

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat di seluruh dunia dan memiliki kontribusi penting terhadap perekonomian dunia. Dalam beberapa dekade terakhir, pariwisata tidak lagi hanya berfokus pada hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi instrumen yang efektif untuk mendorong pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya. Bahkan pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara sudah tidak diragukan lagi. Banyak negara yang telah memanfaatkan pariwisata dengan serius dalam beberapa tahun terakhir, menjadikannya industri utama yang menghasilkan devisa, lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Dampak positif pariwisata telah ditunjukkan, khususnya dalam meningkatkan perekonomian lokal.

Mengingat setiap pengunjung internasional menghabiskan antara \$1.100 dan \$1.200 USD selama kunjungan mereka, pariwisata dapat meningkatkan keuntungan devisa dan menciptakan lapangan kerja bagi penduduk lokal, oleh karena itu penting bagi Indonesia untuk meningkatkan kontribusi PDB-nya. Jumlah pengunjung asing ke Indonesia diperkirakan akan terus meningkat pada tahun 2023. Data kunjungan pengunjung internasional pada bulan Desember 2023 disajikan di bawah ini.



Gambar 1.1

Kunjungan Wisatawan Mancanegara Pada Desember 2023

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan jumlah kunjungan wisman pada Desember 2023 mencapai 1,14 juta orang. Dibandingkan November 2023 (perbandingan bulanan), jumlah tersebut meningkat 22,91 persen, dan dibandingkan bulan yang sama tahun lalu (perbandingan tahunan) meningkat 20,17 persen. Selain itu, jumlah kunjungan wisatawan nasional (wisnas) pada tahun 2023 secara keseluruhan berjumlah 7,52 juta orang, meningkat tajam sebesar 112,26 persen dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 3,54 juta orang. 27,98 persen dari seluruh wisatawan internasional memilih Malaysia sebagai tujuan perjalanan mereka, menjadikannya tujuan wisata domestik teratas. (BPS, 2023)

Perusahaan tour and travel memiliki peran yang sangat penting dalam industri pariwisata dengan menawarkan berbagai layanan perjalanan dan tour kepada pelanggan. Salah satu layanan yang sangat dibutuhkan dalam sektor pariwisata adalah jasa biro perjalanan wisata, yang menyediakan berbagai fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan wisata. Biro perjalanan

wisata, atau yang sering disebut dengan tour and travel merupakan sebuah usaha yang mengelola dan menyediakan layanan serta perencanaan perjalanan wisata baik untuk individu maupun kelompok, baik itu perjalanan domestik maupun internasional.

Jasa biro perjalanan yang kadang disebut dengan jasa tour and travel ini banyak terdapat di banyak kota di Indonesia, antara lain Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Bali, Padang, dan lain-lain. Perusahaan transportasi yang menyediakan jasa tour and travel semakin populer seiring dengan berkembangnya potensi pariwisata Indonesia. Hal ini menyebabkan semakin besarnya persaingan di sektor ini. (Moeryawan & Wijaya, 2024)

Khususnya di Sumatra Barat, telah mengalami pertumbuhan dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai salah satu pelaku bisnis di sektor ini, biro perjalanan wisata memainkan peran penting dalam memfasilitasi dan meningkatkan pengalaman wisatawan. PT. Cidi Young Asian Padang, yang berlokasi di Balai Jumat Balah Aie. VII Koto Sungai Sarik Kab. Padang Pariaman, Sumatra Barat. Sebagai kantor pusat, dan memiliki cabang di Padang yang berlokasi di Jl. Kp.Jawa Dalam IV No 21, West Padang, Padang City West Sumatera 52112, merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang beroperasi di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kota Padang, sebagai ibu kota Provinsi Sumatra Barat, dikenal dengan pesona alam, kekayaan budaya, dan nilai historisnya yang memikat. Padang menawarkan berbagai destinasi wisata yang beragam, mulai dari pantai-pantai yang memukau seperti pantai air manis dan pantai Padang, hingga situs-situs bersejarah seperti Museum Adityawarman dan Kota Tua Padang. Selain itu, kekayaan kuliner khas Minangkabau, seperti rendang dan sate Padang, semakin memperkaya pengalaman wisatawan. Potensi besar pariwisata di Kota

Padang membutuhkan dukungan dari sektor layanan tour dan travel yang profesional dan berkualitas. Keberadaan perusahaan tour and travel sangat penting dalam membantu wisatawan menikmati pengalaman perjalanan yang terorganisir, mulai dari penyediaan transportasi, pengaturan penginapan, hingga penyusunan paket wisata yang menarik. Salah satu perusahaan yang berperan dalam pengembangan layanan ini adalah PT Cidi Young Asian Padang, sebuah biro perjalanan wisata yang menawarkan berbagai paket tour untuk memenuhi kebutuhan wisatawan lokal maupun mancanegara. Peran perusahaan tour and travel seperti ini tidak hanya memudahkan perjalanan wisata, tetapi juga turut mendukung perekonomian daerah melalui pengelolaan potensi wisata yang ada.

Hampir semua bisnis mengalami persaingan, dan bisnis tour and travel telah menjadi tren baru beberapa tahun terakhir. Tidak dapat dihindari bahwa persaingan untuk mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin. Banyak strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan ini. Dengan harga paket yang terjangkau, fasilitas yang memadai, dan promosi yang menggiurkan, Karena promosi adalah salah satu jenis pemasaran yang dianggap cukup efektif, pentingnya promosi juga harus diperhatikan. Proses dimana pedagang menyampaikan informasi kepada konsumen atau peserta lain dalam rantai penjualan dalam upaya mengubah pola pikir dan tindakan mereka dikenal sebagai promosi.(Zainur Ridho & Nurul Ajizah, 2024)

Melakukan analisis SWOT merupakan salah satu hal yang wajib dilakukan guna menentukan rencana bisnis terbaik dan menilai strategi yang diterapkan dalam suatu perusahaan. Analisis SWOT adalah teknik untuk mengembangkan dan mempraktikkan strategi bisnis untuk mencapai tujuannya. Karena suatu organisasi beroperasi dalam berbagai

situasi lingkungan yang dinamis, maka lingkungan mempunyai dampak yang bagus terhadap keberhasilan perusahaan, oleh karena itu dilakukan analisis SWOT. Analisis SWOT menurut (Studi et al., 2024) adalah cara untuk menganalisis strategi bisnis dengan melihat kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Manfaat analisis SWOT adalah ialah sebagai kaca diri perusahaan dan sebagai acuan memanfaatkan peluang menghadapi ancaman. Tujuan analisis SWOT ini adalah untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi oleh perusahaan, baik itu kondisi perusahaan itu sendiri maupun kondisi produk yang dijual.

Dalam proses analisis SWOT ini, terdapat 4 faktor yang digunakan untuk mengevaluasi dan menilai perusahaan. Keempat faktor tersebut adalah ancaman dan peluang eksternal, serta kekuatan dan kelemahan pihak internal. Analisis kekuatan adalah proses menentukan potensi atau keunggulan suatu perusahaan untuk menentukan elemen-elemen yang membentuk keunggulan utama organisasi. Menganalisis faktor internal yang menghambat kemampuan bisnis bersaing merupakan salah satu cara untuk mengidentifikasi kelemahan. Menemukan elemen eksternal yang dapat digunakan untuk membangun kekuatan baru dan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam bersaing dikenal dengan istilah peluang. Sedangkan ancaman merupakan variabel eksternal yang dapat menjadi hambatan atau kesulitan bagi suatu usaha dalam memenangkan persaingan.

Penelitian ini dilakukan di kantor cabang PT. Cidi Young Asian Padang (Cidigo Travelindo) yang beralamatkan di Jl. Kp.Jawa Dalam IV No 21, West Padang, Padang City West Sumatera 52112, yang merupakan sebuah perusahaan travel organizer Milennial (*Umrah, Education Trip, Tour Domestik, Tour Luar Negeri dan Halal Tour*),

mengembangkan produk perjalanan untuk individu dan korporasi dengan tujuan destinasi negara-negara Eropa, Asia dan Domestik Indonesia, penyedia akomodasi transportasi dan penginapan. PT. Cidi Young Asian Padang memiliki beberapa keunggulan internal yang mendukung operasionalnya. termasuk memanfaatkan strategi bisnis yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan, membangun kerja sama dengan vendor terpercaya, seperti hotel, restoran, dan penyedia transportasi, yang memungkinkan penawaran harga kompetitif dan layanan berkualitas dan menawarkan paket wisata yang disesuaikan dengan tren dan preferensi pasar. Selain itu, tim yang berpengalaman dalam penyusunan itinerary dan pelayanan pelanggan menjadi kekuatan utama dalam memberikan pengalaman wisata yang memuaskan. Namun, untuk dapat terus bersaing, PT Cidi Young Asian Padang juga perlu konsisten melakukan evaluasi terhadap efektivitas strategi yang telah dijalankan, mengidentifikasi kelemahan yang ada, serta memanfaatkan peluang yang tersedia dipasar.

Strategi bisnis yang telah dilakukan PT Cidi Young Asian Padang adalah mempromosikan lewat media social seperti instagram, tiktok, whatsApp dan facebook, promosi melalui offline dengan mulut ke mulut, dan penjualan langsung. PT Cidi Young Asian Padang di instagram memiliki pengikut sebanyak 2.004, dan di tiktok memiliki pengikut sebanyak 4.687. Dengan angka ini menunjukkan bahwa masih sangat sedikit orang yang mengetahui perusahaan melalui platform media sosial yang dimiliki oleh PT. Cidi Young Asian Padang. Berikut daftar gambar 1.2 instagram dan 1.3 tiktok PT Cidi Young Asian Padang.



Gambar 1.2

Instagram PT. Cidi Young Asian Padang



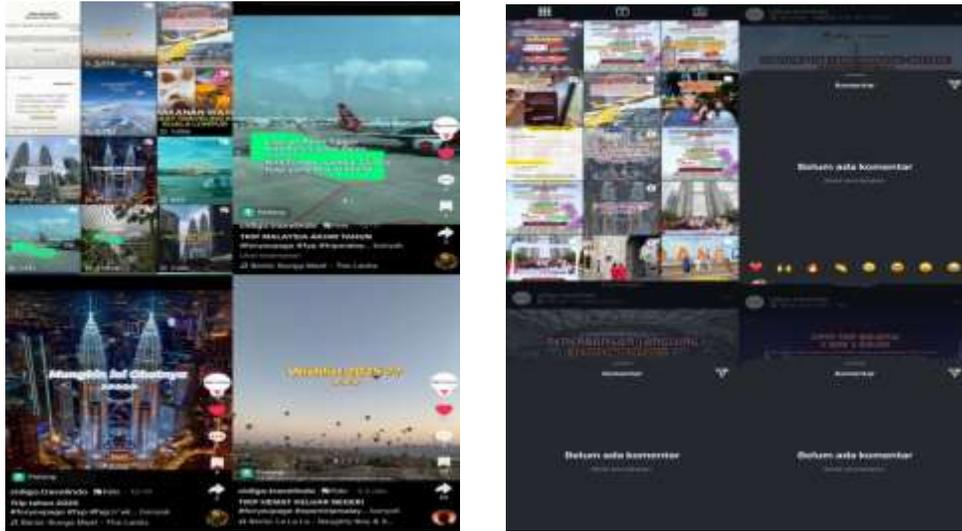
Gambar 1.3

Tiktok PT. Cidi Young Asian Padang

Sumber : Data diolah dari PT. Cidi Young Asian Padang 2025

Metode pemasaran yang dilakukan di Instagram PT. Cidi Young Asian Padang mencakup memberikan informasi tentang paket perjalanan wisata internasional dan domestik, serta transportasi dan penginapan. Instagram PT. Cidi Young Asian Padang juga sering

mengupdate postingan tentang promosi perjalanan wisata. Namun, promosi di media sosial tidak banyak respons dari konsumen, berikut bukti data promosi di media sosial tidak banyak respon.



Gambar 1.4

Bukti Data Promosi di Media Sosial Tidak Banyak Respon

Meskipun PT. Cidi Young Asian Padang berusaha untuk membuat strategi bisnis dan promosi yang menarik untuk menarik pelanggan. Dalam situasi ini, PT Cidi Young Asian Padang telah berhasil membangun reputasi yang baik dikalangan pelanggan. Salah satu faktor utama yang menjadikan perusahaan ini dikenal luas adalah efektivitas strategi mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menjadi kekuatan utama dalam mempromosikan layanan. Sebagian besar pelanggan mengetahui PT Cidi Young Asian Padang melalui rekomendasi teman, keluarga, atau kerabat yang telah puas dengan pelayanan diberikan. Kepercayaan dan kepuasan pelanggan inilah yang menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam menarik

pelanggan baru dan mempertahankan yang lama. Berikut jumlah tamu yang menggunakan jasa PT. Cidi Young Asian Padang dalam waktu 3 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Jumlah Tamu Selama 3 Tahun Terakhir

| No | Tahun | Jumlah Tamu |
|----|-------|-------------|
| 1 | 2022 | 60 |
| 2 | 2023 | 193 |
| 3 | 2024 | 323 |

Sumber :Data diolah PT. Cidi Young Asian Padang

Dari data diatas bisa kita lihat bahwa PT Cidi Young Asian Padang mencatat pertumbuhan dalam jumlah pelanggan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data perusahaan, jumlah pelanggan yang dilayani menunjukkan peningkatan pesat, yaitu sebanyak 60 orang pada tahun 2022, meningkat menjadi 193 orang pada tahun 2023, dan mencapai 323 orang pada tahun 2024. Peningkatan ini tidak terlepas dari strategi yang dilakukan oleh perusahaan dalam menarik perhatian pelanggan. Salah satu faktor utama adalah kekuatan rekomendasi dari pelanggan sebelumnya melalui promosi mulut ke mulut (*word of mouth*), yang terbukti menjadi salah satu metode pemasaran paling efektif. Kepercayaan yang dibangun melalui pengalaman positif pelanggan menjadi aset penting dalam memperluas jangkauan pasar tanpa harus bergantung sepenuhnya pada strategi pemasaran digital.

Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, PT Cidi Young Asian Padang juga menghadapi tantangan untuk menjaga kualitas layanan yang konsisten dan terus berinovasi agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Dengan jumlah pelanggan yang semakin bertambah, perusahaan perlu mengembangkan strategi yang lebih terstruktur untuk mengelola

kepuasan pelanggan sekaligus memperkuat daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu PT. Cidi Young Asian Padang memiliki beberapa pesaing dalam menjalankan usaha nya. Berikut data biro tour and travel yang tersebar di wilayah Padang:

Tabel 1.2

Beberapa pesaing tour & travel di Kota Padang Sumatra Barat

| No | Nama Travel | Alamat perusahaan |
|----|---------------------|--|
| 1. | Asia Tour | Jl. Terendam No.25, Sawahan, Kec. Padang Tim., Kota Padang, Sumatera Barat 25132 |
| 2. | Mutiara Travel Trip | Jl. Cendrawasih No 17-A Air Tawar Barat Padang- Sumatera Barat |
| 3. | Suka Travel | Jl. Alai Tim. Samping No.72b, Ampang, Kec. Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat 25132 |
| 4. | Ero tour | Jl. Ir. H. Juanda No.6, Rimbo Kaluang, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat 25111 |
| 5. | Singgalang travel | Jl Andalas No,73, Andalas, Kec. Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat 25125 |

Tabel di atas menyajikan informasi tentang beberapa pesaing utama PT. Cidi Young Asian Padang di industri tour and travel. Data tersebut memberikan wawasan bagi PT. Cidi Young Asian Padang mengenai lokasi dan informasi kontak dari pesaing pesaingnya, sehingga perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih optimal untuk bersaing di industri travel.

Dari data di atas, masing-masing perusahaan pesaing PT Cidi Young Asian Padang memiliki kelebihan yang menjadi daya saing mereka, baik dalam segi pemasaran, kualitas

layanan, maupun lokasi strategis. Seperti perusahaan Asia Tour memiliki akun sosial media yang lebih aktif dan memperoleh pengikutnya lebih banyak dibandingkan dengan pesaing lainnya dan lokasinya strategis di pusat kota, selain itu perusahaan Ero Tour Padang juga lokasinya cukup strategis dan berada di daerah yang ramai dan dekat dengan beberapa fasilitas umum.

Oleh karena itu, kesuksesan perusahaan sangat bergantung dengan kemampuan perusahaan dalam mengenali dan mengambil manfaat dari peluang yang ada, dan sudah seharusnya bagi pemilik perusahaan travel & *tour* sudah ahli dalam melihat peluang dalam memasarkan jasa yang mereka punya. adapun berbagai macam cara dalam melawan para pesaing seperti menggunakan strategi-strategi yang efektif dan yang sebelumnya dilakukan dengan adanya analisa yang baik. Dalam menyusun strategi bisnis yang efektif, perusahaan perlu memeriksa dan memahami pesaingnya secara menyeluruh. Setiap bisnis harus memastikan bahwa nilai dan kepuasan yang mereka tawarkan melalui pelayanan, tarif, lokasi, dan promosi memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing yang ada. Selain itu, setiap langkah strategi bisnis yang diambil bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek, fokusnya adalah menarik perhatian dan minat konsumen. Sedangkan dalam jangka panjang, tujuan utamanya adalah menjaga konsistensi kualitas pelayanan agar pelanggan puas dan terus datang kembali.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi bersaing bisnis tour and travel pada PT Cidi Young Asian Padang”. Penelitian ini dilakukan untuk mencari strategi yang tepat dan mudah diterapkan, sehingga perusahaan bisa

memanfaatkan peluang yang ada, mengatasi tantangan, dan bersaing ditengah bisnis tour and travel yang semakin ketat ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Kondisi internal dan eksternal pada perusahaan PT Cidi Young Asian Padang?
2. Strategi apakah yang diterapkan pada PT Cidi Young Asian Padang dalam rangka mencapai keunggulan bersaing?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi eksternal dan internal pada perusahaan PT Cidi Young Asian Padang.
2. Untuk mengetahui strategi apakah yang digunakan pada perusahaan PT Cidi Young Asian Padang dalam rangka mencapai keunggulan bersaing.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Sebagai referensi dan sumber informasi bagi siapa pun yang ingin menggunakan analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran atau yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

2. Manfaat praktis

Manfaat penelitian dilihat dari segi praktik, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkannya, diantaranya :

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai strategi pemasaran yang efektif melalui pendekatan analisis SWOT, mengasah kemampuan analisis dalam mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal perusahaan, dan mengetahui perbandingan antara teori dengan fakta atau kenyataan di lapangan dan menerapkan secara langsung ilmu yang sudah diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan referensi perpustakaan.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memanfaatkan analisis SWOT, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan kekuatan, memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi ancaman dengan lebih baik. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan strategi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan di industri pariwisata.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis strategi bisnis PT Cidi Young Asian Padang melalui analisis SWOT. Fokus penelitian ini meliputi identifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi perusahaan. Strategi bisnis yang dirumuskan dalam penelitian ini hanya didasarkan pada hasil analisis SWOT. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber primer dan sekunder, dan tidak mencakup analisis komparatif dengan perusahaan lain.