yang masuk ke Indonesia pada 2019 (KAMENPAREKRAF, 2021).

Beberapa kekuatan yang dimiliki sebuah bisnis keluarga yaitu minim konflik kepentingan antara pemilik dengan manajer, kepemimpinan efisien, keunggulan sumber daya, pencapaian dan tujuan jangka Panjang, budaya komitmen serta support, dan reputasi serta identitas (Kusuma, 2017). Dengan telah menduniannya COVID - 19 telah menghancurkan bisnis Travel Agent bukan hanya penyelenggara Outbound dan inbound saja tapi juga bisnis Ticketing dengan mulai meningkatnya penyebaran virus Corona di Indonesia pada pertengahan bulan maret 2020, akhirnya mengakibatkan para Travel Agent bahkan hingga ada yang harus menutup bisnisnya yang telah dibangun

sejak puluhan tahun, karena penurunan penjualan mencapai 100% (Astindo, 2020). Melalui kementerian seperti kementerian perhubungan, kementerian pariwisata dan kepada DPR hingga melalui Kadin Indonesia, semua jalan tempuh Astindo untuk memperjuangkan kelangsungan bisnis anggotanya.

Astindo dilibatkan pada rapat kordinasi Stimulus Fiskal jilid 3 untuk sektor pariwisata yang melibatkan Menko Kemaritiman & Investasi, Menko Polhukam, Menko Prekonomian, Menteri pariwisata dan ekonomi kreatif, Menteri Tenaga Kerja, Dirjen Pajak, dan Kementerian Dalam Negeri membahas tentang pariwisata dan mendapatkan 6 poin yaitu pemerintah akan memperluas relaksasi PPH 21 & PPH 5 untuk sektor pariwisata, Terkait kewajiban perbankan, sudah diatur dalam PJOK 011 tahun 2020, 01 April 2020 pemerintah akan meluncurkan Kartu Pra kerja, dimana akan ada benefit sebesar Rp 650.000,-/bulan dan subsidi pelatihan Rp 1.000.000,-, Benefit BPJS Ketenagakerjaan untuk yang terkena PHK sebesar Rp 600.000,- dan subsidi pelatihan Rp 2.000.000,-, Manparekraf mengusulkan pemberian insentif untuk perusahaan yang tidak mem-PHK karyawan, Prioritas pengguna anggaran Negara untuk : Kesehatan, Social Safety Net, Sektor Keuangan (Astindo, 2020). Kunjungan wisatawan mancanegara dari devisa pariwisata terus menunjukkan peningkatan sejak awal tahun 2023. Data hingga September 2023 kunjungan wisata mancanegara mencapai 8,51 juta atau meningkat 143,41% dibandingkan periode yang sama pada tahun 2022 (KAMENPAREKRAF, 2021).

1.2. Research Gap

Studi ini merekomendasikan bahwa manajemen institusi harus memastikan situs web perusahaan muncul di halaman awal hasil pencarian dan mudah diakses untuk meningkatkan kinerja institusi. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa Pengembalian sektor pariwisata di Era New Normal harus dilakukan dengan tindakan yang cermat dan disiplin. Industri jasa travel agent telah menerapkan regulasi kesehatan dalam operasionalnya di Era New Normal (Mularsari, 2022).

Terdapat 12 resources yang menjadi sumber keunggulan bersaing berkelanjutan dimana dapat dirumuskan menjadi dua cluster yaitu ecotourism dan cultural tourism. Disporapar perlu melakukan pengembangan aktivitas wisata atau diversifikasi wisata, mendorong pembangunan destinasi digital, pengembangan desa wisata serta pembuatan kalender pariwisata (Bachtiar, 2022).

Tempat pariwisata memiliki potensi untuk berkembang, tetapi perlu melakukan perbaikan dalam hal segmentasi pasar, riset produk/layanan, inovasi, strategi pemasaran, investasi infrastruktur, dan kerjasama dengan stakeholder. Rekomendasi penelitian mencakup pengembangan model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan pasar, serta strategi inovasi yang berfokus pada keunggulan kompetitif (Risfandipraja, 2023).

1.3. Research Problem

PT Salamah Sejahtera merupakan bisnis keluarga yang bergerak dalam bidang Agen perjalanan dan kegiatan operator wisata, Kegiatan agen perjalanan. Direktur

Utama yaitu Hendra Adi mengatakan bahwa bahwa penurunan yang drastis dikarenakan oleh pandemi COVID-19 memukul perusahaan sehingga dari bulan maret sampai September tidak ada pemasukan dan penjualan.



Gambar 1.1. Data Penjualan PT. Salamah Sejahtera/Tahun.

Sumber : Pemilik, Hendra Adi.

Dapat dilihat dari grafik tersebut terjadi penurunan pada tahun 2020 dimana terjadinya pandemic COVID-19 yang mulai diterapkan oleh pemerintah Indonesia. Terjadi penurunan penjualan sebesar 60 – 65% pada tahun 2020, hal ini dikarenakan adanya pandemi COVID-19 yang terjadi di Indonesia yang mengakibatkan larangan untuk keluar rumah dan masa PSBB dilakukan pada tahun tersebut. Pada tahun 2021 ekonomi Indonesia sudah memulai membaik sehingga presentase kenaikan penjualan di PT Salamah Sejahtera meningkat hingga 65 – 70%, pada saat ini ekonomi masih belum sepenuhnya pulih dari pandemi COVID-19. Pada tahun 2022 terjadi kenaikan

115 – 120% dari tahun sebelumnya, pada tahun ini ekonomi Indonesia sudah lebih kuat dari tahun sebelumnya. Pemulihan pariwisata dunia hampir mencapai 90% level prapandemi pada akhir tahun ini. Menurut data terbaru organisasi pariwisata dunia (UNWTO), sebanyak 975 wisatawan akan berpergian secara global antara Januari hingga September 2023 atau naik 38 persen dibandingkan periode yang sama pada 2022 (Tashandra, 2023).

Permasalahan lainnya datang dari kompetitor di Jakarta, di mana sudah banyak biro tour dan wisata yang menawarkan harga yang beragam. Beberapa di antaranya adalah TP Dream Tours and Travel, Golden Rama Tours and Travel, serta Jendela Tours and Travel. Persaingan yang ketat ini membuat PT Salamah Sejahtera harus menyusun strategi yang terbaik, yaitu strategi kompetitif. Untuk menghadapi persaingan ini, PT Salamah Sejahtera perlu melakukan analisis pasar yang mendalam, menawarkan paket wisata yang unik dan menarik, menetapkan harga yang kompetitif, serta meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan demikian, PT Salamah Sejahtera dapat menarik lebih banyak pelanggan, menjaga loyalitas mereka, dan memperkuat posisinya di pasar biro tour dan wisata di Jakarta.

1.4. Research Questions

1. Faktor strategis apa saja yang berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif PT Salamah Sejahtera.
2. Bagaimana PT Salamah Sejahtera menerapkan untuk memberikan kontribusi terhadap keunggulan kompetitif.