

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia pariwisata berkembang semakin pesat dari hari ke hari dan mempunyai prospek yang bagus untuk masa depan. Dikarenakan itu banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang menerjuni di bidang pariwisata serta semakin bertambahnya travel agent yang sudah merintis usaha pariwisata di kota Medan. Bukan hanya itu, sekarang juga sudah banyak aplikasi sistem online seperti: traveloka, pegi-peg.com, tiket.com dan sistem lainnya. Dikarenakan hal tersebut banyak perusahaan yang dituntut untuk terus berkompetisi dan didorong untuk memperluas pangsa pasar maupun jaringan distribusi untuk tetap bisa bertahan dan bisa bersaing di pasaran.

Salah satu perusahaan travel agent yang berkembang di kota Medan yang memiliki spesialisasi di bidang penjualan tiket, baik tiket atraksi, pesawat maupun voucher hotel, atau paket wisata yaitu PT RAYA UTAMA yang terletak di jalan Juanda. Meskipun sudah dilakukan pemasaran melalui pamflet, spanduk, brosur, dan sosmed, akan tetapi untuk penjualannya masi belum bisa menyaingi aplikasi online, sehingga hal tersebut sangat memengaruhi profit perusahaan. Hal tersebut dimulai saat pertengahan tahun 2013 di mana pada saat awal traveloka mulai berkembang, pembelian tiket (tiket pesawat) di PT RAYA UTAMA semakin mengalami penurunan. Di tahun 2020, traveloka bukan hanya aplikasi yang menjual tiket pesawat tetapi juga sudah berkembang ke bidang penjualan hotel, tiket atraksi, tiket kereta, gabungan hotel dan tiket, tranpostasi bandara, serta rental mobil. Hal tersebut semakin terlihat dampaknya dan penjualan di travel agensi menjadi kurang optimal seperti di PT RAYA UTAMA. Sebelum traveloka muncul, hasil penjualan bisa mencapai sekitar 80% – 90%, sekarang hanya bisa sekitar 55 – 60% dan ditambah dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, masyarakat lebih tertarik memanfaatkan teknologi internet untuk melakukan pembelian tiket.

Seperti di tahun 2020 ini masyarakat lebih banyak menggunakan aplikasi dari pada harus langsung datang ke toko untuk membeli tiket (baik pesawat, hotel ,atraksi). Hal inilah yang membuat PT RAYA UTAMA harus memikirkan cara bagaimana bisa menyetarakan, meningkatkan kemampuan di pasaran serta lebih menggunakan

teknologi dalam pemasarannya baik dari produk, tempat, promosi maupun harga yang akan diterapkan. Disamping itu perusahaan juga perlu memperhatikan lingkungan internal maupun eksternal supaya dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di PT RAYA UTAMA, maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya yaitu :

1. Bagaimana mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) maupun eksternal (peluang dan ancaman) apa dengan mengidentifikasi masalah utama pada strategi pemasaran di PT RAYA UTAMA menggunakan analisis SWOT?
2. Bagaimana merancang strategi baru untuk PT RAYA UTAMA?
3. Bagaimana PT RAYA UTAMA menentukan strategi prioritas dalam melakukan pemasarannya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk mendapatkan faktor internal maupun eksternal apa yang mempengaruhi pemasaran pada PT RAYA UTAMA menggunakan analisis SWOT.
2. Untuk mendapatkan strategi apa yang paling prioritas menggunakan metode AHP.
3. Untuk mendapatkan strategi apa yang bisa diterapkan dalam PT RAYA UTAMA.

1.4 Batasan Penelitian

Untuk mengurangi ruang lingkup permasalahan yang terlalu luas, batasan pada penelitian ini yaitu :

1. Penelitian dilakukan hanya terhadap divisi tiket (baik tiket pesawat, atraksi) dan hotel pada perusahaan.
2. Data penelitian yang diambil adalah data penjualan tahun January 2020 – November 2020.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terhadap perusahaan yaitu :

1. Penelitian ini diharapkan bisa membantu perusahaan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang akan diterapkan kedepannya serta meningkatkan pangsa pasar kedepannya supaya bisa membuat penjualan menjadi lebih besar lagi daripada sebelumnya.

Manfaat penelitian bagi peneliti selanjutnya yaitu :

1. Penelitian ini diharapkan memberi manfaat, wawasan , serta pengalaman melalui analisis yang akan dipaparkan menggunakan metode analisis SWOT dan ANALYTIC HIERARCHY PROCES