

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata adalah serangkaian perjalanan wisata yang direncanakan untuk tujuan yang berbeda-beda, Indonesia merupakan negara yang menjadi tujuan wisata favorit bagi wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara, karena negara Indonesia sendiri memiliki sumber daya alam, suku, budaya dan keanekaragaman hayati yang berlimpah. Pariwisata adalah sebuah tradisi bepergian sekelompok orang untuk sementara waktu dari rumah asli mereka ke tujuan mereka, bukan untuk hidup atau mencari nafkah, tetapi hanya untuk memuaskan rasa ingin tahu dan untuk menikmati waktu luang atau liburan mereka. Maka dari itu pariwisata khususnya di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan perekonomian negara (Meyers, 2009).

Melihat artikel dari Bank Indonesia, pariwisata Indonesia adalah penyumbang devisa ketiga terbesar setelah CPO dan batubara, sehingga potensinya ke depan sangat besar untuk devisa negara. Di sisi lain, pariwisata Indonesia berpotensi membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat guna mengatasi perekonomian masyarakat. Data dari Badan Pusat Statistika Indonesia, potensi pariwisata Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, maka dari itu banyak para pelaku bisnis khususnya biro perjalanan mulai bermunculan melihat dunia pariwisata yang tidak ada habisnya. Biro perjalanan

adalah perusahaan yang memasarkan layanan perjalanan atau paket langsung ke pelanggan dan, yang lebih penting, memasarkan tiket transportasi, seperti maskapai penerbangan, taksi, kapal pesiar, hotel dan barang-barang terkait lainnya (Foster, 2000:77).

Biro perjalanan dengan dukungan dan arahan dari pemerintah bekerjasama melakukan beberapa strategi dalam mencapai target kunjungan wisatawan yang akan datang ke Indonesia, seperti melakukan promosi, diskon dan program LCCT (*low cost carrier terminal*) dimana Per 1 Mei 2019 lalu, terminal 2F Bandara Soekarno-Hatta resmi menjadi LCCT, dikarenakan sebagian besar wisman menggunakan *low cost carrier*. Hal ini bertujuan untuk mencapai target kunjungan wisatawan mancanegara. Strategi – strategi yang dilakukan oleh pemerintah dan biro perjalanan tampaknya akan mengalami kesulitan dalam mencapai target wisatawan mancanegara di tahun 2020, dikarenakan sebuah virus baru muncul dan menggemparkan Indonesia bahkan dunia, dimana virus baru itu disebut virus korona atau COVID-19. (cnnindonesia.com, 2020)

Menurut WHO (*World Health Organization*) *Coronavirus* adalah sekelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia. Beberapa bentuk virus corona diketahui menyebabkan infeksi saluran pernapasan pada manusia, mulai dari batuk, pilek hingga yang lebih serius, seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Extreme Acute Respiratory Syndrome (SARS). Virus korona yang baru ditemukan menyebabkan penyakit COVID-19. Dan COVID-19 adalah penyakit menular

yang disebabkan oleh jenis virus korona yang baru ditemukan. Virus baru dan penyakit yang ditimbulkannya tidak teridentifikasi sebelum wabah di Wuhan, China, pada Desember 2019. COVID-19 menjadi pandemi di beberapa negara di dunia. Virus ini pertama kali ditemukan di kota Wuhan, China pada bulan Desember 2019, menurut data dari (Google Trend) per tanggal 5 juni 2020 total kasus positif di dunia mencapai 6,42 juta jiwa dan 383 ribu jiwa meninggal, dengan Amerika Serikat menjadi peringkat teratas total kasus virus korona dengan 1,92 juta jiwa positif, 439 ribu sembuh dan 110 ribu jiwa meninggal. Di Indonesia sendiri per tanggal 5 juni 2020 dengan 29.521 positif, 551 sembuh dan 1.770 meninggal (merdeka.com). Dampak dari virus corona juga sangat merugikan dunia khususnya di Indonesia, dimana dalam memerangi virus corona ini pada awal bulan maret 2020 pemerintah mengeluarkan aturan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang diharapkan mampu mengatasi penyebaran virus corona ini. Beberapa hal yang dibatasi selama PSBB berlangsung ialah aktivitas di sekolah, aktivitas kerja, tempat dan fasilitas umum serta kegiatan keagamaan, yang berdampak pada banyaknya perusahaan memberlakukan WFH (*Work From Home*).

Pandemi Covid-19 bagi dunia pariwisata sangat berdampak pada penurunan jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia mulai dari awal Januari 2020. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) per 1 April menyatakan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara melalui jalur udara menurun dari 838.978 wisatawan pada Desember 2019 menjadi 796.934 pada Januari 2020, dan menurun lagi menjadi 558.892 pada Februari 2020. Pada industri Pariwisata seperti biro

perjalanan, penerbangan, perhotelan dan restoran yang saling berhubungan mengalami banyak kerugian. Khususnya pada biro perjalanan, banyak rencana perjalanan yang sudah dijadwalkan jauh sebelumnya harus dibatalkan karena dampak dari virus corona ini. Hal ini menyebabkan perusahaan mengalami kerugian dan harus merumahkan karyawannya. Salah satunya adalah Magnus Wisata Tour and Travel yang turut mengalami dampak terhadap bisnis perusahaannya.

TABEL 1
PENJUALAN MAGNUS WISTA DARI TAHUN 2019 SAMPAI 2020

	2019	2020
Tiket (penerbangan, kereta)	246	192
Hotel	400	199
Paket Wisata	25	4

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik perusahaan Magnus Wisata Tour and Travel, dampak dari virus corona sendiri pada perusahaan antara lain pada tiket pesawat, hotel, dan paket wisata yang sama sekali tidak ada penjualan dari pertengahan bulan Maret sampai akhir bulan Mei. Penurunan penjualan produk di atas tersebut mulai pada awal tahun 2020. Bukan hanya berdampak pada penjualan, tetapi juga pada karyawan. Magnus Wisata Tour and Travel per akhir Mei 2020 terdapat tiga karyawan mulai

dirumahkan sampai waktu yang belum ditentukan, dan dua karyawan masih dipekerjakan, melihat kondisi dari perusahaan yang belum stabil.

PT. Maha Gama Nusantara (Magnus Wisata) adalah perusahaan yang bergerak di bidang Tour & Travel. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2012 dan berlokasi di Jl. Sariwangi No.44, Sukajadi, Bandung, Jawa Barat. PT. Maha Gama Nusantara (Magnus Wisata) memiliki produk tur domestik dan internasional, tiket domestik dan internasional, *voucher* hotel dan sewa kendaraan pariwisata. PT. Magnus Wisata memiliki target pasar yaitu *corporate* atau perusahaan swasta yang sebelumnya telah menjalin kerjasama, dimana pada penjualannya sendiri lebih dominan kepada tiket pesawat dan hotel. Di tahun 2019 total penjualan tiket sebanyak 246 penerbangan, 400 kamar hotel dan 25 paket wisata terjual, sangat berbeda di tahun 2020 akibat dari pandemi *corona*. Sampai saat ini belum ada strategi khusus dari perusahaan agar dapat bertahan di dunia bisnis pariwisata dan memilih mudur sesaat dari dunia pariwisata melihat kondisi yang belum stabil. Dimana strategi sangat dibutuhkan di tengah situasi seperti ini. Strategi ini bermaksud agar sebuah perusahaan melakukan tindakan – tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujungnya adalah kebangkrutan (David,2009).

Dengan adanya pandemi virus *corona* ini dirasa perlu diteliti untuk mengetahui bagaimana strategi yang akan dilakukan untuk dapat bertahan di saat berlangsungnya pandemi korona ini, pada biro perjalanan maupun industri pariwisata yang ada di Indonesia. Maka dari itu, penelitian ini

dilakukan untuk mengetahui dampak negatif dari virus *corona* dan strategi apa yang akan dilakukan agar dapat bertahan di tengah pandemic saat ini, dengan judul “**Strategi Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 di Magnus Wisata Tour and Travel**”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dibuat dengan tujuan agar penelitian ini tidak menyimpang dari yang telah direncanakan. Hal ini dibuat agar dapat mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi yang dibutuhkan. Adapun beberapa idetifikasi masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana strategi penjualan di tengah pandemi covid-19 di Magnus Wisata Tour and Travel?
2. Bagaimana strategi SDM di tengah pandemi covid-19 di Magnus Wisata Tour and Travel?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan penelitian ini terdiri dari dua tujuan, yaitu tujuan formal dan operasional.

a. Tujuan Formal

Secara formal, penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mengikuti Proyek Akhir di semester 8 pada program

Diploma IV, Manajemen Bisnis Perjalanan, Jurusan Perjalanan, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

b. Tujuan Operasional

Adapun tujuan operasional yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui:

- 1) Strategi penjualan di tengah pandemi covid-19 di Magnus Wisata Tour and Travel
- 2) Strategi SDM di tengah pandemi covid-19 di Magnus Wisata Tour and Travel.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kepada pembaca dan peneliti mengenai strategi bertahan di tengah pandemi covid-19 pada biro perjalanan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman peneliti dalam mengkaji berbagai strategi bertahan oleh Magnus Wisata Tour and Travel terhadap bisnis yang sedang dijalankan.

b. Bagi Industri

Penelitian ini dapat digunakan oleh Magnus Wisata Tour and Travel sebagai rekomendasi strategi yang dapat digunakan di tengah covid-19 berlangsung.