

BAB 1

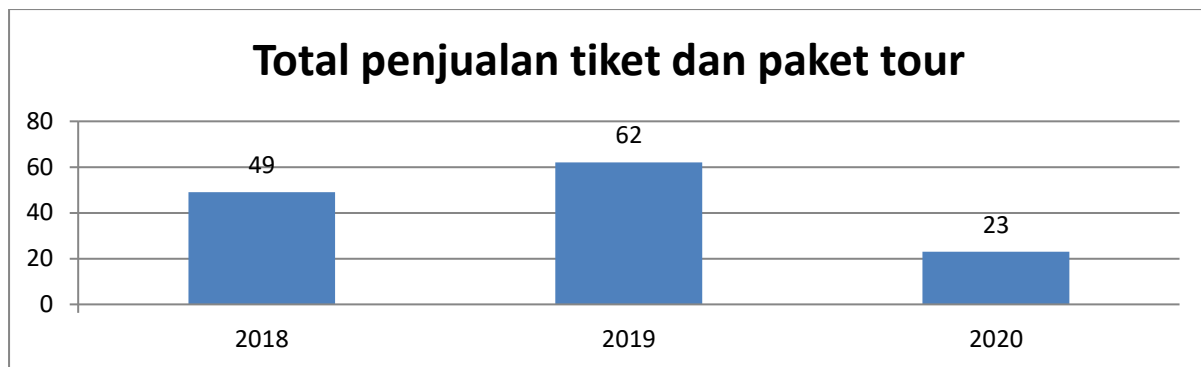
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Indonesia yang kaya akan daerah wisata dan kebudayaan menarik perhatian wisatawan dalam dan luar negeri untuk berkunjung dan melihat langsung. Menjawab perkembangan ini maka industri pariwisata juga harus mengikuti kemajuan dengan menawarkan fasilitas fasilitas yang memudahkan para wisatawan. Dalam hal ini dibutuhkan pihak Travel Agen sebagai penghubung antara wisatawan (baik dalam maupun luar negeri) dengan pihak pemerintah untuk mengembangkan dan mempromosikan wisata Indonesia agar dikenal oleh wisatawan (R.S. Damarjati, 2001:132). Peran Travel Agen dalam pengembangan industri pariwisata adalah kegiatan promosi daerah wisata yang sangat dominan karena memiliki jaringan kerja sama yang luas seperti transportasi (maskapai penerbangan, kapal, kereta api, bus), penginapan (hotel, *homestay*, *guesthouse*, villa), resto, dan lain lain (Lukman Fauroni, 2011: 9).

Namun, pada awal tahun 2020 wabah Corona muncul dan menyebar secara luas dan membuat lumpuh semua aspek. Wabah Corona melumpuhkan banyak negara dengan memaksa melakukan PSBB dan *lockdown* guna menghindari penyebaran lewat kerumunan. Di Indonesia terhitung sejak maret 2020 dilakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sampai bulan Mei 2020 (www.kompas.com). Usai PSBB pemerintah menetapkan *New Normal* untuk menghadapi Corona dengan cara menerapkan protokol kesehatan pada setiap kegiatan sehari-hari seperti penggunaan masker, *face shield*, *hand sanitizer* dan menjaga jarak. Di masa *New Normal* beberapa bidang pekerjaan sudah kembali normal dengan balutan protokol kesehatan, namun tidak untuk industri pariwisata (www.travel.kompas.com). Industri pariwisata mengalami kemunduran bahkan bisa dibilang sepi pengunjung. Walaupun pemerintah sudah mengeluarkan aturan *New Normal* tetapi kebanyakan orang masih enggan pergi ke daerah wisata dengan alasan menghindari kerumunan dan keramaian. Elemen Industri pariwisata yang sangat terkena pengaruh adalah Travel Agen. Tanpa adanya wisatawan maka Travel Agen harus mencari pilihan usaha lain atau solusi berkembang agar tetap bertahan.

Salah satu Travel Agen yang terkena dampak Corona adalah Milala Wisata Tour and Travel. Milala Wisata Tour and Travel berlokasi di Medan, Sumatra Utara dan mulai beroperasi sejak 2015. Berikut adalah data penjualan tiket dan tour pada Milala Wisata Tour and Travel yang direkap pertahun di akhir bulan 11.



Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa dari segi penjualan tiket dan penjualan tour mengalami penurunan yang signifikan. Pengaruh tersebut disebabkan oleh wabah virus Corona yang mengakibatkan berkurangnya minat orang lokal dan mancanegara untuk pergi berwisata. Mengatasi hal tersebut maka dibutuhkan bisnis sampingan agar menopang bisnis travel tetap bertahan. Salah satu bisnis yang berhubungan dengan travel adalah kuliner khas daerah. Sumatra Utara yang terkenal dengan kuliner yang disukai banyak orang dan jarang dijumpai di daerah lainnya menjadi kesempatan untuk dijadikan bisnis sampingan.

Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Risda Pratiwi (2018) di perusahaan CV. UUL JAYA kota Medan dengan menggunakan metode analisis SWOT. Dari penelitian tersebut didapatkan hasil yang digunakan untuk meningkatkan penjualan adalah produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, peningkatan promosi, lokasi yang tepat. Penelitian lain juga pernah dilakukan oleh Muh. Aqmal Thesyar, Engkus Kuswarno, Ira Mirawati (2020) di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kota Bandung dengan metode bauran pemasaran Promosi interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Hasil yang diperoleh adalah di masa pandemi COVID-19 menggunakan promosi berbasis digital lebih aman dan berhasil untuk meningkatkan penjualan produk. Penelitian lainnya juga pernah dilakukan oleh Wahyudin, Billy Nugraha, Ida Rinjani (2020) di UMKM Kabupaten Karawang dengan menggunakan metode bauran pemasaran 7P (*price, product, place, promotion, people, process, physical evidence*), STP (*segmentation, targetting, positioning*), analisis studi kelayakan (*cashflow*). Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah penelitian bisnis plan dan bauran pemasaran pemasaran 9P dapat digunakan sebagai manajemen strategi untuk UMKM untuk berkembang dan membuka usaha baru di masa pandemi COVID-19 dengan mempertimbangkan bisnis plan yang dibuat.

Untuk dapat bertahan di masa pandemi COVID-19, maka perusahaan travel perlu dikembangkan dalam jenis usaha yang baru yang dapat mendukung usaha utama dengan mempertimbangan manajemen strategis dan bisnis plan nya. Berdasarkan uraian di atas, maka

penulis tertarik mengangkat pokok bahasan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS MASA PANDEMI DI PT. MILALA WISATA TOUR AND TRAVEL”**.

1.2. Rumusan Masalah

Pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian kali ini adalah pengembangan bisnis di bidang kuliner khas agar menopang bisnis travel Milala Wisata tetap bertahan melewati masa pandemi COVID-19. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana cara mengoptimalkan pemasaran kuliner khas medan agar dikenal dengan cepat dan luas ?
2. Bagaimana cara mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan bisnis kuliner ?
3. Bagaimana cara menentukan layak atau tidaknya bisnis kuliner untuk dijadikan side bisnis?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengoptimalkan pemasaran kuliner khas medan dengan menggunakan metode *Marketing mix 7P*.
2. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan bisnis kuliner khas dengan menggunakan analisis SWOT dan STP (*segmentation, targetting, positioning*).
3. Menentukan tingkat kelayakan side bisnis dengan perhitungan *Internal rate of return* dan *cashflow* selama 3 tahun.

1.4. Asumsi dan Batasan Penelitian

Asumsi kuliner khas yang diteliti adalah daerah sekitar Kabupaten Karo. Sebagai acuan batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya mengangkat kuliner khas medan khususnya di Karo
2. Batasan target untuk pemasaran adalah Kota Jakarta, Yogyakarta, Bali, Manado.
3. Batasan untuk pengukuran *cashflow* hanya dilakukan selama 3 tahun.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi mahasiswa
Penulis mendapat pengetahuan baru mengenai macam-macam kuliner khas di medan dan spesifikasinya
2. Manfaat bagi PT. Milala Wisata

Sebagai alternative bisnis sampingan dan juga pertimbangan upaya untuk mempertahankan bisnis travel.

3. Manfaat bagi jurusan

Sebagai bahan tambahan referensi bacaan dan sumber pengetahuan bagi mahasiswa.

1.6. Perusahaan dan Sejarah Singkat

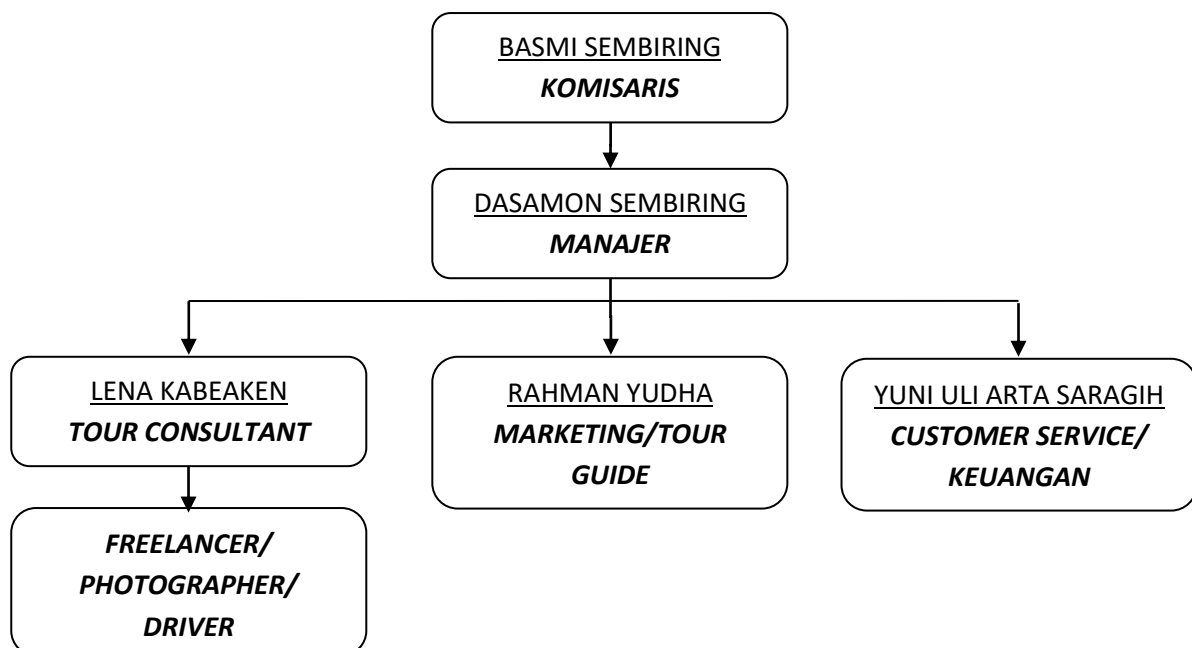
Perusahaan PT Milala Wisata Tour & Travel berdiri sejak tahun 2013. Dipimpin oleh Dasamon Sembiring Milala yang merupakan anak dari Basmi Sembiring yang menjabat sebagai komisaris dalam struktur organisasi. Lokasi perusahaan berada di Jl. Jamin Ginting No 207, Kwala Bekala, Kecamatan Medan johor, Kota Medan, Sumatra Utara. Awalnya perusahaan PT Milala Wisata didirikan Dasamon Sembiring dan 3 orang temannya yang pada saat itu belum memiliki izin usaha dan masih berlabel Medan Hopes.

1.7. Produk (Barang/Jasa)

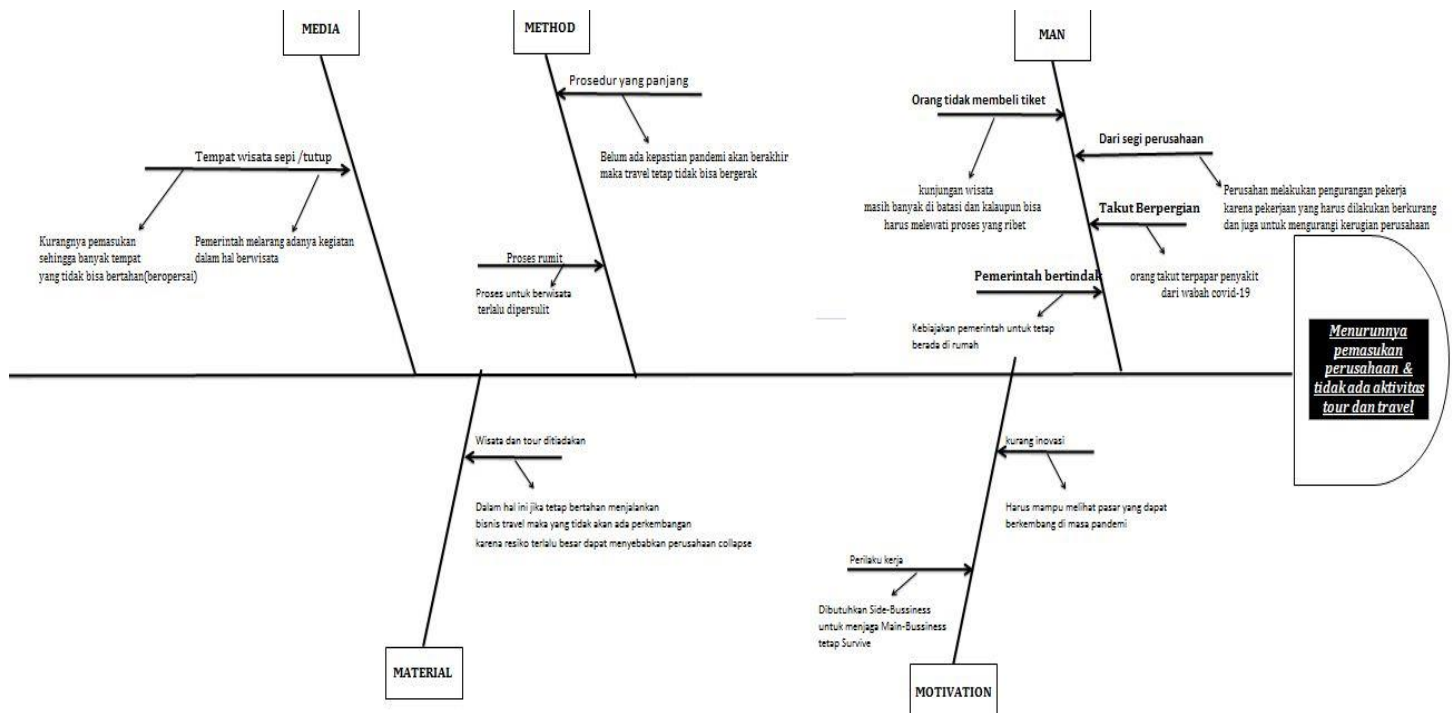
PT. Milala Wisata Buana adalah perusahaan tour dan travel yang bergerak dalam bidang jasa seperti:

1. Penyediaan paket tour domestik (Sabang, Samosir, Bali, Yogyakarta)
2. Tiket pesawat dalam dan luar negeri
3. Penyediaan mobil travel (penjemputan/pengantaran di bandara)
4. Pengurusan Paspor dan Visa

1.8. Struktur Organisasi



1.9. Akar Permasalahan



1.10. Roadmap Penelitian

