

**GENERAL BUSINESS ENVIRONMENT  
PT. XXX INDONESIA**

**Maria Gratiana Yudith Tallo**  
Universitas Gadjah Mada  
grachiyudith@gmail.com

**Amandus Jong Tallo**  
Universitas Agung Podomoro  
Amandus.tallo@podomorouniversity.ac.id

**Gaudens Remaja Putra Tallo**  
Universitas Nusa Cendana  
putratallo@gmail.com

**Asep Syaiful Bahri**  
Universitas Agung Podomoro  
Asep.syaiful@podomorouniversity.ac.id

**ABSTRACT**

*The purpose of external factor analysis is to see the opportunities and threats that will be faced by PT. XXX Indonesia due to changes in the external environment. From the results of this analysis it is expected that PT. XXX Indonesia can design any strategies that can be done to sustain the tourism industry. External factors used in this analysis are demographic environment, development economics and regional, industrial and sectoral policies, and technological environmental analysis.*

*The data used in each analysis is broadly obtained from the Central Bureau of Statistics (bps.go.id) and the Central Bureau of Statistics (jatim.bps.go.id). Based on the analysis of these four factors, PT. XXX Indonesia needs to expand to the city of Malang, which is one of the student cities and is a city that has the largest Human Development Index (HDI) in the province of East Java, so the demand for this location is still quite high. In addition, in order to win the competition and remain sustainable in the tourism industry, the strategy that can be used by PT. XXX Indonesia is to use a cost advantage strategy. Where in this strategy profitability is obtained from the Economic of Scale.*

**Keywords:** *PT XXX Indonesia, demographic environment, development and regional economics, industrial and sectoral policies, technological environmental analysis*

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi yang tinggi di bidang pariwisata, baik dengan target wisatawan domestik maupun internasional. Potensi pariwisata di Indonesia yang sangat besar menjadikan pariwisata sebagai salah satu potensi besar sumber penerimaan negara. Banyak para wisatawan mancanegara datang ke Indonesia untuk mengetahui dan mempelajari hal tersebut.

Untuk menunjang potensi yang besar dalam bidang pariwisata ini, terdapat beberapa sarana pariwisata yang dapat digunakan, salah satunya adalah perusahaan perjalanan seperti *travel agent*. PT. XXX Indonesia merupakan salah satu *travel agent* yang siap melayani pelanggan dengan sepenuh hati. Produk yang ditawarkan PT. XXX Indonesia adalah layanan reservasi (tiket pesawat, bus, kapal laut, kereta api, travel, hotel), sewa mobil, pulsa dan PPOB, *tour domestic* dan internasional, paket Umroh dan Haji, serta rental transportasi. Salah satu bentuk komitmen PT. XXX Indonesia adalah dengan memberikan cara termudah dalam

bertransaksi di mana saja, kapan saja dan darimana saja untuk seluruh end user (pengguna pribadi) tanpa harus keluar rumah atau kantor, pemesanan tiket bisa di lakukan melalui SMS, blackberry Messenger, Yahoo Messenger, Telepon dan Email Serta system deposit saldo bagi para Agent (pengguna *Corporate*). Transaksi Pembayaran bisa di lakukan secara tunai di kantor Surabaya dan Sidoarjo atau melalui Internet Banking, M-Banking dan ATM. PT. XXX Indonesia selalu mengupdate informasi *discount tarif*, bonus, *discount* dan promo lainnya, sehingga pelanggan bisa mendapatkan harga khusus yang lebih terjangkau. Mengingat kemajuan teknologi yang semakin berkembang PT. XXX Indonesia memberikan pelayanan 24 jam kepada pelanggannya, dimana seluruh informasi tersebut dapat diakses dengan cepat, akurat dan efisien melalui pelayanan email: customer@XXXindonesia.co.id.

Dengan besarnya potensi pada industri pariwisata, tentu saja bisnis *travel agent* merupakan bisnis yang sangat menggiurkan. Sehingga munculnya banyak pemain dalam

industri ini. Hal ini akan memberikan tantangan tersendiri bagi PT. XXX Indonesia, untuk mampu bersaing dalam industri pariwisata. Selain itu, penulis yang merupakan salah satu *agent* dari PT. XXX Indonesia juga ingin memberikan rekomendasi secara khusus kepada PT. XXX Indonesia tentang strategi apa saja yang dapat dilakukan PT. XXX Indonesia agar dapat *sustain* di industri pariwisata.

Untuk itu tulisan ini akan menampilkan analisis faktor eksternal yang mempengaruhi PT. XXX Indonesia. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk melihat peluang serta ancaman yang timbul akibat perubahan lingkungan eksternal. Secara berurutan bagian berikut akan membahas analisis pada lingkungan demografi, ekonomika pembangunan dan regional, kebijakan industri dan sektoral, serta analisis lingkungan teknologi.

## **2. PEMBAHASAN**

### **General Environment**

General environment merupakan lingkungan yang tidak berpengaruh langsung terhadap organisasi. Meskipun tidak berpengaruh secara

langsung, namun tetap harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. General environment terdiri dari dimensi ekonomi, politik, demografi, social-budaya, teknologi, dan politik (Firdaus, 2014). Penelitian ini akan membahas empat dimensi yang berperan penting dalam pengambilan keputusan PT XXX Indonesia.

### **Demografi**

Demografi merupakan suatu ilmu untuk mempelajari perubahan-perubahan kependudukan dengan memanfaatkan data dan statistik dari data penduduk terutama mengenai perubahan jumlah, persebaran pada komponen-komponen utama pertumbuhan penduduk, yaitu fertilitas, mortalitas, migrasi, yang pada gilirannya menyebabkan perubahan pada jumlah, struktur, dan persebaran penduduk. Analisis lingkungan ini bermanfaat untuk mempelajari kuantitas, komposisi, dan distribusi penduduk dalam suatu daerah tertentu serta perubahan-perubahannya.

Berbicara mengenai demografi berarti erat kaitannya dengan populasi manusia. Demografi

mencakup pengumpulan, penyajian dan analisis data yang berhubungan dengan peristiwa dasar siklus hidup dan pengalaman orang-orang, yakni: kelahiran, pernikahan, perceraian, rumah tangga dan pembentukan keluarga, pekerjaan, migrasi dan kematian (D. H. Susilastuti, *Bahan Kuliah: Demographic Environment*, 2016). Aspek-aspek ini memberi pengaruh bagi perjalanan sebuah bisnis. Peluang dan tantangan yang diperoleh sebuah industri atau perusahaan sering kali ditentukan pula oleh faktor-faktor tersebut.

### **Ekonomika Pembangunan dan Regional**

Berbicara mengenai analisis Ekonomika Pembangunan dan Regional, erat kaitannya dengan pertumbuhan ekonomi. Pembangunan ekonomi menunjukkan peningkatan tingkat kesejahteraan hidup dari waktu ke waktu sedangkan pertumbuhan ekonomi menunjukkan peningkatan nilai pasar dari barang dan jasa di wilayah tertentu pada waktu tertentu. Salah satu indikator keberhasilan dari pembangunan ekonomi adalah pertumbuhan ekonomi. Ukuran

untuk mengukur kesejahteraan masyarakat adalah dengan Produk Domestik Bruto (PDB). Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan keseluruhan nilai pasar barang dan jasa akhir yang diproduksi di wilayah tertentu pada waktu tertentu (Susanto, Akhmad, *Bahan Kuliah: Economic Development*, 2016).

### **Kebijakan Industri dan Sektoral**

Menurut Purnawan (2015) kebijakan industri merupakan berbagai keputusan yang dibuat oleh pemerintah, yang berupa pemberian insentif terhadap industri atau perusahaan tertentu agar lebih efisien, dapat bersaing, produktif, dan menciptakan lapangan pekerjaan. Sebuah industri dalam suatu negara dapat berhasil jika kebijakan yang dibuat oleh pemerintah terhadap industrinya tepat dan benar. Kebijakan yang dibuat menentukan perjalanan industri tersebut ke depannya.

### **Teknologi**

Perubahan teknologi akan mempengaruhi cara organisasi mengubah sumber dayanya. Sehingga dalam pengambilan

keputusan seorang manajer perlu untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Artinya, manajer perlu mengaplikasikan teknologi dan kemampuan teknologi yang dimiliki untuk mengembangkan organisasinya dan mencoba untuk memperbaiki produktivitas dan kemampuan untuk meningkatkan kepuasan kerja (Firdaus, 2014).

### 1. Lingkungan Demografi

Analisis lingkungan demografi akan memberi pengaruh bagi PT. XXX Indonesia yang menjalankan bisnisnya di provinsi Jawa Timur. Adapun dalam pembahasan paper ini, penulis melihat aspek demografi secara umum pada keadaan jumlah penduduk di Indonesia dan secara khusus pada provinsi Jawa Timur.

Tabel 1. Indeks Pembangunan Manusia Per Provinsi Tahun 2011-2015

Provinsi	Indeks Pembangunan Manusia				
	2011	2012	2013	2014	2015
Aceh	67.45	67.81	68.3	68.81	69.45
Sumatera Utara	67.34	67.74	68.36	68.87	69.51
Sumatera Barat	67.81	68.36	68.91	69.36	69.98
Riau	68.9	69.15	69.91	70.33	70.84
Jambi	66.14	66.94	67.76	68.24	68.89
Sumatera Selatan	65.12	65.79	66.16	66.75	67.46
Bengkulu	65.96	66.61	67.5	68.06	68.59
Lampung	64.2	64.87	65.73	66.42	66.95
Kep. Bangka Belitung	66.59	67.21	67.92	68.27	69.05
Kep. Riau	71.61	72.36	73.02	73.4	73.75
DKI Jakarta	76.98	77.53	78.08	78.39	78.99
Jawa Barat	66.67	67.32	68.25	68.8	69.5
Jawa Tengah	66.64	67.21	68.02	68.78	69.49
DI Yogyakarta	75.93	76.15	76.44	76.81	77.59
Jawa Timur	66.06	66.74	67.55	68.14	68.95
Banten	68.22	68.92	69.47	69.89	70.27
Bali	70.87	71.62	72.09	72.48	73.27
Nusa Tenggara Barat	62.14	62.98	63.76	64.31	65.19
Nusa Tenggara Timur	60.24	60.81	61.68	62.26	62.67
Kalimantan Barat	62.35	63.41	64.3	64.89	65.59
Kalimantan Tengah	66.38	66.66	67.41	67.77	68.53

Provinsi	Indeks Pembangunan Manusia				
	2011	2012	2013	2014	2015
Kalimantan Selatan	65.89	66.68	67.17	67.63	68.38
Kalimantan Timur	72.02	72.62	73.21	73.82	74.17
Kalimantan Utara	-	-	67.99	68.64	68.76
Sulawesi Utara	68.31	69.04	69.49	69.96	70.39
Sulawesi Tengah	64.27	65	65.79	66.43	66.76
Sulawesi Selatan	66.65	67.26	67.92	68.49	69.15
Sulawesi Tenggara	66.52	67.07	67.55	68.07	68.75
Gorontalo	63.48	64.16	64.7	65.17	65.86
Sulawesi Barat	60.63	61.01	61.53	62.24	62.96
Maluku	64.75	65.43	66.09	66.74	67.05
Maluku Utara	63.19	63.93	64.78	65.18	65.91
Papua Barat	59.9	60.3	60.91	61.28	61.73
Papua	55.01	55.55	56.25	56.75	57.25
<b>Indonesia</b>	<b>67.09</b>	<b>67.7</b>	<b>68.31</b>	<b>68.9</b>	<b>69.55</b>

Sumber: www.bps.go.id (2016)

Berdasarkan tabel di atas, pertumbuhan jumlah penduduk per tahun pada propinsi DKI Jakarta, DI Yogyakarta, dan Kalimantan Timur selalu mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir.

Tabel 2. Indeks Pembangunan Manusia Per Kabupaten di Provinsi Jawa Timur Tahun 2011-2015

Wilayah	Indeks Pembangunan Manusia				
	2011	2012	2013	2014	2015
Kabupaten Pacitan	72.48	72.88	63.38	63.81	64.92
Kabupaten Ponorogo	71.15	71.91	67.03	67.4	68.16
Kabupaten Trenggalek	73.66	74.09	65.76	66.16	67.25
Kabupaten Tulungagung	73.76	74.45	69.3	69.49	70.07
Kabupaten Blitar	74.06	74.43	66.49	66.88	68.13
Kabupaten Kediri	72.28	72.72	68.01	68.44	68.91
Kabupaten Malang	71.17	71.94	65.2	65.59	66.63
Kabupaten Lumajang	68.55	69	61.87	62.33	63.02
Kabupaten Jember	65.53	65.99	62.43	62.64	63.04
Kabupaten Banyuwangi	69.58	70.53	66.74	67.31	68.08
Kabupaten Bondowoso	63.81	64.98	63.21	63.43	63.95

Wilayah	Indeks Pembangunan Manusia				
	2011	2012	2013	2014	2015
Kabupaten Situbondo	64.67	65.06	63.43	63.91	64.53
Kabupaten Probolinggo	63.84	64.35	62.61	63.04	63.83
Kabupaten Pasuruan	68.24	69.17	63.74	64.35	65.04
Kabupaten Sidoarjo	76.9	77.36	76.39	76.78	77.43
Kabupaten Mojokerto	73.89	74.42	69.84	70.22	70.85
Kabupaten Jombang	73.14	73.86	68.63	69.07	69.59
Kabupaten Nganjuk	71.48	71.96	68.98	69.59	69.9
Kabupaten Madiun	70.5	70.88	68.07	68.6	69.39
Kabupaten Madiun	73.17	73.85	69.86	70.29	71.39
Kabupaten Ngawi	69.73	70.2	67.25	67.78	68.32
Kabupaten Bojonegoro	67.32	67.74	64.85	65.27	66.17
Kabupaten Tuban	68.71	69.18	64.14	64.58	65.52
Kabupaten Lamongan	70.52	71.05	68.9	69.42	69.84
Kabupaten Gresik	75.17	75.97	72.47	72.84	73.57
Kabupaten Bangkalan	65.01	65.69	60.19	60.71	61.49
Kabupaten Sampang	60.78	61.67	56.45	56.98	58.18
Kabupaten Pamekasan	65.48	66.51	62.27	62.66	63.1
Kabupaten Sumenep	66.01	66.41	60.84	61.43	62.38
Kota Kediri	76.79	77.2	74.18	74.62	75.67
Kota Blitar	77.89	78.31	74.53	75.26	76
Kota Malang	77.76	78.43	78.44	78.96	80.05
Kota Probolinggo	74.85	75.44	70.05	70.49	71.01
Kota Pasuruan	73.89	74.33	72.89	73.23	73.78
Kota Mojokerto	77.5	78.01	74.91	75.04	75.54
Kota Madiun	77.07	77.5	78.41	78.81	79.48
Kota Surabaya	77.85	78.33	78.51	78.87	79.47
Kota Batu	74.93	75.42	71.55	71.89	72.62
<b>Jawa Timur</b>	<b>72.18</b>	<b>72.83</b>	<b>67.55</b>	<b>68.14</b>	<b>68.95</b>

Sumber: [jatim.bps.go.id](http://jatim.bps.go.id) (2016)

Berdasarkan tabel di atas, pertumbuhan jumlah penduduk per tahun pada kota Malang, kota Madiun, dan kota Surabaya selalu mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir.

Dari informasi yang diperoleh dari kedua tabel di atas, maka kota Surabaya sebagai lokasi utama PT. XXX Indonesia, dan Kabupaten Sidoarjo sebagai kantor cabangnya telah tepat, karena kedua kota ini

merupakan daerah yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di provinsi Jawa Timur.

Informasi jumlah penduduk baik secara umum di Indonesia dan secara khusus di provinsi Jawa Timur, memberikan peluang yang cukup signifikan bagi PT. XXX Indonesia. Apabila PT. XXX Indonesia ingin membuka kantor cabang di provinsi Jawa Timur, maka Kota Malang merupakan lokasi yang strategis karena memiliki jumlah penduduk terbesar di provinsi Jawa Timur. Kota Malang juga merupakan salah satu kota yang dipadati oleh para pelajar yang berasal dari luar pulau Jawa, sehingga *demand* akan tiket pesawat, *rentcar*, serta travel reguler pada kota ini akan sangat tinggi. Sedangkan apabila PT. XXX Indonesia hendak melakukan ekspansi ke luar provinsi Jawa Timur, maka provinsi DKI Jakarta dapat menjadi lokasi yang cukup

menjanjikan, namun dengan tetap mempertimbangkan banyaknya pesaing di industri yang sama.

Dengan melihat besarnya peluang yang didapat dari isu tersebut, perlu dipertimbangkan ancaman yang akan muncul seperti banyaknya pemain di industry yang sama pada kedua lokasi tersebut. Sehingga apabila ingin melakukan ekspansi, pastinya diperlukan biaya operasional yang cukup tinggi. Selain itu diperlukan biaya *marketing* yang cukup tinggi untuk mempromosikan bisnis ini kepada para konsumen khususnya pelajar di kota Malang.

## 2. Ekonomika Pembangunan dan Regional

Tabel berikut akan menampilkan tentang Produk Domestik Bruto Per Kapita, Produk Nasional Bruto Per Kapita dan Pendapatan Nasional Per Kapita, 2000-2013 (Rupiah).

Tabel 3. Produk Domestik Bruto Per Kapita, Produk Nasional Bruto Per Kapita dan Pendapatan Nasional Per Kapita, 2009-2013 (Rupiah)

Deskripsi	Tahun				
	2009	2010	2011	2012	2013
	<b>Atas Dasar Harga Berlaku</b>				
PDB* / Kapita	28.880.878,38	27.028.695,01	30.658.976,15	33.531.354,56	36.508.486,32
PNB* / Kapita	23.045.037,30	26.269.975,42	29.762.690,91	32.540.449,99	35.378.758,40
PN* / Kapita	20.935.863,42	23.974.407,31	27.487.046,94	30.674.674,07	32.463.736,28

Deskripsi	Tahun				
	2009	2010	2011	2012	2013
	<b>Atas Dasar Harga Konstan 2000</b>				
PDB* / Kapita	9.281.300,80	9.703.464,88	10.184.548,83	10.671.024,82	11.134.017,58
PNB* / Kapita	8.813.501,04	9.313.592,04	9.785.943,80	10.260.896,29	10.687.682,53
PN* / Kapita	7.994.083,16	8.488.596,72	9.027.335,73	9.665.117,07	9.798.899,43

Sumber: www.bps.go.id (2016)

\*PDB (Pendapatan Domestik Bruto); PNB (Pendapatan Nasional Bruto; PN (Pendapatan Nasional)

Berdasarkan tabel di atas, pendapatan per kapita dari tahun ke tahun terus mengalami kenaikan. Adanya kenaikan pendapatan perkapita, akan memberi pengaruh bagi perkembangan bisnis *travel agent* di Indonesia. Sedangkan untuk informasi yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur No. 54/08/35/Th.XIV, 5 Agustus 2016, perekonomian Jawa Timur triwulan II-2016 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp 460,28 triliun, sedangkan PDRB atas dasar harga konstan mencapai Rp 349,06 triliun. Ekonomi Jawa Timur triwulan II-2016 bila dibandingkan triwulan II-2015 (y-on-y) tumbuh sebesar 5,62 persen, meningkat bila dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya sebesar 5,23 persen.

Informasi dari kedua data tersebut menunjukkan tingkat pendapatan yang semakin tinggi, yang tentunya akan memberi efek yang besar keinginan masyarakat untuk menggunakan jasa transportasi yang lebih cepat dalam hal ini menggunakan transportasi udara. Dengan pendapatan yang tinggi, masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan jasa transportasi udara, dibandingkan transportasi darat, karena mempertimbangkan waktu yang lebih efisien.

Dengan pendapatan perkapita yang terus meningkat dari tahun ke tahun, memberikan peluang bagi PT. XXX Tour & Travel untuk terus mengembangkan bisnisnya, dengan membuka kantor cabang di daerah lain, tidak hanya berfokus pada kota Surabaya dan Sidoarjo saja. Selain itu, perlunya marketing yang cukup baik untuk mempromosikan PT.

XXX Tour & Travel kepada masyarakat untuk dapat bergabung menjadi sub agent PT. XXX Tour & Travel. Namun yang menjadi ancaman di sini adalah perlunya investasi yang besar dari pihak perusahaan untuk dapat mempeluas bisnisnya. Dengan investasi yang besar, dapat mempermudah PT. XXX Tour & Travel untuk pengembangan bisnis. Selain itu juga, PT. XXX Indonesia tentu akan bertemu dengan banyak pesaing dalam memperebutkan konsumen.

### 3. Kebijakan Industri dan Sektoral

Berdasarkan informasi yang diperoleh di *website* beritadaerah.co.id tanggal 22 April 2015, terdapat empat kebijakan pemerintah yang mendorong pertumbuhan di industri pariwisata yaitu:

a. Percepatan pertumbuhan sektor pariwisata akan dapat mengatasi defisit neraca jasa, dengan demikian pertumbuhan sektor pariwisata akan didorong lebih cepat lagi, tidak sekedar mengikuti tren pertumbuhan

linier seperti yang terjadi selama ini.

- b. Untuk dapat merespon dinamika dalam bisnis pariwisata secara cepat, efektif dan efisien, pengelolaan pariwisata di Indonesia perlu menggunakan pendekatan bisnis, bukan dengan pendekatan birokrasi, karena sektor pariwisata bukanlah pelayanan dasar publik sebagaimana halnya sektor pendidikan dan kesehatan. Pendekatan secara bisnis ini semestinya diterapkan dengan mendirikan badan pengembangan pariwisata independen yang dikelola secara profesional dan menempatkan pemerintah serta seluruh *stakeholder* di sektor ini.
- c. Kebijakan bebas visa merupakan langkah terobosan yang bagus, namun untuk mendongkrak kinerja sektor pariwisata dan melakukan percepatan pertumbuhan sektor ini secara signifikan tidak bisa hanya dengan mengandalkan satu kebijakan saja. Kebijakan bebas visa juga harus diikuti dengan langkah-langkah lain yang bersifat pro-aktif dan inovatif,

melakukan promosi wisata secara gencar, disamping terus memacu pembangunan infrastruktur khususnya yang berdampak terhadap peningkatan daya saing wisata.

- d. Untuk mendorong surplus jasa perjalanan, selain menjaring sebanyak mungkin wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia, perlu pula mendorong masyarakat Indonesia untuk lebih memilih berwisata di dalam negeri.

Informasi tambahan yang dapat digunakan untuk menganalisis lingkungan ini diperoleh dari data Badan Pusat Statistik No. 91/10/Th. XIX, 03 Oktober 2016 tentang Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Agustus 2016 bahwa:

- a. Perkembangan Pariwisata:

- Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisman ke Indonesia Agustus 2016 naik 13,19 persen dibanding bulan yang sama tahun sebelumnya, yaitu dari 911,7 ribu kunjungan

menjadi 1,03 juta kunjungan. Sementara itu, jika dibandingkan dengan Juli 2016, mengalami penurunan sebesar 0,07 persen.

- Secara kumulatif, (Januari–Agustus) 2016, jumlah kunjungan wisman ke Indonesia mencapai 7,36 juta kunjungan atau naik 8,39 persen dibandingkan jumlah kunjungan wisman pada periode yang sama tahun sebelumnya yang berjumlah 6,79 juta kunjungan.
- Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di 27 provinsi pada Agustus 2016 mencapai rata-rata 55,21 persen atau turun 0,40 poin dibandingkan dengan TPK Agustus 2015 yang tercatat sebesar 55,61 persen. Sementara itu, jika dibanding TPK Juli 2016, TPK hotel

berbintang pada Agustus 2016 naik 1,44 poin.

b. Perkembangan Transportasi Nasional:

- Jumlah penumpang angkutan udara domestik yang diberangkatkan pada Agustus 2016 sebanyak 7,1 juta orang atau turun 10,16 persen dibanding Juli 2016. Jumlah penumpang tujuan luar negeri (internasional) naik 6,20 persen menjadi 1,3 juta orang. Selama Januari-Agustus 2016 jumlah penumpang domestik mencapai 52,6 juta orang atau naik 16,77 persen dan jumlah penumpang internasional mencapai 9,7 juta orang atau naik 5,66 persen dibanding periode yang sama tahun 2015.
- Jumlah penumpang angkutan laut dalam negeri yang diberangkatkan pada Agustus 2016 tercatat 1,2 juta orang atau turun 27,16 persen dibanding

Juli 2016. Jumlah barang yang diangkut naik 12,85 persen menjadi 23,6 juta ton. Selama Januari Agustus 2016 jumlah penumpang mencapai 10,3 juta orang atau naik 6,24 persen dibanding dengan periode yang sama tahun 2015 dan jumlah barang yang diangkut naik 12,47 persen atau mencapai 169,3 juta ton.

- Jumlah penumpang kereta api yang berangkat pada Agustus 2016 sebanyak 29,6 juta orang atau naik 2,63 persen dibanding Juli 2016. Demikian pula dengan jumlah barang yang diangkut kereta api naik 1,17 persen menjadi 2,8 juta ton. Selama Januari-Agustus 2016 jumlah penumpang mencapai 230,2 juta orang atau naik 8,50 persen dibanding periode yang sama tahun 2015. Hal yang sama untuk jumlah

barang yang diangkut kereta api naik 8,31 persen menjadi 22,6 juta ton.

Berdasarkan kedua informasi yang di atas, maka dapat memberikan peluang yang cukup besar bagi industri pariwisata khususnya bagi PT. XXX Indonesia karena dengan adanya kebijakan bebas visa, maka akan mendorong para wisatawan untuk berwisata ke Negara Indonesia. Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung, akan mampu meningkatkan *profit* dari penjualan tiket pesawat baik domestic maupun internasional, reservasi hotel, serta paket *tour* yang ditawarkan dengan harga yang cukup terjangkau.

Namun ancaman yang akan dihadapi oleh PT. XXX Indonesia adalah akan ada banyak pesaing yang menawarkan harga tiket pesawat, biaya reservasi hotel, dan paket *tour* yang lebih murah dibandingkan PT. XXX Indonesia, sehingga untuk mensiasati ancaman ini PT. XXX Indonesia perlu menggunakan strategi *low cost* dimana *profitability* diperoleh dari *Economic of Scale*.

#### 4. Lingkungan Teknologi

Selain infrastruktur, promosi mengenai pariwisata di Indonesia hendaknya juga dilakukan lebih gencar lagi. Promosi pariwisata dapat dilakukan melalui banyak media seperti internet. Internet merupakan media yang tepat dalam mempromosikan pariwisata. *E-Tourism* merupakan salah satu produk untuk mempromosikan pariwisata melalui teknologi. Indonesia sudah menerapkan *E-Tourism* dalam mempromosikan pariwisatanya.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari kompas.com tanggal 24 Desember 2014, *E-Tourism* telah diluncurkan oleh Menteri Pariwisata Arief Yahya. Tujuh layanan *E-Tourism* tersebut diantaranya, Portal Pariwisata yang terintegrasi ([hi-indonesia.com](http://hi-indonesia.com)), *Mobile Application* (*Hi Bali*), *Wonderful TV* (*WOI TV*), *Digital Photo Bank*, *Sinema Online* dan *Sinema Digital*, penganugerahan *travel blogger* 2015, dan [www.indonesafilm.net](http://www.indonesafilm.net).

Dengan diluncurkan layanan *E-Tourism* tersebut, maka dapat memberikan peluang bagi PT. XXX

Indonesia untuk mengintegrasikan *website*-nya dengan layanan *E-Tourism* tersebut. Dengan mengintegrasikan *website* XXXIndonesia.co.id dengan *E-Tourism* maka PT. XXX Indonesia dapat dengan mudah melakukan perhitungan untuk penyediaan paket *tour*. Perhitungan yang dibutuhkan seperti biaya transport, biaya akomodasi dan biaya lainnya.

Ancaman yang terjadi yaitu layanan *E-Tourism* yang telah menggunakan *system booking*, sehingga pengunjung dapat langsung melakukan transaksi dengan menggunakan layanan tersebut.

### 3. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dari lingkungan eksternal di atas, maka kesimpulan serta saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

#### Simpulan

Penting bagi PT. XXX Indonesia untuk menganalisis faktor-faktor eksternal, karena dari analisis tersebut dapat memberikan gambaran mengenai kejadian yang terjadi di luar perusahaan. Kejadian yang terjadi dapat berupa peluang yang dapat ditangkap oleh perusahaan,

atau bahkan dapat berupa ancaman yang dapat dihindari oleh perusahaan.

#### Saran

- a. PT. XXX Indonesia perlu melakukan ekspansi ke kota Malang, yang merupakan salah satu kota pelajar, sehingga *demand* pada lokasi ini masih cukup tinggi.
- b. Diperlukan biaya *marketing* yang cukup tinggi untuk mempromosikan produk yang tersedia.
- c. Apabila ingin menjangkau konsumen secara menyeluruh, maka perlu mempromosikan *benefit* yang didapat apabila menjadi *agent* dari PT. XXX Indonesia.
- d. Dikarenakan banyaknya *competitor* dalam industri pariwisata, maka PT. XXX Indonesia perlu menggunakan strategi *cost advantage* di mana *profitability* diperoleh dari *Economic of Scale*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Jawa Timur  
No. 54/08/35/Th.XIV, 5  
Agustus 2016
- Badan Pusat Statistik No. 91/10/Th.  
XIX, 03 Oktober 2016 tentang  
Perkembangan Pariwisata dan  
Transportasi Nasional Agustus  
2016
- Firdaus, 2014. Teori Organisasi  
Umum: Analisis Lingkungan  
Eksternal. Padang: Universitas  
Putra Indonesia YPTK
- [http://beritadaerah.co.id/2015/04/22/  
empat-kebijakan-pemerintah-  
dorong pertumbuhan-  
pariwisata/](http://beritadaerah.co.id/2015/04/22/empat-kebijakan-pemerintah-dorong-pertumbuhan-pariwisata/) diakses tanggal 17  
Oktober 2016 pukul 08.00  
WIB
- [http://travel.kompas.com/read/2014/  
12/24/143100127/.E-  
Tourism.Bentuk.Promosi.Pari  
wisata.Indonesia.Selanjutnya](http://travel.kompas.com/read/2014/12/24/143100127/.E-Tourism.Bentuk.Promosi.Pariwisata.Indonesia.Selanjutnya)  
diakses tanggal 17 Oktober  
2016 pukul 10.00 WIB
- M. E. Purnawan, *Bahan Kuliah: Kebijakan Industri dan Sektoral*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta 2015
- Susanto, Akhmad., 2016, *Bahan Kuliah: Economic Development*. Magister Manajemen-Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Susilastuti, D. H., 2015, *Bahan Kuliah: Demographic Environment*. Magister Manajemen-Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.