

**STRATEGI PEMASARAN DWIDAYATOUR
BANDUNG DALAM MENGHADAPI
PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan

Program Strata-1

Program Studi Industri Perjalanan Wisata

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun oleh:

Yanni

201721844

PROGRAM STUDI INDUSTRI PERJALANAN WISATA

JURUSAN PERJALANAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG

2021

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/~~PROYEK AKHIR~~/~~TUGAS AKHIR~~

STRATEGI PEMASARAN DWIDAYATOUR BANDUNG DALAM
MENGHADAPI PANDEMI COVID-19

NAMA : YANNI
NIM : 201721844
PROGRAM STUDI : INDUSTRI PERJALANAN WISATA

Pembimbing I



Drs. Jatmiko Edy Waluyo, MM.Par, CIQaR

NIP 19581109 199503 1 001

Pembimbing II



Endang Komesty Sinaga, MM.Par, CHE

NIP 19741103 200812 2 001

Bandung, 15 Oktober 2021

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Menyetujui,

Plt. Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata
Bandung

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc

NIP 19710506 199803 1 001

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.

NIP 19710506 199803 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Yanni
Tempat/Tanggal lahir : Bandung, 15 Mei 1998
NIM : 201721844
Jurusan : Perjalanan
Program Studi : Studi Industri Perjalanan Wisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul : **“STRATEGI PEMASARAN DWIDAYATOUR BANDUNG DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19”** Ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya , apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 15 Oktober 2021

Yang membuat pernyataan,



Yanni

NIM. 201721844

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Strategi Pemasaran Dwidayatour Bandung Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19**”. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna mengingat adanya keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc selaku Plt. Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung sekaligus sebagai Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Endang Komesty Sinaga, MM.Par., CHE, selaku Ketua Jurusan Perjalanan dan Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
3. Bapak Singgih Tri Wibowo, MP.Par selaku Ketua Program Studi Industri Perjalanan.
4. Bapak Drs. Jatmiko Edy Waluyo, MM.Par, CIQaR selaku Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Bu Ika selaku *Branch Manager* dan Bu Erlin Setiawan Husein selaku *Supervisor* dari Dwidayatour Bandung, yang telah bersedia memberikan izin penelitian, membantu memberikan informasi dan kerjasamanya selama wawancara berlangsung.

6. Pak Yuda Purwa Purnama selaku Analisa Data dan Informasi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat yang telah bersedia membantu memberikan informasi dan kerjasamanya selama wawancara berlangsung.
7. Seluruh dosen serta staf Jurusan Perjalanan khususnya Program Studi Industri Perjalanan Wisata yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Papa Johnny, Mama Hanniliwati dan keluarga besar Tjoa Tjeng Kay yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan semangat dalam penyusunan skripsi.
9. Sahabat baik penulis: Verennica Venessa Lili, Eliani Purwaningtyas, Echa Junine Teenth RZ, Shoffie Dhamayanti serta seluruh rekan dan teman yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi.

Semoga Tuhan Yesus Kristus melimpahkan berkat dan Anugerah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Akhir kata penulis sampaikan terima kasih.

Bandung, 15 Oktober 2021



Yanni

ABSTRAK

Masyarakat di seluruh dunia tengah menghadapi Coronavirus atau lebih dikenal dengan Covid-19. Covid-19 merupakan suatu penyakit menular, penyebaran virus Covid-19 telah meluas dan membawa dampak bagi sektor pariwisata. Dampak ini mengakibatkan banyak wisatawan tidak ingin melakukan perjalanan dikarenakan pandemi Covid-19 yang terus mewabah dengan cepat. Banyak perusahaan sudah menerapkan kebijakan pada masa pandemi Covid-19 salah satunya biro perjalanan wisata yang berada di Kota Bandung yaitu Dwidayatour. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran Dwidayatour Bandung dalam menghadapi pandemi Covid-19. Untuk mencapai tujuan tersebut, penulis melakukan wawancara kepada pihak Dwidayatour Bandung dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yaitu analisis kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh temuan bahwa secara umum strategi pemasaran yang dilakukan oleh Dwidayatour Bandung sudah cukup baik untuk menghadapi pandemi Covid-19. Temuan penelitian ini memiliki implikasi bagi pemerintah maupun pelaku bisnis pada bidang pariwisata untuk memperoleh identifikasi secara mendetail mengenai strategi pemasaran yang dapat berubah seiring terjadinya pandemi Covid-19 yang masih berlangsung hingga saat ini, lalu membuat inovasi baru terkait produk-produk yang akan ditawarkan agar banyak orang ingin merasakan dan membeli produk tersebut.

Kata Kunci: Biro Perjalanan Wisata, Strategi Pemasaran, Pandemi Covid-19.

ABSTRACT

People around the world are facing Coronavirus or better known as Covid-19. Covid-19 is an infectious disease, the spread of the Covid-19 virus has spread and has an impact on the tourism sector. This impact has resulted in many tourists not wanting to travel due to the Covid-19 pandemic which continuous to spread rapidly. Many companies have implemented policies during the Covid-19 pandemic, one of travel agency in Bandung, namely Dwidayatour. This study aims to find out how Dwidayatour Bandung's marketing strategy is in dealing with the Covid-19 pandemic. To achieve this goal, the authors conducted interviews with Dwidayatour Bandung and the Department of Tourism and Culture of West Java Province. The method used is a qualitative descriptive approach. The data analysis technique is descriptive qualitative analysis. Based on the results of the study, it was found that in general the marketing strategy carried out by Dwidayatour Bandung was good enough to deal with the Covid-19 pandemic. The findings of this study have implications for the government and business people in the tourism sector to obtain detailed identification of marketing strategies that can change as the Covid-19 pandemic continues to this day, then make new innovations related to the products that will be offered so that many people want to feel and buy the product.

Keywords: Covid-19 Pandemic, Marketing Strategy, Travel Agencies.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN MAHASISWA	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Keterbatasan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Kajian Teori	8
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Desain Penelitian	22
B. Partisipan dan Tempat Penelitian.....	23
C. Pengumpulan Data	24
D. Analisis Data dan Uji Keabsahan Data	26
E. Jadwal Penelitian.....	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Hasil Penelitian	31
B. Pembahasan	40
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	51
A. Simpulan	51
B. Implikasi.....	54
C. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

TABEL

1 PENELITIAN TERDAHULU	17
2 JADWAL PENELITIAN	30

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

1 KERANGKA PEMIKIRAN	21
2 TEKNIK ANALISIS DATA KUALITATIF	27

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aditya, N. R. (2020, April 25). *Astindo Harap Pemerintah Segera Turun Tangan Bantu Travel Agent*. Retrieved from Kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2020/04/25/173200127/astindo-harap-pemerintah-segera-turun-tangan-bantu-travel-agent?page=all>
- Alfiyah, L., & Isa, W. (2020). Strategi Adaptasi Perusahaan Biro Tour and Travel Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Perusahaan Tour and Travel Haji dan Umrah PT. Amanu Izzah Zamzam Sakinah di Kota Surakarta). *Jurnal Keagamaan dan Pendidikan*.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bandung, D. K. (2020, December 2). *Data Covid-19 Kota Bandung*. Retrieved from Pusat Konfirmasi Covid-19 Kota Bandung: <https://covid19.bandung.go.id/data>
- David, F. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Desky, M. (1999). *Pengantar Bisnis Biro Perjalanan Wisata*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Eka Sari, R., Yanita, N., & Neswardi, S. (2021). Strategi Usaha Biro Perjalanan Wisata Sumatera Barat dalam Menghadapi Krisis Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*.
- Fajriah, W. (2020, Juni 2). *New Normal, Ini Strategi Agen Perjalanan Tarik Turis ke RI*. Retrieved from okefinance: <https://economy.okezone.com/read/2020/06/02/320/2223214/new-normal-ini-strategi-agen-perjalanan-tarik-turis-ke-ri>

- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2016). *The Bussiness of Tourism: 10th ed. Upper Saddle River*.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Indonesia, K. K. (2020, Maret 2020). *Pertanyaan dan Jawaban Terkait COVID-19 Kementerian Kesehatan*. Retrieved from Kementerian Kesehatan Republic Indonesia: <https://www.kemkes.go.id/article/view/20030400008/FAQ-Coronavirus.html>
- Indonesia, P. R. (1990, Oktober 18). *Undang-undang No. 9 Tahun 1990 Tentang: Kepariwisataaan*. Retrieved from <http://jdih.baliprov.go.id/uploads/produk-hukum/peraturan/1990/UU/uu-9-1990.pdf>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Karisma, A. (2020). Dampak Pandemi Corona Terhadap Bisnis Perjalanan dan Wisata di. Retrieved from <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=1880700860311060690720910080921061100040110910520610610100851271260270640860060961190370111250631160000981010280710821060281050200750070330720000911150851140700281030060650340670090890770671120690830891171081021>
- Kotler, P., & Armstrong, D. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Erlangga.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education, Inc.
- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

- Miles, M., & Huberman, A. (2007). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Miles, M., & Huberman, A. (2014). *Qualitatif Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 4*. USA: Sage Publication.
- Moleong, L. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pariwisata, D. J. (n.d.). *Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Direktorat Jenderal Pariwisata*. Retrieved from Keputusan Direktur Jenderal Pariwisata Nomor: Kep 16/U/II/88: <https://www.regulasip.id/electronic-book/9096>
- Raco, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, A. (2013). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Ropidin, & Setyo, R. (2020). Dampak Pemutusan Hubungan Kerja Pada Perusahaan Farmasi Terkait Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Syntax Transformation*.
- Sari Fadhilah, N. (2020). *Strategi Pemasaran di Era New Normal Pada Biro Perjalanan Umrah (Studi pada PT Samira Ali Wisata Tour & Travel Cabang Sukoharjo)*. Surakarta: IAIN.
- Satori, D., & Komariah. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Satori, D., & Komariah, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Satriawan, Y. (2020, May 9). *Kiat Pariwisata Bertahan di Tengah Pandemi*. Retrieved from VOA INDONESIA: <https://www.voaindonesia.com/a/kiat-pariwisata-bertahan-di-tengah-pandemi/5412782.html>
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Silalahi. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.