

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah. Hal ini disebabkan pemerintah mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai penghasil devisa negara di samping sektor migas. Bertujuan untuk meningkatkan pendapatan devisa negara khususnya dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja, dan mendorong kegiatan kegiatan industri penunjang dan industri sampingan lainnya. Serta memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia. Selain itu juga meningkatkan persaudaraan nasional dan internasional.

Agen Tour & Travel merupakan usaha jasa yang memberi jasa berupa pelayanan pariwisata domestik dan mancanegara. Usaha ini bergerak di bidang pariwisata. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat disesuaikan dengan paket dan fasilitas yang diinginkan oleh konsumen. Fasilitas yang diberikan kepada konsumen antara lain akomodasi kendaraan (Bus, Minibus, Kereta Api dan Pesawat Terbang), reservasi hotel, reservasi rumah makan/restoran/catering, tiket masuk tempat wisata, *tour leader* dan *tour guide* serta fasilitas lainnya sesuai dengan keinginan konsumen.

Dewasa ini semakin marak dan terus berkembang praktek usaha agen Tour & Travel di kalangan pengusaha, baik perusahaan besar ataupun perusahaan kecil. Dengan semakin banyaknya perusahaan pariwisata maka persaingan dalam mendapatkan konsumen semakin ketat, masyarakat sebagai konsumen memiliki berbagai opsi dalam memilih agen wisata yang mereka percayai.

Antasena Tour & Travel adalah salah satu agen berbasis pariwisata di Jakarta yang sudah menjalankan usahanya sejak tahun 2009, dan tentu memiliki beberapa pesaing atau kompetitor yang cukup kuat. Dengan adanya kompetitor tentu harus menggunakan strategi yang baik dalam melakukan kegiatan pemasarannya, serta peningkatan pelayanan secara menyeluruh agar dapat bertahan dan terus dipercaya masyarakat di tengah ketatnya persaingan.

Dalam ketatnya persaingan dikalangan pengusaha tentu harus kreatif dalam membuat *product* paket perjalanan wisata, hal tersebut tentu bukan tanpa alasan mengingat banyak pesaing yang sudah sangat variatif dalam menyajikan paket wisata. Faktor lainnya yang harus di perhatikan adalah harga (*price*) yang dapat bersaing dengan kompetitor, dari segi pelayanan harus mampu memberikan pelayanan terbaik ditunjang dengan tenaga kerja yang berpengalaman di dunia pariwisata.

Ketika semua aspek sudah di perbaiki maka ujung tombak dari suksanya sebuah perusahaan ada pada bagian pemasaran, maka tim pemasaran harus menyusun strategi yang baik dan dipersiapkan secara matang, bagian ini mengacu kepada tercapainya sebuah target perusahaan setiap tahunnya.

Dimana sebuah perusahaan memiliki target minimum penjualan yang harus tercapai, jika target penjualan minimum tidak tercapai maka strategi yang ada harus dibenahi atau dioptimalkan.

Melihat uraian-uraian diatas, maka diperlukan analisis mengenai pemasaran dari Antasena Tour & Travel. Penulis akan melakukan penulisan yang berjudul: **“Analisis Strategi Pemasaran Pada CV. Asri Join Sejahtera (Antasena Tour & Travel) Jakarta”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis memfokuskan permasalahan yaitu:

- a. Strategi apakah yang dilakukan Antasena Tour & Travel dalam menjalankan pemasarannya?
- b. Apa saja kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) pada strategi pemasaran yang diterapkan oleh Antasena Tour & Travel?
- c. Apakah strategi pemasaran jasa Antasena Tour & Travel sudah tepat untuk menarik konsumen?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada Antasena Tour & Travel dalam menjalankan kegiatan pemasarannya.

- b. Untuk mendeskripsikan kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), dan peluang (*Opportunity*), ancaman (*Threat*) pada strategi pemasaran yang diterapkan oleh Antasena Tour & Travel
- c. Untuk mengetahui apakah strategi pemasaran jasa Antasena Tour & Travel sudah tepat untuk menarik konsumen.

## 2. **Manfaat Penelitian**

### a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan penulis mengenai strategi pemasaran pada Antasena Tour & Travel

### b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi Antasena Tour & Travel dalam hal strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

### c. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Sebagai pelengkap arsip karya ilmiah Universitas, terutama dalam bidang pemasaran.