

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Dwidaya Tour & Travel merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengelolaan perjalanan wisata yang berkualitas bagi pelanggan lokal maupun multinasional berdiri sejak tanggal 19 Juli 1967. Dwidaya mengedepankan pelayanan yang baik dengan pengalaman yang dimilikinya. Kemudahan pelanggan dalam menjangkau Dwidaya dikarenakan Dwidaya memiliki kantor pusat dan 33 kantor cabang di Indonesia (Jakarta, Jogja, dan Bali), luar negeri (Australia dan Hongkong) sehingga membuat nama Dwidaya semakin dikenal. Dwidaya juga membantu pelanggan dalam mencari tiket pesawat, pembuatan dokumen seperti *passport* dan *visa*. Selain dokumen Dwidaya juga membantu pelanggan dalam pemesanan paket *tour* dan hotel.

Perjalanan wisata yang ditawarkan oleh PT Dwidaya Tour & Travel pada pameran berlangsung terdiri dari dua kategori yaitu *premier holidays* dan *costsaver holidays*. Dengan adanya dua kategori yang ditawarkan PT Dwidaya maka calon konsumen dapat dengan mudah memilih paket tour yang diinginkan. Paket tour *Premier holidays* bisa memenuhi kebutuhan calon konsumen untuk berlibur ke Amerika, Eropa, Australia, Afrika dan China. *Premier holidays*

memiliki masa liburan selama 10 hingga 15 hari. Sedangkan untuk *costsaver holidays* memiliki masa liburan selama 6 hingga 7 hari dengan tujuan Singapura, Malaysia, Thailand dan Vietnam.

Untuk menarik dan mendapatkan konsumen, keinginan PT Dwidaya Tour & Travel dilakukan melalui penyelenggaraan pameran. Kegiatan pameran yang diselenggarakan oleh PT Dwidaya Tour & Travel dilakukan melalui kegiatan Humas yang berkaitan dengan kegiatan eksternal yang dilakukan di salah satu Mall yang berada di daerah Tangerang yaitu Mall Alam Sutera, Tangerang pada tanggal 13 Desember s/d 15 Desember 2013. Alasan PT Dwidaya Tour & Travel memilih Mall Alam Sutera, Tangerang karena Mall Alam Sutera termasuk Mall besar yang berada di Bumi Serpong Damai, Tangerang. Selain itu memiliki akses yang mudah karena dekat dengan tol dan bandara. Dengan alasan tersebut Mall Alam Sutera, Tangerang merupakan segmentasi yang potensial karena daerah menengah keatas sehingga akan banyak dikunjungi dan peluang untuk menggunakan jasa PT Dwidaya Tour & Travel. Pemilihan lokasi tersebut juga berkaitan dengan kebutuhan pengunjung yang akan menggunakan jasa PT Dwidaya Tour & Travel. Dengan pemilihan pemilihan lokasi yang dilakukan maka memberikan pandangan yang positif bagi calon konsumen. Tidak hanya itu strategi yang lain diantaranya berkaitan dengan harga paket tour yang ditawarkan. PT Dwidaya Tour & Travel memberikan diskon atau potongan harga untuk paket *tour* tertentu contohnya paket *tour Premier Holiday*. Banyak agen perjalanan wisata yang bertaraf Internasional di Indonesia. Agen perjalanan wisata tersebut

terbagi atas beberapa kota besar yang ada di Indonesia, yaitu di Jakarta, Bali, Batam, Bandung, Makassar, Medan, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Bangka Belitung, Banten, Jambi, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Kepulauan Riau, Lampung, Papua Barat, Sulawesi Selatan, dan Sumatera Utara.

Untuk agen perjalanan yang berada di Jakarta PT Dwidaya Tour & Travel memiliki competitor atau pesaing sebanyak 545 agen perjalanan wisata, oleh karena itu dengan adanya *competitor* atau pesaing yang ada di Jakarta maka PT Dwidaya Tour & Travel harus bisa memberikan pelayanan yang baik guna menarik calon konsumen menjadi konsumen tetap. Dengan strategi pameran yang sudah ada dan keinginan konsumen terhadap PT Dwidaya Tour & Travel khususnya di Mall Alam Sutera baik dan banyak maka cabang Mall Alam Sutera akan dibuka dan mengembangkan sayapnya di bidang jasa.

Dalam kegiatan pameran yang dilakukan, PT Dwidaya Tour & Travel memiliki pedoman pameran yang mengacu kepada pendekatan manajerial *Public Relations* dimana proses kegiatannya melalui beberapa tahap.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

PT Dwidaya Tour & Travel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan wisata. Dimana pekerjaannya harus menawarkan jasa kepada calon pengunjung agar mau menggunakan jasa PT Dwidaya Tour & Travel. Untuk menarik dan mendapatkan calon konsumen PT

Dwidaya Tour & Travel menggunakan beberapa strategi pameran. Strategi tersebut diharapkan bisa mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan rumusan masalah diatas penulis merumuskan masalah yaitu :  
**“Strategi PT Dwidaya Tour & Travel Dalam Melakukan Pameran Untuk Membangun Minat Calon Konsumen”**

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui strategi pameran yang dilakukan oleh PT Dwidaya Tour & Travel
- Untuk mengetahui minat konsumen terhadap PT Dwidaya Tour & Travel

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini, diharapkan pembaca dapat mengetahui pengembangan ilmu komunikasi khususnya Public Relations dalam merancang pameran.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberi masukan kepada PT Dwidaya Tour & Travel dalam pelaksanaan pameran yang berkaitan dengan operasional.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika laporan penelitian ini terdiri dari tiga bab, dimana uraian setiap babnya sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi uraian latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi uraian kerangka teori dan definisi-definisi yang dikemukakan oleh para ahli.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Berisi uraian metode penelitian, definisi konseptual, desain penelitian, key informan dan informan, keabsahan dan keajegan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Berisi subjek penelitian yang menggambarkan dan menjelaskan tentang sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan tugas-

tugasnya. Dalam bab ini juga menguraikan hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran – saran dari penulis atas penelitian yang telah dilakukan.