

**RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS  
TRALIA *TOUR* DAN *TRAVEL***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen**



**Muhammad Iqbal  
1111001082**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2017**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Muhammad Iqbal**

**NIM : 1111001082**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 17 Maret 2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Muhammad Iqbal

NIM : 1111001082

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Rencana Pengembangan Bisnis Tralia Tour dan Travel

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagaibagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Suwandi, S.E, M.Si (  )

Penguji : Dr. Ir. B. P. Kusumo Bintoro, M.BA (  )

Penguji : Dr. Ir. Didit Herawan, M.BA (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Maret 2017

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “*Rencana Pengembangan Bisnis Tralia Tour dan Travel*” dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai kesulitan, namun penulis bersyukur dan berterima kasih karena telah mendapat perhatian dan dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Suwandi, S.E, M.Si selaku pembimbing tugas akhir yang senantiasa memberikan masukan, dukungan, dan ilmu yang sangat bermanfaat selama proses pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Ir.Sri Iswari, MM selaku orang tua saya atas segala do’a dan dukungannya yang sangat luar biasa. Terima kasih telah membimbing dan memberikan semangat serta kepercayaan tanpa henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman Universitas Bakrie khususnya Manajemen 2011, yang selalu menemani penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam kemajuan ilmu pendidikan dan juga dapat dijadikan sebagai salah satu sumber referensi akademik.

Jakarta, Maret 2017

Muhammad Iqbal

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Iqbal  
NIM : 1111001082  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Rencana Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **Rencana Pengembangan Bisnis Tralia Tour dan Travel**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : 17 Maret 2017

Yang menyatakan



(Muhammad Iqbal)

## Rencana Pengembangan Bisnis *Tralia Tour dan Travel*

Muhammad Iqbal

---

### ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Rencana Pengembangan Bisnis *Tralia Tour dan Travel*. *Tralia Tour dan Travel* merupakan salah satu unit usaha yang bergerak dibidang pariwisata. Terkait dengan unit usaha tersebut, maka tujuan dari penelitian tersebut adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan eksternal bisnis *tour dan travel* dengan menggunakan analisis *Porter's Five Forces*. Kemudian tujuan selanjutnya adalah menentukan strategi yang dapat dilakukan agar *Tralia Tour dan Travel* lebih berkembang dengan melakukan Analisis SWOT. Latar belakang skripsi ini adalah persaingan usaha yang semakin ketat dalam bidang jasa pariwisata. Maka menuntut perusahaan untuk mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan karena hal tersebut secara tidak langsung dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan kedepannya. Besarnya minat masyarakat menggunakan jasa transportasi udara yaitu pesawat terbang untuk melakukan perjalanan ke berbagai daerah, menyebabkan semakin banyak pengusaha baru yang melihat peluang bisnis dalam bidang penyedia jasa tiket transportasi udara yang melayani antar kota maupun antar pulau.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, *SWOT*, *Porter's Five Forces*, *Tour dan Travel*

## **Business Development Plan of Tralia Tour dan Travel**

Muhammad Iqbal

---

### **ABSTRACT**

This thesis titled Business Development Plan of Tralia Tour dan Travel. Tralia Tour dan Travel is one of the business units engaged in the field of tourism. Associated with the business unit, the purpose of the study was to determine the factors that affect the external environment tour and travel business by using Porter's 5 Forces Analysis. Then the next goal is to determine a strategy to do so Tralia Tour dan Travel is grown by performing a SWOT Analysis. The background of this thesis is the increasingly fierce competition in the field of tourism services. Then requires the company to determine the condition of the internal and external environment because it can indirectly affect the future viability of the company. The amount of community interest in using air transport services, namely aircraft to travel home or traveling to different regions, causing more and more the emergence of new entrepreneurs who see a business opportunity in the field of air transport services which serve between cities and between islands.

**Keywords:** Business Strategy, SWOT, Porter's Five Forces, Tour and Travel

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>          | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                       | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>              | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b> | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                  | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                  | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                               | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                            | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                             | <b>ix</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                              |             |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>                       | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Tujuan Perencanaan Bisnis .....</b>            | <b>5</b>    |
| <b>1.3 Manfaat dan Kegunaan .....</b>                 | <b>6</b>    |
| <b>BAB II KONSEP BISNIS</b>                           |             |
| <b>2.1 Profil Perusahaan .....</b>                    | <b>7</b>    |
| <b>2.1.1 Visi dan Misi .....</b>                      | <b>8</b>    |
| <b>2.1.2 Nilai Perusahaan .....</b>                   | <b>9</b>    |
| <b>2.1.3 Produk dan Layanan .....</b>                 | <b>9</b>    |
| <b>2.2 Landasan Teori .....</b>                       | <b>10</b>   |
| <b>2.2.1 Analisis SWOT .....</b>                      | <b>10</b>   |
| <b>2.2.2 Analisis Internal .....</b>                  | <b>12</b>   |
| <b>2.2.3 Analisis Lingkungan Eksternal .....</b>      | <b>13</b>   |
| <b>2.3 Porter's Five Forces Model .....</b>           | <b>17</b>   |
| <b>2.4 Strategi .....</b>                             | <b>18</b>   |
| <b>2.4.1 Pengertian Strategi .....</b>                | <b>18</b>   |
| <b>2.4.2 Tipe – tipe Strategi .....</b>               | <b>18</b>   |
| <b>2.5 Kerangka Pemikiran .....</b>                   | <b>19</b>   |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                      |             |
| <b>3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>          | <b>21</b>   |
| <b>3.2 Metode Penelitian .....</b>                    | <b>21</b>   |



|   |           |
|---|-----------|
| <b>3.3 Pengumpulan Data .....</b>                           | <b>21</b> |
| <b>3.3.1 Menganalisis Faktor Internal Perusahaan .....</b>  | <b>22</b> |
| <b>3.3.2 Menganalisis Faktor Eksternal Perusahaan .....</b> | <b>23</b> |
| <b>3.4 Metode Pengumpulan Data .....</b>                    | <b>23</b> |

## **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>4.1 Analisis PESTEL .....</b>                            | <b>25</b> |
| <b>4.1.1 Faktor Politik .....</b>                           | <b>25</b> |
| <b>4.1.2 Kondisi Ekonomi .....</b>                          | <b>25</b> |
| <b>4.1.3 Faktor Sosial Budaya .....</b>                     | <b>26</b> |
| <b>4.1.4 Faktor Teknologi .....</b>                         | <b>27</b> |
| <b>4.1.5 Faktor Lingkungan .....</b>                        | <b>28</b> |
| <b>4.1.6 Faktor Hukum/Regulasi .....</b>                    | <b>28</b> |
| <b>4.2 Analisis Porter's 5 Forces.....</b>                  | <b>29</b> |
| <b>4.2.1 Pendetang Baru.....</b>                            | <b>30</b> |
| <b>4.2.2 Produk Pengganti.....</b>                          | <b>31</b> |
| <b>4.2.3 Pembeli .....</b>                                  | <b>31</b> |
| <b>4.2.4 Pemasok .....</b>                                  | <b>31</b> |
| <b>4.2.5 Competitive Rivalry.....</b>                       | <b>31</b> |
| <b>4.3 Analisis Key Success Factor .....</b>                | <b>31</b> |
| <b>4.4 Analisis SWOT pada Industri.....</b>                 | <b>32</b> |
| <b>4.4.1 Analisis S-O.....</b>                              | <b>35</b> |
| <b>4.4.2 Analisis S-T.....</b>                              | <b>35</b> |
| <b>4.4.3 Analisis W-O.....</b>                              | <b>35</b> |
| <b>4.4.4 Analisis W-T.....</b>                              | <b>35</b> |
| <b>4.4.5 Hasil dari Analisa SWOT .....</b>                  | <b>35</b> |
| <b>4.5 Pemilihan Strategi dan Pengembangan Bisnis .....</b> | <b>37</b> |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>5.1 Rencana Pengembangan Bisnis .....</b> | <b>39</b> |
| <b>5.1.1 Kompetitor .....</b>                | <b>39</b> |
| <b>5.2 Produk dan Penembangannya .....</b>   | <b>40</b> |
| <b>5.2.1 Tahun 2017 .....</b>                | <b>41</b> |
| <b>5.2.2 Tahun 2018 .....</b>                | <b>41</b> |
| <b>5.2.3 Tahun 2019 .....</b>                | <b>41</b> |
| <b>5.3 Strategi Pemasaran .....</b>          | <b>41</b> |
| <b>5.3.1 Bauran Pemasaran .....</b>          | <b>42</b> |
| <b>5.3.1.1 Product.....</b>                  | <b>42</b> |

|                            |   |           |
|----------------------------|---|-----------|
| 5.3.1.2                    | Price.....  | 43        |
| 5.3.1.3                    | Promotion.....  | 44        |
| 5.3.1.4                    | Place.....  | 45        |
| 5.3.2                      | Analisis <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP) .....          | 46        |
| 5.3.2.1                    | <i>Segmenting</i> .....   | 46        |
| 5.3.2.2                    | <i>Targeting</i> .....  | 46        |
| 5.3.2.3                    | <i>Positioning</i> .....  | 47        |
| 5.3.2.4                    | Hasil Data dari Analisa <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> ..... | 47        |
| 5.4                        | Manajemen atau Organisasi .....   | 47        |
| 5.4.1                      | Proses Bisnis .....   | 47        |
| 5.4.2                      | Sumber Daya Manusia .....   | 48        |
| 5.4.3                      | Struktur Organisasi .....   | 49        |
| 5.5                        | Risiko .....  | 49        |
| 5.5.1                      | Risiko Operasional .....  | 49        |
| 5.5.2                      | Risiko Pasar .....  | 50        |
| 5.6                        | Keuangan dan Pendanaan .....  | 50        |
| 5.6.1                      | Estimasi Pendapatan.....  | 50        |
| 5.6.2                      | Biaya Investasi.....  | 51        |
| 5.6.3                      | Biaya Tetap.....  | 51        |
| 5.6.4                      | Biaya Variabel.....   | 52        |
| 5.6.5                      | Laporan Laba-Rugi.....  | 52        |
| 5.6.6                      | Studi Kelayakan Bisnis .....  | 53        |
| 5.7                        | Kesimpulan .....  | 54        |
| 5.8                        | Saran .....   | 54        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> |   | <b>56</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>      |   | <b>58</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Gambar 1.1. Presentase Total Wisatawan Mancanegara dari Asia Pasifik .....</b> | <b>3</b>  |
| <b>Gambar 1.2 Presentase Total Wisatawan Mancanegara dari Eropa .....</b>         | <b>3</b>  |
| <b>Gambar 1.3 Presentase Total Wisatawan Mancanegara dari Asean .....</b>         | <b>4</b>  |
| <b>Gambar 1.4 Presentase Total Wisatawan Mancanegara dari Amerika .....</b>       | <b>4</b>  |
| <b>Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT .....</b>                                     | <b>11</b> |
| <b>Gambar 2.2 Kekuatan Pesaing Industri .....</b>                                 | <b>15</b> |
| <b>Gambar 2.3 <i>Porter's Five Forces Model</i> .....</b>                         | <b>17</b> |
| <b>Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran .....</b>  | <b>20</b> |
| <b>Gambar 4.1 <i>Porter's Five Forces Model In case</i>.....</b>                  | <b>30</b> |
| <b>Gambar 5.1 Logo Tralia Tour dan Travel .....</b>                               | <b>42</b> |
| <b>Gambar 5.2 Struktur Organisasi Tralia Tour dan Travel .....</b>                | <b>49</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 1.1 Jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia<br/>menurut tempat tinggal 2010-2014 .....</b> | <b>2</b>  |
| <b>Tabel 4.1 Tabel SWOT.....</b>   | <b>32</b> |
| <b>Tabel 5.1 Standard Kualifikasi Tour Guide Tralia Tour dan Travel .....</b>                                    | <b>48</b> |
| <b>Tabel 5.2 Estimasi Pendapatan Tralia Tour dan Travel.....</b>   | <b>51</b> |
| <b>Tabel 5.3 Biaya Investai Tralia Tour dan Travel.....</b>  | <b>51</b> |
| <b>Tabel 5.4 Biaya Tetap Tralia Tour dan Travel.....</b>   | <b>52</b> |
| <b>Tabel 5.5 Biaya Variabel Tralia Tour dan Travel.....</b>  | <b>52</b> |
| <b>Tabel 5.6 Laporan Laba-Rugi Tralia Tour dan Travel.....</b>   | <b>53</b> |
| <b>Tabel 5.7 Arus Kas .....</b>  | <b>53</b> |
| <b>Tabel 5.8 Analisis Investasi .....</b>  | <b>53</b> |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                         |           |
|-------------------------|-----------|
| <b>Lampiran 1 .....</b> | <b>58</b> |
| <b>Lampiran 2 .....</b> | <b>60</b> |
| <b>Lampiran 3 .....</b> | <b>61</b> |
| <b>Lampiran 4 .....</b> | <b>62</b> |