

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *TRAVEL AGENT* DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITALISASI
(STUDI PADA PT. RIANDHA KAMIL SEJAHTERA)**



Oleh:

MUHAMMAD ADRIANSYAH
NPM. 20045010049

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI PARIWISATA**

2026

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *TRAVEL AGENT* DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITALISASI
(STUDI PADA PT. RIANDHA KAMIL SEJAHTERA)**



Oleh:

MUHAMMAD ADRIANSYAH
NPM. 20045010049

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI PARIWISATA**

2026

HALAMAN PRASYARAT GELAR SARJANA

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *TRAVEL AGENT* DALAM
MEMPERTAHAKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITALISASI
(STUDI PADA PT. RIANDHA KAMIL SEJAHTERA)**

Skripsi untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Pariwisata
Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

MUHAMMAD ADRIANSYAH
NPM. 20045010049

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI PARIWISATA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI

**Analisis Strategi Pemasaran *Travel Agent* Dalam Mempertahankan Eksistensi
Di Era Digitalisasi (Studi Pada PT. Riandha Kamil Sejahtera)**

Disusun Oleh:

Muhammad Adriansyah
NPM. 20045010049

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing,**



(Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par)

NIP. 198904202022032003

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



(Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.)

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Analisis Strategi Pemasaran *Travel Agent* Dalam Mempertahankan Eksistensi
Di Era Digitalisasi (Studi Pada PT. Riandha Kamil Sejahtera)**

Disusun Oleh:

Muhammad Adriansyah

NPM. 20045010049

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur**

Pada Tanggal 22 Juli 2026

Pembimbing Utama,

(Sheidv Yudhiasta, S.Pd., M.Par)
NIP. 198904202022032003

Tim Penguji

1.

(Sheidv Yudhiasta, S.Pd., M.Par)
NIP. 198904202022032003

2.

(Made Bambang Adnyana, S.ST.Par., M.Par)
NIP. 199409262022031013

3.

(Garsione Agni Andrea, S.Pd., M.Sc)
NPT. 21219900221336

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



(Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.)
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Adriansyah
NPM : 20045010049
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Pariwisata
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 05 Agustus 2026

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Adriansyah
NPM. 20045010049

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Tuhan Yang Maha Esa karena hanya berkat rahmat, kasih, dan anugerah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Nikmat dan karunia yang tidak dapat didustakan oleh setiap makhluk-Nya ketika setiap langkah dan usaha diridhoi dalam menuntut ilmu sehingga membuahkan hasil yang diharapkan, do'a dan harapan agar setiap yang diselesaikan dalam menempuh studi akan memberikan berkah dan manfaat bagi siapapun. Tulisan ini bukan sebuah kesempurnaan namun dapat sekiranya tulisan yang dihasilkan menandakan setiap proses yang dilalui dalam penyusunannya.

Skripsi ini disusun oleh penulis sebagai salah satu persyaratan untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih ke beberapa pihak yang telah banyak membantu, membimbing dan mendukung penulis dalam penyusunan laporan dan pelaksanaan penelitian ini yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran *Travel Agent* Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digitalisasi (Studi Pada PT. Riandha Kamil Sejahtera)", hingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par, selaku Dosen Pembimbing utama sekaligus Dosen Wali yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materiil. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si selaku Koordinator Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Tim penguji yaitu..... atas masukan dan koreksi dari tim penguji sehingga penulis dapat lebih terbuka terhadap setiap kemungkinan yang akan merubah hasil selama proses penelitian.
4. Dosen pengajar di Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang selalu memberikan pengalaman baru dan tambahan wawasan keilmuan di setiap aspek kegiatan pariwisata yang multidisiplin.
5. Orang tua yang begitu luar biasa mendukung penulis baik secara moril maupun materiil, terimakasih karena di setiap waktu selalu terselip nama penulis dalam do'a Ayah dan Ibu untuk keteguhan hati dan keikhlasan dalam sabar, serta keluarga tercinta. Tanpa dukungan mereka, penulis tidak akan mampu menghadapi proses yang sangat menguras pikiran dan tenaga, waktu dan jarak yang ditempuh menjadi ringan dengan dukungan semangat yang dilakukan dengan bentuk dan cara yang sering tidak terduga.

6. Informan yang dengan terbuka menerima keberadaan penulis dan koperatif dalam memberikan informasi-informasi yang diperlukan.
7. Teman satu angkatan di program studi Pariwisata yang selalu memberikan semangat, serta semua sahabat yang menemani dan berjuang bersama selama penulis melakukan perkuliahan.
8. Pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data informasi mengenai keperluan penelitian yang tidak dapat dituliskan satu persatu.

Penulis sangat menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Untuk itu penulis sangat menghargai segala pendapat, saran dan kritik yang bersifat membangun untuk memperbaiki skripsi ini. Kesempurnaan bukanlah milik makhluk, tambahan ilmu akan selalu dapat menjadikan koreksi bahwa apa yang penulis ketahui hanya sebagian kecil dari kekayaan ilmu yang ada. Semoga laporan ini dapat bermanfaat dan memberikan berkah bagi semua pihak walaupun hanya berupa tulisan sederhana. Karena tidak ada yang lebih berkah ketika ilmu yang didapat bisa diturunkan dan dipelajari oleh semua pihak demi menghasilkan suatu hal yang lebih besar dan memberikan manfaat luas dalam kehidupan.

Surabaya,

Muhammad Adriansyah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Riandha Kamil Sejahtera (Riandha Travel) dalam mempertahankan eksistensinya di era digitalisasi, mengidentifikasi strategi pemasaran konvensional yang menjadi fokus utama perusahaan, serta menjelaskan pemasaran *digital* sebagai pendukung strategi pemasaran konvensional. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Riandha Travel menerapkan strategi pemasaran yang mengombinasikan pemasaran konvensional dan pemasaran *digital* dalam mempertahankan eksistensinya. Strategi pemasaran konvensional masih menjadi fokus utama perusahaan karena dinilai lebih efektif dalam membangun kepercayaan calon jamaah. Sementara itu, pemasaran *digital* dimanfaatkan sebagai strategi pendukung melalui penggunaan media sosial, *website*, dan aplikasi perusahaan untuk memperluas jangkauan informasi perusahaan. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran Riandha Travel dapat dikategorikan sebagai “*Hybrid Marketing Strategy*” karena mengintegrasikan kekuatan pemasaran konvensional dengan pemanfaatan teknologi *digital*.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Digitalisasi, Agen Perjalanan, Riandha Travel.

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing strategies implemented by Riandha Kamil Sejahtera. LLC (Riandha Travel) to maintain its existence in the digitalization era, identify the conventional marketing strategies that serve as the company's primary focus, and explain the role of digital marketing as a supporting strategy for conventional marketing. This study employed a qualitative research method with a descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The collected data were analyzed using qualitative data analysis techniques, including data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that Riandha Travel implements a marketing strategy that combines conventional and digital marketing to maintain its market presence. Conventional marketing remains the company's primary focus because it is considered more effective in building the trust of prospective pilgrims. Meanwhile, digital marketing serves as a supporting strategy through the use of social media, the company website, and the company's mobile application to expand the reach of corporate information. The findings also reveal that Riandha Travel's marketing approach can be categorized as a "Hybrid Marketing Strategy" because it integrates the strengths of conventional marketing with the utilization of digital technology.

Keywords: *Marketing Strategy, Digitalization, Travel Agent, Riandha Travel*

DAFTAR ISI

HALAMAN PRASYARAT GELAR SARJANA	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Umum	11
1.3.2 Tujuan Khusus	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.2 Landasan Konseptual	18
2.2.1 <i>Travel Agent</i>	18
2.2.2 Strategi Pemasaran	19
2.2.3 Digitalisasi	20
2.3 Landasan Teori	22
2.3.1 Teori Pemasaran Konvensional	22
2.3.2 Bauran Pemasaran Jasa (7P)	23
2.3.3 <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Word of Mouth</i>	25
2.3.4 <i>Digital Marketing</i>	27
2.3.5 Teori <i>Hybrid Marketing Strategy</i>	29
2.4 Kerangka Berpikir	32

BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Pendekatan Penelitian.....	33
3.2 Lokasi Penelitian	34
3.3 Batasan Penelitian	34
3.4 Jenis dan Sumber Data	34
3.4.1 Jenis Data.....	34
3.4.2 Sumber Data	35
3.5 Instrumen Penelitian.....	36
3.5.1 Peneliti	36
3.6 Metode dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.7 Teknik Penentuan Informan	38
3.8 Teknik Analisis Data	39
3.8.1 Pengumpulan Data.....	40
3.8.2 Reduksi Data.....	40
3.8.3 Penyajian Data	41
3.8.4 Penarikan Kesimpulan/Verifikasi	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil.....	43
4.1.1 Gambaran Umum Riandha Travel.....	43
4.1.2 Visi dan Misi PT. Riandha Kamil Sejahtera.....	47
4.1.3 Struktur Organisasi PT. Riandha Kamil Sejahtera	49
4.2 Pembahasan	50
4.2.1 Strategi Pemasaran Riandha Travel dalam Mempertahankan Eksistensi	51
4.2.2 Strategi Pemasaran Konvensional Riandha Travel.....	53
4.2.3 <i>Relationship Marketing</i> sebagai Strategi Utama	56
4.2.4 <i>Word of Mouth</i> sebagai Sarana Promosi Utama	59
4.2.5 Analisis Digitalisasi pada Riandha Travel.....	63
4.2.6 Strategi Pemasaran <i>Digital</i> pada Riandha Travel.....	65
4.2.7 Penerapan <i>Hybrid Marketing Strategy</i> pada Riandha Travel	67
4.2.8 Analisis Bauran Pemasaran Jasa (7P) PT. Riandha Kamil Sejahtera	71
4.2.9 Tantangan Adaptasi <i>Digital</i> dalam Strategi Pemasaran Riandha Travel	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Lokasi Penelitian	47
Gambar 4. 2 Peta Riandha Travel.....	47
Gambar 4. 3 Direktur PT. Riandha Kamil Sejahtera.....	49
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi PT. Riandha Kamil Sejahtera.	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Berpikir	32
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Panduan Wawancara	97
Lampiran 2: Dokumentasi Penelitian.....	98