

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
DAFTAR ISTILAH	xix
DAFTAR SINGKATAN.....	xxi
INTISARI	xxii
ABSTRACT	xxiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Tinjauan Pustaka	12
1.6 Landasan Teori.....	18
1.7 Metode Penelitian	28
1.8 Sistematika Penulisan	42

BAB II GAMBARAN UMUM DAN KONDISI PERUSAHAAN SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19 44

2.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
2.1.1 Sejarah Perusahaan	43
2.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	46
2.2. Kondisi Perusahaan Sebelum Pandemi COVID-19	50
2.2.1 Layanan Perusahaan	50
2.2.2 Pendapatan Perusahaan	54
2.2.3 Kerja Sama Perusahaan	57
2.2.4 Kebijakan Perusahaan	59
2.3 Kondisi Perusahaan Selama Pandemi COVID-19	60
2.3.1 Layanan Perusahaan	60
2.3.2 Pendapatan Perusahaan	69
2.3.3 Kerja Sama Perusahaan	72
2.3.4 Kebijakan Perusahaan	73

BAB III STRATEGI RESILIENSI BIRO PERJALANAN RAJAWALI TOP TRANSPORT DENGAN TINJAUAN DIMENSI ADAPTIVE CAPACITY DAN PLANNING DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19..... 74

3.1 <i>Adaptive Capacity</i>	74
3.1.1 Merespons Pandemi COVID-19 dengan Melakukan <i>Internal Survival</i> yang Sejalan dengan Kebijakan Pemerintah	75
3.1.2 Tidak Melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) Kepada Karyawan selama Pandemi COVID-19	82
3.1.3 Adanya Sikap Manajemen yang Responsif, Mengayomi, dan Mengutamakan Kenyamanan Karyawan	84
3.1.4 Melakukan Strategi Efisiensi dan Pengarahan Alur Keluar Masuk Keuangan	87
3.1.5 Adanya Fasilitas dan Dukungan Material yang Diberikan Kepada Karyawan Selama Pandemi COVID-19	94

3.1.6 Memberi Ruang Gerak kepada Karyawan dalam Melakukan Tindakan, Mengambil Keputusan, dan Mencari Solusi atas Masalah dan Situasi yang Berlangsung	97
3.1.7 Melakukan Rangkap Posisi pada Pekerjaan yang Dibutuhkan selama Pandemi COVID-19	101
3.2 <i>Planning</i>	107
3.2.1 Mengupayakan Penjualan terhadap Produk <i>My Car</i> dan <i>Tegsa Adventure</i>	107
3.2.2 Pengembangan Produk Baru sebagai Terobosan dalam Menghadapi Pandemi COVID-19	113
3.2.3 Memberikan Pelatihan kepada <i>Driver</i> yang Merangkap Posisi sebagai Pemandu Wisata	120
3.2.4 Melakukan Pemasaran Digital	122
3.2.5 Memperluas dan Memelihara Jaringan Kerja Sama untuk Mengoptimalkan Pengembangan dan Penjualan Produk	128
3.2.6 Melakukan Evaluasi dan Perencanaan Jangka Panjang.....	138

BAB IV KELEMAHAN DAN KEKUATAN STRATEGI RESILIENSI BIRO PERJALANAN RAJAWALI TOP TRANSPORT 144

4.1 Kelemahan dan Kelebihan Penerapan Strategi Resiliensi Biro Perjalanan Rajawali Top Transport dalam Menghadapi Pandemi COVID-19.....	144
4.1.1 Kelemahan Penerapan Strategi Resiliensi Biro Perjalanan Rajawali Top Transport dalam Menghadapi Pandemi COVID-19	144
4.1.2 Adanya Rangkap Posisi yang Menyebabkan Kinerja Kurang Efektif	146
4.1.3 Belum Optimalnya Pelatihan kepada Para <i>Driver</i> yang Merangkap Posisi Sebagai Pemandu Wisata	150
4.1.4 Kurang Jelasnya Arahan dari Manajemen Selama Pandemi COVID-19.....	153
4.1.5 Kurangnya Riset dan Perhitungan terhadap Penjualan Produk yang Dikembangkan Selama Pandemi COVID-19	155

4.1.6 Kurang Melibatkan pada Ekosistem Bisnis yang Telah Terbentuk..	158
4.2.1 Kekuatan Penerapan Strategi Resiliensi Biro Perjalanan Rajawali Top Transport dalam Menghadapi Pandemi COVID-19	162
4.2.2 Pengembangan Produk dan Penjualan Produk Membuat Perusahaan Bertahan Hidup Selama Pandemi COVID-19	162
4.2.3 Pemasaran yang Dilakukan Secara Digital Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	168
4.2.4 Pengembangan Produk Baru Tegsa <i>Adventure</i> pada Saat Pandemi COVID-19 Memberikan Keamanan, Kualitas, dan Kepuasan kepada Pengguna Layanan Jasa	174
4.2.5 Produk Baru yang Dikembangkan Menciptakan Pasar Baru.....	178
4.2.6 Analisis Strategi Resiliensi Biro Perjalanan Rajawali Top Transport Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19	182
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	188
5.1 Kesimpulan	188
5.2 Saran	190
DAFTAR PUSTAKA	192
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS	210

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Perbandingan Pendapatan Tahun 2020 dan 2021	165
--	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penurunan Pertumbuhan Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara di DIY Tahun 2020	4
Tabel 1.2 Pendapatan Biro Perjalanan Rajawali Top Transport dari 2018 – 2020	5
Tabel 1.3 Indikator <i>Relative Overall Resilience (ROR)</i>	22
Tabel 2.1 Pendapatan Biro Perjalanan Rajawali Top Transport 2018	54
Tabel 2.2 Jumlah Pengguna Layanan Jasa Transportasi 2018.....	55
Tabel 2.3 Pendapatan dan Jumlah Pengguna Layanan Jasa tahun 2019.....	56
Tabel 2.4 Pendapatan Perusahaan bulan Januari – Juli 2020	69
Tabel 2.5 Pendapatan Perusahaan dari bulan Juli – Desember 2020	71
Tabel 3.1 Strategi Resiliensi Biro Perjalanan Rajawali Top Transport dengan <i>Teori New Model of Organization Resilience</i> oleh Stephenson (2010).....	143
Tabel 4.1 Pendapatan Biro Perjalanan Rajawali Top Transport Tahun 2021.....	163
Tabel 4.2 Pendapatan Biro Perjalanan Rajawali Top Transport dari bulan Januari – Mei 2022	166

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Rajawali Top Transport	46
Gambar 2.2 Pilihan Layanan Jasa Rental Mobil Tegsa <i>My Car</i>	51
Gambar 2.3 Pilihan Layanan Antar Jemput Luar Kota Tegsa <i>My Car</i>	52
Gambar 2.4 Layanan City Tour Yogyakarta Tegsa <i>My Car</i>	53
Gambar 2.5 Layanan Paket-Paket Wisata Tegsa <i>Adventure</i>	61
Gambar 2.6 Paket BikeXperience Nanggulan dan BikeXperience <i>Heritage Tour</i>	62
Gambar 2.7 Layanan Paket Wisata <i>Trekking</i>	63
Gambar 2.8 Layanan Wisata Mistis Biro Perjalanan Rajawali Top Transport	64
Gambar 2.9 Layanan Wisata Garis Imajiner	65
Gambar 2.10 Paket <i>Sunrise</i> dan <i>Sunset Adventure</i>	66
Gambar 2.11 Layanan Paket <i>Ambayar</i>	67
Gambar 2.12 Layanan <i>Mubeng</i> Jogja Biro Perjalanan Rajawali Top Transport	68
Gambar 3.1 Strategi Efisiensi Keuangan Perusahaan sebagai Bentuk Resiliensi Perusahaan	89
Gambar 3.2 Alur Pemasukkan Keuangan dan Kegiatan Biro Perjalanan Rajawali Top Transport	92
Gambar 3.3 Penerapan Rangkap Posisi Biro Perjalanan Rajawali Top Transport.....	105
Gambar 3.4 Liputan Artikel BikeXperience di Koran NOVA	111
Gambar 3.5 Proses Pengembangan Produk Baru Selama Pandemi COVID-19	115
Gambar 3.6 Pelayanan dengan Protokol Kesehatan	126
Gambar 3.7 Promosi Produk Perusahaan melalui Media Sosial.....	127
Gambar 3.8 Kerja Sama Biro Perjalanan Rajawali Top Transport.....	128

Gambar 3.9 Bentuk Kerja Sama Biro Perjalanan Rajawali Top Transport dengan Hotel	131
Gambar 4.1 Demografi Pengikut Media Sosial Tegsa Adventure	156
Gambar 4.2 Andre Taulany Menggunakan Layanan Tegsa Adventure dan Komentar Pengguna Media Sosial Instagram	170
Gambar 4.3 The Prediksi Menggunakan Layanan Tegsa Adventure dan Keterlibatan Pengguna Media Sosial yang Meningkat di Instagram	171
Gambar 4.4 Jumlah Pengikut Instagram Tegsa Adventure	173
Gambar 4.5 Pengguna Layanan Jasa dari KPK, BRI Kanwil Surabaya, BPD Bantul, BPD Pusat, dan UIN Region Jawa-Madura	181
Gambar 4.6 Keterkaitan Antara Strategi <i>Adaptive Capacity</i> dan <i>Planning</i> pada Biro Perjalanan Rajawali Top Transport	182
Gambar 4.7 Keterkaitan Antara Strategi <i>Adaptive Capacity</i> dan <i>Planning</i>	185

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Nara Sumber dan Informan	203
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan	206