

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Istilah pariwisata berasal dari bahasa sansekerta, yang berasal dari dua suku kata yaitu “pari” yang berarti berkeliling atau bersama dan “wisata” yang berarti pergi atau perjalanan. Sedangkan pengertian secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan dengan maksud mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan rekreasi atau liburan (Yoeti, 1996).

Dalam era globalisasi saat ini, sektor pariwisata merupakan industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global. Sektor pariwisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia, dan menjadi salah satu industri yang mengglobal. *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) melaporkan bahwa tahun 2010 jumlah kunjungan internasional telah mencapai angka 940 juta kali dan menghasilkan keuntungan sebesar 919 milyar. Diperkirakan bahwa pada tahun 2020, jumlah kunjungan internasional akan mencapai angka 1,56 milyar kali, dengan peningkatan jumlah perjalanan jarak jauh dari 18% menjadi 24%. Dengan demikian, terdapat peluang yang lebih besar bagi Indonesia untuk menarik lebih banyak wisatawan asing. Dalam beberapa dekade terakhir pertumbuhan sektor perjalanan dan pariwisata Indonesia tertinggi dibandingkan dengan negara anggota G20 lainnya. Dalam daftar peringkat daya saing pariwisata di ASEAN yang dilansir oleh World Economic Forum (2013), posisi Indonesia terus merangkak naik setiap tahunnya. Kini, peringkat daya saing Indonesia berada di urutan ke 70. Pada 2012 ada di urutan 74. Peringkat ini di atas peringkat Brunei (72), Vietnam (80), Filipina (82), serta Kamboja (106). *Economic Impact Report 2014* yang dikeluarkan WTTC menunjukkan bahwa di Indonesia terdapat pertumbuhan pengunjung internasional sebanyak 15,1% dan pertumbuhan ekonomi 7,2%.

CV. Cipta Wisata Indonesia, yang dalam hal ini bertindak sebagai penanggung jawab dari Funtrips Tour and Travel yang beralamatkan di Jl. Belimbing 1 No. 53 Perum Pondok Candra Indah, Sidoarjo, Jawa Timur. Merupakan biro perjalanan wisata bergerak dalam bidang pariwisata harus siap menghadapi permasalahan dan melakukan perencanaan yang matang serta mencari berbagai alternatif strategi dalam menghadapi tantangan dan menangkap peluang ini.

CV. Cipta Wisata Indonesia perlu mengambil langkah-langkah dan pengaturan-pengaturan yang lebih terarah berdasarkan kebijaksanaan yang terpadu, antara lain paket wisata yang berbeda dengan *competitor* biro perjalanan wisata lain. Hal tersebut menjadi acuan untuk terus berinovasi dan meningkatkan nilai kualitas pelayanan, agar mampu memanfaatkan peluang dan menjaga kredibilitas perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ada. Berikut adalah data-data yang diperoleh dari CV. Cipta Wisata Indonesia :

Tabel 1.1 Data pelanggan Tahun 2012 – 2014 di CV. Cipta Wisata Indonesia.
Sumber : CV. Cipta Wisata Indonesia 2014

NO	BULAN	CV CIPTA WISATA NDONESIA		
		2012	2013	2014
1	Januari	70	60	58
2	Februari	55	60	54
3	Maret	54	40	55
4	April	46	50	45
5	Mei	50	45	50
6	Juni	61	62	58
7	Juli	62	55	61
8	Agustus	56	56	43
9	September	70	66	45
10	Oktober	67	67	50
11	Nopember	55	44	65
12	Desember	60	44	49

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi di CV. Cipta Wisata Indonesia yaitu terjadinya penurunan jumlah pelanggan. Penurunan jumlah pelanggan bisa dipengaruhi oleh paket wisata yang kurang begitu menarik dan kurang begitu lengkap. Dalam hal ini dibutuhkan suatu penerapan studi rekayasa nilai yang merupakan suatu pendekatan yang bersifat kreatif, sistematis dan teroganisir untuk mencari fungsi terbaik dengan menyeimbangkan antara biaya

dan performansi fungsi dari suatu sistem atau produk (Dell'Isola, 1975). Terdapat 5 tahapan dalam rencana kerja penerapan metode rekayasa nilai yaitu: tahap informasi, tahap kreatif, tahap analisa, tahap pengembangan dan tahap rekomendasi. Hasil dari studi rekayasa nilai akan memperlihatkan perbandingan antara alternatif awal dengan alternatif usulan yang bisa diterima dan menarik bagi pelanggan lama maupun pelanggan baru.

Dengan demikian penulis menyimpulkan permasalahan tersebut dengan judul **“ANALISIS STUDI REKAYASA NILAI (*VALUE ENGINEERING*) TERHADAP PILIHAN PAKET WISATA di CV. CIPTA WISATA INDONESIA”**. Peneliti bermaksud untuk merancang desain alternatif guna meningkatkan pelanggan, sehingga hasil dari penelitian ini dapat diaplikasikan dan diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan yang sedang dialami oleh CV. Cipta Wisata Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana merancang desain alternatif usulan paket wisata di CV. Cipta Wisata Indonesia ?
2. Bagaimana menentukan desain alternatif usulan terbaik yang dapat mengganti desain awal pada paket wisata di CV. Cipta Wisata Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Merancang desain alternatif usulan paket wisata di CV. Cipta Wisata Indonesia.
2. Menentukan desain alternatif usulan terbaik yang dapat mengganti desain awal pada paket wisata di CV. Cipta Wisata Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi terhadap CV. Cipta Wisata Indonesia sebagai bahan masukan dan tambahan informasi yang dapat dipertimbangan oleh perusahaan sehingga dapat digunakan dalam merumuskan kebijakan yang akan diambil.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah peneliti hanya membatasi dalam hal sebagai berikut :

1. Analisis Rekayasa Nilai hanya dilakukan khususnya pada paket wisata yang dimiliki oleh CV. Cipta Wisata Indonesia.
2. Analisis Rekayasa Nilai hanya dilakukan khususnya pada paket wisata wilayah Jawa Timur.
3. Analisis Rekayasa Nilai hanya dilakukan khususnya pada paket wisata tiga hari dua malam.

1.6 Asumsi-asumsi

1. Tidak ada perubahan harga selama penelitian berlangsung.
2. Biaya di hitung hanya setiap satu kali paket wisata.
3. Setiap satu kali paket wisata hanya sepuluh orang pelanggan.
4. Biaya penginapan dihitung hanya menggunakan home stay satu malam.
5. Biaya makan dihitung hanya tiga kali setiap paket wisata.
6. Setiap satu kali paket wisata hanya menggunakan satu pemandu wisata.

1.7 Sistematika Skripsi

Untuk mencapai tujuan penelitian ini dilakukan beberapa tahapan yang dianggap perlu. Metode dan prosedur pelaksanaannya adalah sebagai berikut :

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah. Asumsi-asumsidan sistemika penulisan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang uraian dari teori yang digunakan dan memberikan pemahaman singkat melalui penjelasan umum yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB 3. METODELOGI PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan tentang langkah–langkah yang dilakukan untuk memperoleh data yang relevan dengan penelitian ini.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan dan analisis dari data yang sudah diolah sesuai dengan metodologi penelitian.

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan logis berdasarkan analisis data, temuan, dan bukti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Dan menjadi dasar untuk menyusun saran yang ditujukan untuk pihak – pihak yang terkait dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**