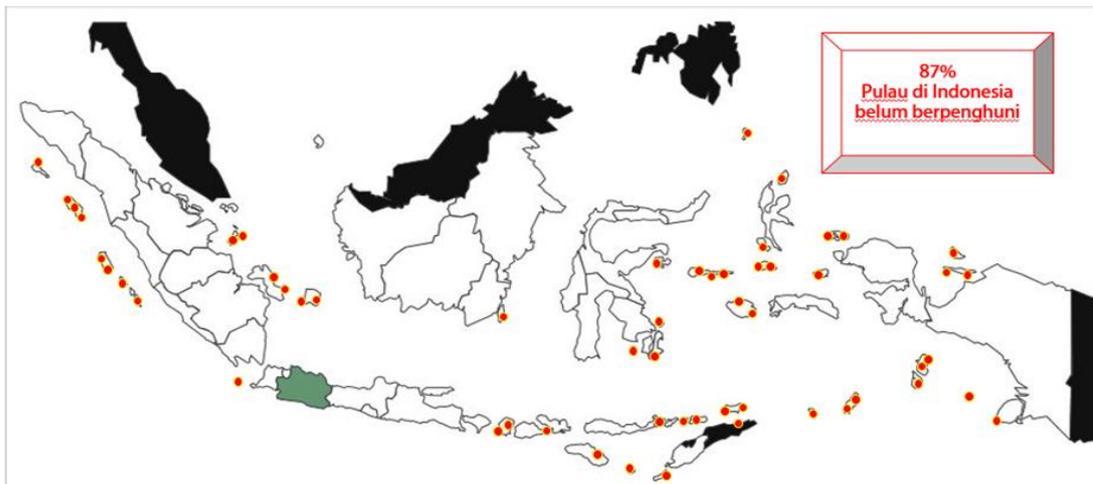


# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

Pada akhir tahun 2015, Indonesia akan memasuki suatu kondisi dimana masyarakat se-Asia akan bebas melakukan transaksi jual-beli di seluruh wilayah di Asia Tenggara. Kondisi ini dikenal dengan nama *Asean Economic Community* (AEC) atau yang biasa kita dengar dengan istilah Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Dengan adanya kondisi ini diharapkan Indonesia dengan serius menetapkan strategi dalam menghadapi perdagangan bebas ini, baik para produsen maupun konsumen. Total 650 juta penduduk di ASEAN, 253 juta di antaranya ada di Indonesia, tentu saja merupakan potensi yang sangat besar bagi Indonesia menjadi negara ekonomi yang produktif dan dinamis untuk memimpin pasar ASEAN di masa depan. Kekayaan sumber alam Indonesia yang tidak ada duanya di kawasan ASEAN, merupakan *local-advantage* yang tetap menjadi daya tarik kuat dengan sumber daya alam yang begitu besar dapat dijadikan modal untuk menyongsong Indonesia menuju ASEAN Economy Community 2015



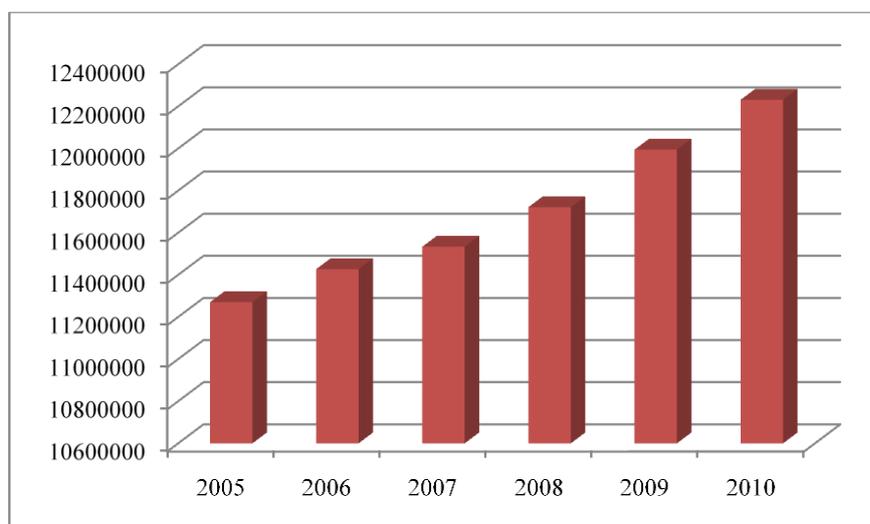
Gambar I.1 Peta Persebaran Pulau Tidak Berpenghuni Dan Berpotensi Di Indonesia

(Sumber: Badan Pusat Statistik)

Sejalan dengan Renstra Kemendag 2010-2014 mengacu pada RPJMN 2010-2014, 3 (tiga) hal yang direncanakan pemerintah dalam kaitannya dengan strategi penguatan daya saing dan pengamanan perdagangan dalam negeri yang salah

satunya adalah strategi penguatan ekspor dimana dalam perumusan strategi ini terdapat penguatan promosi pariwisata sebagai salah satu komponennya. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa sektor pariwisata merupakan sektor yang sangat menjanjikan dalam peningkatan kekuatan perekonomian Indonesia. Hal ini dibuktikan pada Gambar I.1. yang menunjukkan potensi alam Indonesia dengan 17.504 pulau, dimana 15.337 atau 87,62 persen di antaranya tidak berpenduduk dan berpotensi untuk dikembangkan sebagai daerah wisata yang berkelanjutan (Sugihamretha, 2015). Besarnya potensi pariwisata kepulauan Indonesia khususnya pembangunan pariwisata di pulau-pulau kecil mampu menjadi masa depan pariwisata Indonesia. Namun harapan ini harus didukung dengan tindakan nyata yang inovatif untuk mewujudkannya

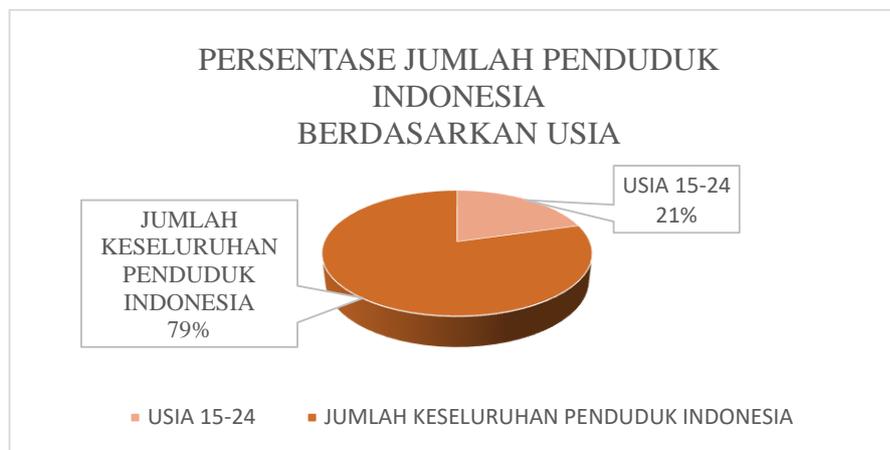
Potensi pasar pada sektor pariwisata ini juga cukup menjanjikan pertumbuhannya dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah turis mancanegara maupun domestik yang melakukan kunjungan wisata ke wilayah Indonesia. Semenjak 2012 lalu, tren pariwisata masyarakat Indonesia mulai bergeser ke arah pariwisata dalam negeri. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyak orang Indonesia yang melakukan perjalanan untuk menikmati negerinya sendiri dimana berdasarkan Biro Pusat Statistik (BPS) dan Pusat Data Informasi (Pusdatin) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, perjalanan wisnus pada semester pertama 2012 meningkat 3,5 persen dibanding semester pertama tahun 2011 yang mencapai 236.752 juta perjalanan.



Gambar I.2 Perkembangan Wisatawan Domestik Tahun 2005-2010

(Sumber: Badan Pusat Statistik 2011)

*Youth tourism* yang telah diterapkan di banyak negara di dunia menjadi sebuah peluang tersendiri bagi kemajuan pariwisata di Indonesia. *Youth segment* menjadi sasaran baru yang sangat menjanjikan mengingat jumlah penduduk berusia 15 hingga 29 tahun adalah 21% dari populasi seluruh penduduk Indonesia. Perilaku *youth segment* yang dinamis dan suka berkumpul dengan teman-teman di luar rumah menjadikan kegiatan pariwisata ke destinasi baru merupakan kegiatan yang cukup diminati untuk menghabiskan liburan atau sekedar mengisi waktu luang. Minat dan daya beli pasar yang cukup tinggi tidak dibarengi dengan kemampuan finansial yang baik adalah ciri utama segmen ini.



Gambar I.3 Persentase Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Usia

(Sumber: Badan Pusat Statistik 2010)

Melihat potensi bangsa Indonesia yang cukup menjanjikan di bidang perjalanan, serta peluang memasuki pasar *youth segment*, maka diciptakanlah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *budget traveling* bernama Triplow. Triplow merupakan suatu usaha dibidang perjalanan yang menyasar pasar *youth segment*. Triplow hadir sebagai jawaban inovatif dari tantangan dan potensi pariwisata Indonesia dengan melihat peluang pasar yang besar pada *youth segment*. Usaha ini mengangkat konsep *budget traveling* yang menawarkan layanan paket wisata yang menyenangkan dengan harga yang murah. Triplow memposisikan diri sebagai perusahaan perjalanan yang mengedepankan pelayanan terbaik kepada konsumen dengan mengangkat *friendly trip and adventure* dengan menciptakan pengalaman yang mengesankan setelah perjalanan. Usaha ini didirikan oleh Wahyu Bijaksana dimana saat ini tahap perencanaan telah sampai pada tahap pematangan sistem dan *brand recognizing* kepada konsumen.

Tabel I.1. Perkembangan Usaha Jasa Perjalanan Wisata Tahun 2009 -  
2013

T A H U N	BPW (Biro Perjalanan Wisata)			APW (Agen Perjalanan Wisata)			Usaha Perjalanan Wisata (BPW + APW)	
	Usaha/Perusahaan		Rata- rata tenaga kerja	Usaha/Perusahaan		Rata- rata tenaga kerja	Jumlah	Pertumbuhan (%)
	Jumlah	Pertumbuhan (%)		Jumlah	Pertumbuhan (%)			
2009	655	-	11.00	1.159	-	9.00	1.814	-
2010	815	24.43	12.05	1.893	63.33	7.57	2.708	49.28
2011	952	16.81	12.35	1.803	4.75	6.51	2.755	1.74
2012	1,116	17.23	11.00	1.917	6.32	6.00	3.033	10.09
2013	1,120	0.36	12.00	1.918	0.05	7.00	3.038	0.16

(Sumber: Badan Pusat Statistik Jasa Perjalanan Wisata)

Perkembangan bisnis *tour & travel* di Indonesia membuat peningkatan penawaran bisnis *travel agent* di Indonesia. *Travel agent* tidak hanya menyediakan layanan berupa tiket penerbangan saja melainkan penawaran tiket *tour* wisata dengan harga terjangkau disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Menurut data *Association of The Indonesian Tour & Travels Agencies* (ASITA) jumlah perusahaan *tour & travel* di Indonesia sudah mencapai sekitar 4.000 perusahaan, tetapi jumlah tersebut cenderung naik turun. Fluktuasi jumlah perusahaan itu karena ada perusahaan yang mampu bertahan dan sebaliknya justru tenggelam. (Harian Bisnis Indonesia, 21 Mei 2013).

Pesatnya pertumbuhan bisnis perjalanan wisata berupa *Tour & Travel* ini pada akhirnya akan memperkuat tingkat persaingan bisnis yang sejenis. Konsep, sistem, perencanaan dan inovasi akan menjadi faktor penentu utama bagi keberhasilan sebuah perusahaan *Tour & Travel* dalam proses *supply and demand*.

Sebagai usaha baru yang belum dikenal pasar, perlu adanya sebuah analisis yang memperlihatkan apakah usaha ini layak dijalankan dan menguntungkan untuk kedepannya. Untuk mengetahui kelayakan usaha *budget traveling* ini, ditambah lagi tantangan dalam persaingan dagang menjelang MEA, maka perlu dilakukan analisis kelayakan investasi agar dapat diketahui bagaimana kelayakan investasinya.

Analisis kelayakan bisnis dilakukan untuk mengetahui apakah bisnis yang sedang dalam tahap perancangan dan pematangan sistem ini layak untuk dijalankan jika dilihat dari aspek pasar, aspek teknis dan finansial. Dalam aspek finansial, pengukuran kelayakan menggunakan indikator *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Payback Period* (PP). Dalam analisis sustainabilitas bisnis kedepannya, analisis sensitivitas juga perlu dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh perubahan jumlah permintaan, perubahan harga jual paket wisata, perubahan biaya operasional terhadap tingkat kelayakan bisnis.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Pada bagian ini dijelaskan rumusan masalah yang diangkat pada penelitian dengan uraian pertanyaan penelitian. Perumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kelayakan bisnis agen perjalanan Triplow yang akan dilakukan dilihat dari aspek pasar?
2. Bagaimana kelayakan bisnis agen perjalanan Triplow yang akan dilakukan dilihat dari aspek teknis?
3. Bagaimana kelayakan bisnis agen perjalanan Triplow yang akan dilakukan dilihat dari aspek finansial?
4. Bagaimana tingkat sensitivitas dan resiko yang ada dalam pelaksanaan bisnis Triplow dengan melihat pengaruh perubahan pada variabel - variabel tertentu?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Pada bagian ini diuraikan tujuan dari penelitian yang dilakukan, yaitu :

1. Mengetahui analisis kelayakan bisnis agen perjalanan Triplow yang akan dilakukan dilihat dari aspek pasar
2. Mengetahui analisis kelayakan bisnis agen perjalanan Triplow yang akan dilakukan dilihat dari aspek teknis.
3. Mengetahui analisis kelayakan bisnis agen perjalanan Triplow yang akan dilakukan dilihat dari aspek finansial.
4. Mengetahui tingkat sensitivitas dan resiko yang ada dalam pelaksanaan bisnis Triplow dengan melihat pengaruh perubahan pada variabel - variabel tertentu.

#### **I.4 Batasan Penelitian**

Batasan masalah ditentukan untuk membatasi bahasan agar lebih spesifik dan tidak meluas. Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Suku bunga, inflasi, pajak dan kondisi ekonomi lainnya dianggap normal dan stabil selama periode penelitian.
2. Biaya yang terdapat pada penelitian, merupakan biaya yang didapatkan selama periode penelitian.
3. Penelitian hanya sampai pada tahap usulan dan rekomendasi, tidak berlanjut pada tahap implementasi.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Pada bagian ini disebutkan mengenai manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini. Manfaat tersebut diantaranya adalah :

1. Sebagai bahan pertimbangan pengembalian keputusan investasi bisnis yang dilakukan oleh Wahyu Bijaksana sebagai *owner* dari Triplow.
2. Sebagai masukan dalam melakukan inovasi pemasaran yang lebih luas.
3. Sebagai bahan masukan yang dapat dipertimbangkan dalam hal dasar pembuatan kebijakan perusahaan mengenai pengembangan usaha selanjutnya.

#### **I.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

##### **BAB I           Pendahuluan**

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II          Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini terdapat dasar teori yang berhubungan dengan penelitian analisis kelayakan yang akan dibahas. Tujuan dari bab ini adalah membentuk kerangka berpikir dan landasan teori yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian dan perancangan hasil akhir serta berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

**BAB III Metodologi Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai tujuan dari permasalahan yang dibahas dan berfungsi sebagai kerangka utama untuk menjaga penelitian mencapai tujuan yang ditetapkan.

**BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini.

**BAB V Analisis**

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan analisis yang dilakukan terhadap data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan.

**BAB VI Kesimpulan dan Saran**

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini.