

OPTIMALISASI DAN KONTRIBUSI USAHA TRAVEL AGENT KEPADA MASKAPAI PENERBANGAN DI MASA PANDEMI COVID-19



¹Primadi Candra Susanto, ²Ryan Firdiansyah Suryawan.

¹*Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia*

²*Sekolah Tinggi Penerbangan Aviasi, Jakarta, Indonesia*

ARTICLE INFO

PBJ use only:

Received date: 03-03-2021

Revised date: 17-03-2021

Accepted date: 28-06-2021

Kata kunci (Keywords)

Optimization;

Contribution;

Travel Agent;

Airlines;

Covid-19

ABSTRACT

The purpose of this research is how travel agents' efforts to airlines, significant changes in tourist activity trends due to the emergence of the Coronavirus (Covid-19) pandemic have a major effect on the habits and behavior of local and foreign tourists, including in the travel agent and air transportation sectors. The pandemic has made boundaries between regions clear again because the limitations have made people's access to move around or have a vacation very limited. Such conditions are burdensome for the majority of people in Indonesia because generally the activities of the tourism sector which are usually free to visit an area to visit interesting destinations in that area are very limited due to regional quarantine activities, which of course means that activities outside the home are very limited. This has resulted in the complexity of the problem of decreasing ticket sales in the travel agent business, which has so far supported the economic turnover of airlines, the Covid-19 pandemic has resulted in termination of employment, limited movement of goods and travel services as well as a decrease in turnover, the covid-pandemic. This 19 also resulted in a decline in the occupation of the hotel and tourism sector. Regarding the acceleration of national economic recovery due to the pandemic, Indonesia needs to increase efforts through economic breakthroughs and creative industries in the tourism sector. By optimizing air transportation modes and normal tourism trends, it can become a bridge in the national tourism sector. Tourism based on community participation and utilization of domestic resources as tourist sites will also support national economic recovery, the adaptation of new normal tourism habits needs to be supported by the application of the ease of flying by airplane so that tourists are not constrained by existing regulations, if this convenience is given, then certainly business travel agents to sell airplane tickets will return to normal.

© 2021 PREMIUM Insurance Business Journal. ALL RIGHTS RESERVED

¹ Koresponden penulis:
primstrisakti@gmail.com

DOI:

ISSN : 2746-3427

A. PENDAHULUAN

Pariwisata yang semakin berkembang pesat dan juga travel yang semakin menjamur di Jakarta ini merupakan faktor penunjang dibuatnya laporan ini. Selain itu pariwisata merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Pariwisata adalah a composite of activities, services and industries that delivers a travel experience: transportation, accomodation, eating and drinking establishment, shops, entertainment, activity, and other hospitality service available for individuals or group that are away from home.

Pariwisata merupakan industri yang berkembang pesat dan juga prospektif hingga masa depan. Banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata, terdapat sarana dan prasarana pariwisata. Yang termasuk dalam sarana pariwisata diantaranya Travel Agent, perusahaan angkutan wisata, perusahaan akomodasi, hotel, restoran, dan objek wisata. Sedangkan yang termasuk dalam prasarana pariwisata diantaranya airport, sea-port, angkutan darat, terminal, stasiun, sistem telekomunikasi, pelayanan kesehatan, dan keamanan.

Travel Agent merupakan salah satu bagian dari pariwisata yang juga sangat berperan penting dalam mendukung kemajuan perkembangan pariwisata yang ada di negara Indonesia. Definisi dari Travel Agent menurut Surat Keputusan Menteri Perhubungan No.PM9/PW104/PHB pada tanggal 22 Desember 1977 pada bab I pasal 1 dalam. Ketentuan Umum diberikan pengertian dalam batasan sebagai berikut : a. Biro Perjalanan Umum. Adalah perusahaan yang melakukan kegiatan paket wisata dan agen perjalanan. b. Agen Perjalanan Adalah perusahaan yang melakukan kegiatan penjualan tiket atau karcis, sarana angkutan dan lain-lain serta pemesanan sarana wisata. c. Cabang Biro Perjalanan Umum. Adalah satuan-satuan usaha dari Biro Perjalanan Umum yang berkedudukan di tempat yang sama atau di tempat lain dan yang memberikan pelayanan

sehubungan dengan kegiatan-kegiatan Biro Perjalanan Umum. Fungsi Travel Agent a. Fungsi Umum : Travel Agent merupakan suatu badan usaha yang dapat memberikan penerangan atau informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia perjalanan pada umumnya dan pejalan wisata pada khususnya. b. Fungsi Khusus : • Travel Agent sebagai perantara dapat disamakan dengan “broker” dalam dunia perdagangan. Dalam kegiatannya Travel Agent bertindak atas nama perusahaan lain dan menjual jasa-jasa perusahaan yang diwakilinya. Karena itu sebagai perantara Travel Agent berada antara wisatawan dan perusahaan industri pariwisata. • Travel Agent sebagai suatu badan usaha yang merencanakan dan menyelenggarakan tour dengan tanggung jawab dan resikonya sendiri. • Travel Agent sebagai pengorganisasi, maksudnya tidak lain bahwa dalam rangka mengembangkan usahanya Travel Agent aktif melakukan kerja sama dengan perusahaan lain baik di dalam maupun di luar negeri. Fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan ini dimanfaatkan untuk barang dagangannya yang akan ditawarkan pada wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata. Aspek pasar dan pemasaran, target pasar, target pasar tour n travel adalah turis lokal dan turis asing, baik itu para pekerja dan mahasiswa. Segmentasi Pasar yang akan menjadi target kami adalah semua kalangan masyarakat golongan menengah ke atas, baik dari sekolah (*study tour*), perkantoran , pemerintah, masyarakat biasa maupun mancanegara. Situasi persaingan sekarang ini banyak wisatawan asing ataupun lokal yang berkunjung di pulau-pulau wisata yang indah untuk berwisata. Tidak menutup kemungkinan banyak pula travel agent yang berdiri untuk membantu mereka dalam perjalanannya. Mulai dari harga tiket yang murah, kreativitas paket wisata serta pelayanan yang prima membuat persaingan travel agent semakin kuat. Strategi Pasar Produk, produk usaha ini adalah jasa wisata untuk para konsumen tour and travel. Jasa wisata tersebut mulai dari akomodasi, konsumsi, hingga kebutuhan lain-lain. Penetapan Harga untuk

penetapan harga tiket kita mematok dari perusahaan maskapai ataupun yang lain yang nantinya akan di jumlah dengan dengan keuntungan yang kami tetapkan. Sedangkan untuk paket wisata, biasanya berhubungan dengan komponen-komponen pariwisata seperti akomodasi, restaurant, dan transportasi, maka kita menggunakan contract rate dari masing-masing komponen tersebut, tetapi untuk obyek wisata kita sesuaikan dengan harga yang real. Promosi dalam sebuah usaha tentu saja harus ada promosi agar laku dalam penjualan, seperti : Membagikan brosur di tempat umum (turistik) seperti bandara, tempat wisata, stasiun kereta api, terminal, dan juga hotel-hotel, mempromosikan paket-paket liburan ke instansi-instansi, mempromosikan paket-paket liburan ke organisasi-organisasi pemuda/mahasiswa, melakukan promosi melalui media sosial. Tempat (lokasi saha) yang berlokasi di tempat strategis.

B. LITERATUR TEORI

(Fanaqi & Pratiwi, 2020) Di luar komponen utama di atas yang dikenal sebagai komponen pendukung pengembangan pariwisata, ada juga faktor penghambat pengembangan pariwisata, yakni tidak adanya sarana dan prasarana pendukung, baik yang dilakukan oleh pihak pemerintah setempat maupun pihak yang berwenang. Tidak tersedianya fasilitas pendukung atau keterbatasan prasarana dan sarana dalam pengelolaan potensi pariwisata biasanya berkaitan erat dengan kurangnya alokasi anggaran dana yang tersedia bagi pengembangan sektor pariwisata. Beberapa komponen yang perlu dipenuhi dalam upaya pengembangan destinasi pariwisata, diantaranya adalah sebagai berikut: a. Atraksi, yakni daya tarik objek pariwisata yang meliputi daya Tarik yang berbasis pada potensi kekayaan alam, kekhasan budaya, maupun buatan manusia. b. Aksesibilitas, meliputi dukungan sistem transportasi terhadap akses pariwisata, seperti; alat transportasi, jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, atau pelabuhan serta moda transportasi lainnya. c. Amenitas, meliputi fasilitas pendukung

kegiatan pariwisata, seperti: penginapan, rumah ibadah, tempat beristirahat, rumah makan, toko cinderamata, fasilitas penukaran atau pencairan uang, pusat informasi wisata, agen perjalanan, dan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan lainnya.

(Pambudi et al., 2020) Pandemi Covid-19 telah meluas dan menyebar secara global tidak kurang dari 218 negara yang telah terpapar termasuk Indonesia. Pariwisata adalah salah satu sektor yang paling terdampak dengan adanya Pandemi Covid-19. Pandemi ini memaksa negara melakukan pembatasan sosial serta pelarangan kunjungan wisatawan antar daerah maupun dari luar negeri. Dampak nyata yang terlihat adalah pekerja sektor ini mengalami penurunan penghasilan, khususnya yang terkait penyedia akomodasi dan makanan serta minuman; perdagangan besar dan eceran; reparasi motor dan mobil; serta pergudangan dan transportasi.

Dua WNI telah terjangkit virus corona dan saat itu pula Presiden Jokowi meminta masyarakat serius dan ketat mengikuti protokol kesehatan. Dampak atas kegelisahan pandemi ini perlahan mulai muncul di Bali dan menjadi pembicaraan di kalangan masyarakat. Pasalnya ketika munculnya kasus virus corona di Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok, setiap warga negara telah cepat memperoleh informasi yang tersebar di media massa. (Kusuma, 2020)

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologi pariwisata yang membantu peneliti melihat fenomena yang terjadi dan berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian terhadap tulisan menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian ini merupakan studi literatur dengan membandingkan beberapa teori yang ada, penelitian sebelumnya. Untuk memperoleh informasi dan data yang diperlukan dalam penulisan ini maka digunakan tehnik pengumpulan data sebagai berikut dokumen/kepuustakaan, yaitu teknik memperoleh data dengan mempelajari

dokumen-dokumen yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis secara kualitatif dengan pola berfikir induktif. Proses analisis tersebut dilakukan dengan teknik analisis data yang bersifat content analisis yaitu melalui tahap pendiskripsian secara rinci, sifat, ciri dan substansi data serta konteksnya, kemudian secara teoritik interpretatif dan menggunakan logika induksi kemudian ditarik suatu kesimpulan.

Menurut Nawawi (2015:4) Populasi adalah keseluruhan subjek yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi sebagai sumber Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh maskapai penerbangan.

Menurut Sugiyono (2013:73) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (Mewakili). Sampel dalam penelitian ini adalah maskapai rute domestik.

D. PEMBAHASAN

Ekosistem sektor pariwisata saat ini mengalami dampak yang cukup besar akibat pandemi Covid-19. Langkah-langkah pemulihan resiliensi kinerja dan bisnis travel agent dan transportasi udara harus segera dirumuskan. Diberlakukannya protokol kesehatan dan Tindakan preventif lockdown, telah mengakibatkan penerbangan internasional mengalami penurunan secara drastis. Pemerintah dapat segera melakukan pembenahan dan penyesuaian aturan serta menetapkan sasaran jangka pendek untuk mengatasi ini semua, dalam konteks pembenahan aturan sudah selayaknya harus mencakup platform protokol kesehatan yang harus dipatuhi tanpa syarat, namun pola kepatuhan terhadap protokol kesehatan, hendaknya tidak lagi menjadi hambatan dalam membangkitkan gairah penumpang dalam menggunakan kembali jasa transportasi udara. Resiliensi Kinerja Sektor transportasi udara berperan sebagai industri vital baik sebagai

sumber maupun sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi. Adanya penurunan permintaan sektor transportasi udara mengakibatkan menurunnya Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 0,18%, konsumsi rumah tangga sebesar 0,55%, dan pendapatan tenaga kerja sebesar 0,54%. Selain itu, terdapat beberapa sektor lain yang juga terdampak akibat menurunnya output sektor transportasi udara, diantaranya sektor perhotelan (13,58%), manufaktur (-12,36%), dan sektor perdagangan/jasa (-6,44%). Untuk menjaga keberlangsungan industri transportasi udara, maka diperlukan strategi yang tepat agar sektor tersebut tetap dapat beroperasi optimal untuk memenuhi demand yang ada dan kembali beroperasi normal pasca pandemi. Oleh karena itu perlu ada upaya mengembalikan perilaku pengguna jasa transportasi udara dengan mengubah persepsi dan opini publik, dengan cara melakukan komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat, edukasi teknologi pendukung kesehatan seperti HEPA, dan pemasangan fasilitas sanitasi secara ekstensif.

Pemasaran jasa tidak dapat diidentifikasi secara jelas gambaran produknya, oleh karena itu Pemasaran Jasa bersifat sensitive dalam menghayati kebutuhan konsumennya, untuk dapat memperkenalkan dan mempromosikan jasa tersebut. Hal ini disebabkan oleh perasaan pelanggan yang bisa berubah-ubah sesuai dengan kondisi, keinginan dan perkembangan lingkungan yang terdapat disekitar lingkungannya tersebut. Kegiatan pemasaran ini harus dapat mendekatkan konsumen, pelanggan dengan produsen sebagai penyedia jasa tersebut dengan mengkaji peluang-peluang pasar, penetapan posisi jasa segmen pasar dan pasar sasaran atas dasar kebutuhan jasa tersebut serta merumuskan bauran pemasaran.

Indonesia sendiri telah membuat aturan kebijakan pembatasan untuk bepergian ke dan dari negara-negara yang masuk dalam zona merah penularan selama pandemi Covid-19 dengan tujuan untuk memutus mata rantai penularan Covid-19, langkah ini mengikuti

kebijakan yang telah lebih dulu dilaksanakan oleh beberapa negara. Kebijakan pembatasan ini memberikan dampak terhadap jadwal penerbangan, bagaimana tidak beberapa maskapai melakukan pembatalan terbang dan sebagian maskapai lagi terpaksa tetap melaksanakan penerbangan meskipun sebagian besar bangku pesawatnya tidak terisi demi pemenuhan hak pelanggan. Para pelanggan sebagian besar juga melakukan cancel atas order tiket penerbangan dikarenakan semakin mewabahnya sebaran Covid-19. Situasi tersebut memaksa pemerintah untuk mengambil langkah dan kebijakan dengan memberi potongan harga untuk para pelancong dengan tujuan Malang, Yogyakarta, Belitung, Manado, Batam, Labuan Bajo, Bintan, Lombok, Denpasar dan Danau Toba. Sebagian besar negara Eropa juga membuat kebijakan atau aturan yang mewajibkan seluruh maskapai penerbangan harus menggunakan sekitar 80% kuota penerbangan yang beroperasi ke luar benua Eropa sehingga tidak kehilangan kuota dari maskapai pesaingnya. Kebijakan pembatasan untuk bepergian ke negara-negara yang masuk dalam zona merah penularan Covid-19 tidak saja dilakukan oleh Indonesia saja, melainkan juga telah dilakukan oleh Australia, China, Rusia, Italia, Singapura dan negaranegara lain. Dampak COVID-19 pada sektor pariwisata juga tidak luput dari ancaman. Data yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik menjelaskan pada tahun 2019 pelancong asing asal China yang datang ke Indonesia menyentuh angka 2.07 juta pelancong atau sebesar 12.8% dari jumlah keseluruhan wisatawan asing sepanjang 2019. Pandemi COVID-19 mengakibatkan wisatawan yang datang ke Indonesia menjadi merosot. Sektor-sektor pendukung pariwisata yaitu restoran, hotel hingga pengusaha retail juga terdampak akibat pandemi COVID-19. Keuntungan hotel mengalami penurunan hingga 40% sehingga berdampak pada operasional hotel dan mengancam kelangsungan bisnisnya. Turunnya pengunjung asing juga berpengaruh terhadap pendapatan rumah makan atau restoran yang pelanggannya lebih dominan

adalah para pengunjung dari luar negeri. Pandemi covid 19 merupakan wabah yang merubah tatanan kehidupan masyarakat diseluruh dunia atau disebut dengan new normal. Masyarakat diwajibkan hidup dalam new normal untuk tetap bisa menjaga kesehatan dan keselamatan jiwa mereka. Covid 19 berdampak sangat berat bagi perekonomian terutama yang mengandalkan perekonomian dalam sektor pariwisata. Belum ditemukannya antivirus untuk covid 19 ini menambah kecemasan masyarakat untuk beraktivitas. Untuk itulah pemerintah mengambil kebijakan penerapan kehidupan new normal dalam menjalankan aktivitas biasa di luar rumah dengan menerapkan protokol tetap pencegahan penyebaran covid 19. Industri pariwisata akan mengalami hal yang sama dan akan mengutamakan penerapan standar protokol kesehatan dan standar keamanan yang dipandang memadai untuk tetap menjaga kenyamanan para wisatawan berkunjung ke Bali. Kehidupan new normal inilah yang sangat menarik untuk dibahas khususnya dalam melihat kesiapan pemerintah dan stakeholder menghadapi pemulihan pariwisata Bali di masa pandemi. Alternatif pilihan berwisata yang berbeda harus dipikirkan supaya Bali tetap menjadi magnet bagi wisatawan domestic maupun mancanegara tentu dengan tidak abai dengan protokol kesehatan. Jika berbicara pandemi covid 19, sampai saat ini sebetulnya virus masih tetap menebarkan terornya karena antivirusnya belum ditemukan. Maka dari itu hidup berdampingan dengan virus menjadi pilihan paling bijak untuk diterapkan saat ini, untuk tetap menjaga dan menggerak sedikit demi sedikit roda perekonomian Bali. Di Bali, pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan selain sektor pertanian dan industri kecil dan menengah). Pariwisata Bali telah tumbuh dan berkembang sedemikian rupa memberikan sumbangan yang besar terhadap pembangunan daerah dan masyarakat Bali. baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengembangan sektor ini menjadi salah satu langkah dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat. Berbagai upaya dilakukan oleh

Pemerintah Kabupaten/Kota yang ada di Bali untuk mengembangkan potensi-potensi lokal untuk membuat wisatawan domestik maupun mancanegara tetap tertarik mengunjungi pulau dewata.

E. PENUTUP

Pariwisata merupakan bidang usaha ekonomi kreatif yang berkembang pesat pada saat ini sebagai sumber devisa negara, dengan meningkatnya potensi pariwisata di suatu daerah mampu menambah perluasan kesempatan tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Selain itu dengan perkembangan ekonomi kreatif yang bertumpu pada bidang pariwisata, mampu melestarikan budaya dan memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa Indonesia. Salah satu tantangan pemerintah saat ini adalah melanjutkan formulasi yang berkesinambungan dalam sektor travel agent dan transportasi transportasi udara untuk meningkatkan revenue dan konektivitas antarwilayah, di tengah adanya pandemi Covid-19. Kementerian Perhubungan tetap mengedepankan protokol kesehatan, dalam melanjutkan pembangunan ini, agar kesehatan tetap terjaga, dan pemulihan ekonomi juga tetap berjalan, Melalui konektivitas, berbagai potensi ekonomi wilayah tentu makin terangkat, termasuk industri pariwisata karena dukungan kemudahan mobilitas dan perpindahan individu antar wilayah, kebutuhan logistik pun bakal semakin mudah terpenuhi dengan rentang harga setara hingga pada akhirnya mampu mendorong pertumbuhan ekonomi. Industri penerbangan mengatakan bahwa ventilasi di pesawat modern harusnya sudah bisa memitigasi risiko penyebaran virus ini. Pasalnya, udara di pesawat modern umumnya sudah merupakan campuran 50-50 udara luar yang steril dan udara kabin resirkulasi yang telah terfilter. Seperti pesawat-pesawat dari Airbus SE dan Boeing Co. misalnya, sudah melengkapi pesawatnya dengan filter HEPA sejak 1980-an, filter itu bisa menyaring partikel terkecil seperti virus. Namun, tentunya fasilitas

filtrasi seperti itu tak akan ditemui di semua pesawat. Untuk mengurangi risiko penularan, para pelancong bisa mengenakan masker sepanjang perjalanan. IATA menyebutkan bahwa kebanyakan kasus penularan Covid terjadi sebelum perjalanan dilakukan. Namun, dalam banyak kasus, penularan di dalam pesawat mungkin terjadi lantaran tidak disiplin menerapkan protokol kesehatan secara ketat dan memakai masker yang sudah terinfeksi. Marketing mix atau bauran pemasaran produk yang biasa dipergunakan oleh perusahaan jasa travel agent yaitu bauran yang terdiri dari unsur 4P, yaitu produk, tempat, harga dan Promosi. Dengan kata lain pembahasan tentang marketing mix adalah pembahasan tentang keempat strategi, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi

F. DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono, Metode Penelitian, Bandung: Alfabeta, 2013
- Nawawi, Hadari H. Metode Penelitian Bidang Sosial, Yogyakarta: Gajah Mada Press, 2015
- Fanaqi, C., & Pratiwi, R. M. (2020). *Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata di Masa Pandemi*. 2(4), 263–273.
- Kusuma, I. D. G. (2020). Wacana Pariwisata Bali Dalam Pusaran Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 3(2), 40–47. <https://doi.org/10.47532/jic.v3i2.199>
- Pambudi, A. S., Masteriarsa, M. F., Dwifebri, A., Wibowo, C., Amaliyah, I., & Ardana, K. (2020). *Strategi Pemulihan Ekonomi Sektor Pariwisata Pasca Covid-19*. 1(1), 1–21.