

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pariwisata sudah sedemikian pesat dan terjadi suatu fenomena yang sangat global dengan melibatkan jutaan manusia, baik kalangan masyarakat, industri pariwisata maupun kalangan pemerintah dengan biaya yang tidak sedikit. Masyarakat industri dan pengusaha pariwisata, keduanya mau tidak mau harus bergandengan tangan dalam menciptakan kondisi yang baik dalam perkembangan industri pariwisata secara nasional. Perkembangan industri pariwisata telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, dorongan orang untuk melakukan perjalanan, cara berfikir, maupun sifat dan perkembangan pariwisata itu sendiri.

Kebijakan pemerintah yang diatur dan diberlakukan pada UU No. 2 Tahun 2004 yang memberikan kewenangan lebih luas pada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, membawa implikasi semakin besarnya tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki daerah dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di daerah. Dengan adanya UU tersebut pemerintah memiliki keluasaan untuk mengembangkan objek wisata dan juga dapat mengembangkan objek wisata dan juga dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pariwisata tidak berkembang tanpa adanya peran dari berbagai komponen pariwisata yang beroperasi, seperti salah satunya Biro Perjalanan Wisata yang bertugas dalam mengemas daya tarik wisata. Biro Perjalanan Wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur dan menyediakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama berwisata, ini dapat mempermudah semua kebutuhan selama perjalanan. Biro perjalanan akan membantu memberikan beragam informasi mengenai berbagai tempat liburan sesuai yang diinginkan. Biro Perjalanan Wisata memiliki akses dan jangkauan yang luas dalam memasarkan seluruh produk dan jasa kepada seluruh segmen-segmen yang berada di seluruh dunia.

Malala Tour and Travel merupakan salah satu Biro Perjalanan Wisata (BPW) yang beroperasi di kota Padang. *Malala Tour and Travel* menawarkan beberapa produk jasa pariwisata seperti, penjualan paket wisata domestik, perencanaan dan penyelenggaraan paket wisata domestik, pemesanan akomodasi (penginapan), penyediaan paket wisata dan penyediaan alat transportasi wisata. Mereka menghadirkan inovasi dan mementingkan kenyamanan konsumen dalam memilih jasa ini agar tetap mampu bersaing dalam dunia bisnis. Biro perjalanan ini akan membantu memberikan beragam informasi mengenai berbagai tempat liburan sesuai dengan yang diinginkan, mulai dari biaya reservasi tiket murah, tempat tujuan, hingga pemandu yang akan menemani selama perjalanan.

Berikut data perbandingan jumlah konsumen dan harga yang ditawarkan oleh *Malala Tour and Travel* dan Duta Pesona Wisata dapat dilihat pada tabel 1.1 dan 1.2 berikut ini :

Tabel 1.1
Jumlah Konsumen Malala Tour and Travel dan Duta Pesona Wisata
Tahun 2018

Bulan	Malala Tour and Travel		Duta Pesona Wisata	
	Jumlah (orang)	Pertumbuhan (%)	Jumlah (orang)	Pertumbuhan (%)
Januari	573	-	630	-
Februari	519	-9,42	746	18,41
Maret	466	-10,21	735	-1,47
April	312	-33,04	655	-10,88
Mei	387	24,03	644	-1,67
Juni	755	95,09	862	33,85
Juli	320	-57,61	680	-21,11
Agustus	370	15,62	630	-7,35
September	475	28,37	535	-15,07
Oktober	300	-36,84	566	5,79
November	450	50,00	682	20,49
Desember	578	28,44	785	15,10

Sumber: Malala Tour dan Duta Pesona Wisata Kota Padang.

Tabel 1.2
Data Perbandingan Harga Malala Tour and Travel dengan Duta Pesona
Wisata

Malala Tour and Travel			Duta Pesona Wisata		
Promo	Fasilitas	Harga	Promo	Fasilitas	Harga
Pulau Sirandah	Paket lengkap 10 orang untuk 2 hari	Rp. 2.000.000	Pulau Sirandah	Paket lengkap 10 orang untuk 2 hari	Rp. 2.250.000
Pulau Pamutusan	Paket lengkap 10 orang untuk 2 hari	Rp. 2.250.000	Pulau Pamutusan	Paket lengkap 10 orang untuk 2 hari	Rp. 2.500.000
Pulau Pagang	Paket lengkap 10 orang untuk 2 hari	Rp. 2.500.000	Pulau Pagang	Paket lengkap 10 orang untuk 2 hari	Rp. 2.700.000
Pulau Swarnadwipa	Paket lengkap 10 orang untuk 2 hari	Rp. 2.000.000	Pulau Swarnadwipa	Paket lengkap 10 orang untuk 2 hari	Rp. 2.000.000
Pulau Pasumpahan	Paket lengkap 10 orang untuk 2 hari	Rp. 1.200.000	Pulau Pasumpahan	Paket lengkap 10 orang untuk 2 hari	Rp. 1.200.000

Sumber: Malala Tour dan Duta Pesona Wisata Kota Padang.

Dari tabel 1.1 terlihat jumlah konsumen yang menggunakan jasa biro perjalanan wisata *Malala Tour and Travel* dan *Duta Pesona Wisata* pada tahun 2018 berfluktuasi. Pada bulan Januari sampai bulan Mei, *Malala Tour and Travel* mengalami penurunan, tetapi pada bulan Juni mengalami peningkatan yang sangat signifikan sebanyak 755 orang dikarenakan pada bulan tersebut adalah Hari Raya Idul Fitri, begitu juga pada *Duta Pesona Wisata* mengalami peningkatan sebanyak 862 orang dibulan yang sama. Pada bulan berikutnya yaitu bulan Juli sampai Desember jumlah konsumen *Malala Tour and Travel* dan *Duta Pesona Wisata* kembali berfluktuasi, terjadinya peningkatan jumlah konsumen diantara bulan November dan Desember. Hal ini dikarenakan pada bulan tersebut adalah liburan akhir tahun. Jika dibandingkan dengan *Duta Pesona Wisata* sebagai pesaing, jumlah konsumennya selalu berada diatas dari *Malala Tour and Travel*. Padahal pada tabel 1.2 harga yang ditawarkan oleh *Duta Pesona Wisata* lebih tinggi dari *Malala Tour and Travel*. Hal ini dapat diduga bahwa kualitas pelayanan dan promosi dari *Duta Pesona Wisata* lebih baik dari *Malala Tour and Travel*.

Untuk memperkuat fenomena yang ada, maka dilakukan survei awal terhadap 30 orang konsumen *Malala Tour and Travel* mengenai harga, kualitas pelayanan, promosi dan kepuasan. Hasil survei dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut ini :

Tabel 1.3
Survey awal pada konsumen Malala *Tour and Travel* tahun 2018

No	Pernyataan	Jawaban		Persentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Harga yang ditetapkan sesuai dengan jasa yang diberikan	19	11	63,3	36,7
2	Pelayanan yang di berikan sesuai dengan harapan	17	13	56,6	43,4
3	Kemudahan dalam mendapatkan kejelasan informasi tentang pilihan promosi tour wisata	21	9	70	30
4	Paket wisata yang tersedia banyak pilihan	18	12	60	40
5	Setelah saya menggunakan jasa biro perjalanan wisata Malala <i>Tour and Travel</i> , saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa ini.	16	14	53,3	46,7

Sumber : Survey awal 2018

Berdasarkan tabel 1.3 konsumen yang merasa puas dengan harga yang ditetapkan sebanyak 19 orang dengan persentase 63,3 dan yang merasa tidak puas terhadap harga sebanyak 11 orang dengan persentase 36.7. Konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan sebanyak 17 orang dengan persentase 56,6 dan 13 orang yang merasa tidak puas dengan persentase 43,4. Konsumen yang merasa puas terhadap kemudahan mendapatkan informasi tentang pilihan promosi tour wisata sebanyak 21 orang dengan persentase 70, dan 9 orang yang merasa tidak puas dengan informasi dari promosi dengan persentase 30. Konsumen yang merasa puas terhadap

pilihan paket tour wisata sebanyak 18 orang dengan persentase 60, sedangkan yang tidak puas sebanyak 12 orang dengan persentase 40. Pelanggan yang mau merekomendasikan Malala Tour kepada orang lain sebanyak 16 orang dengan persentase 53,3 dan yang tidak mau merekomendasikan sebanyak 14 orang dengan persentase 46,7. Berdasarkan survei awal pada konsumen Malala *Tour and Travel* dapat dikatakan bahwa konsumen belum merasakan kepuasan.

Hal utama yang diprioritaskan oleh pihak manajemen adalah kepuasan pelanggan atau konsumen agar dapat bertahan, dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas (Schnaars, 1991, dalam Tjiptono & Chandra, 2011). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan akan terbentuk ketika tingkat kepentingan sama dengan kinerja yang dirasakan, sedangkan kepuasan maksimal akan dirasakan ketika kinerja yang dirasakan jauh melebihi tingkat kepentingan yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas (Kotler, 2005).

Selain itu harga juga sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli suatu barang. Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan pandangan konsumen atas nilai dan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut.

Harga mempunyai peranan penting bagi perusahaan, karena harga mempunyai pengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya (Kotler dan Armstrong, 2008). Oleh karena itu, penetapan harga

yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar bagi perusahaan. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk dan jasa.

Dalam hasil penelitian Kasino (2018) yaitu Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Mitra *Tour and Travel* Sidoarjo, membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Swastha, (2010) ada lima penggerak utama kepuasan pelanggan, yaitu : kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, lokasi dan kemudahan mendapatkan jasa. Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan Kotler & Armstrong, (2008). Dengan adanya pelayanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan konsumen yang datang. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono & Chandra, 2011).

Dalam hasil penelitian Haryono *dkk* (2016) yaitu Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. DMS *Tour and Travel*, membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Promosi merupakan cara bagaimana memperkenalkan produk kepada pelanggan dan calon pelanggan melalui periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan pemasaran langsung. Promosi merupakan bahan inti dalam kampanye

pemasaran, terdiri koleksi alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembeli yang lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau pedagang (Kotler, 2008). Kemudian menurut Alma (2007) bahwa Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.

Dalam penelitian Susanti (2016) yaitu Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan dan Kualitas Produk *Online* terhadap Kepuasan Konsumen *Online* secara Syariah, membuktikan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan rangkaian uraian diatas maka peneliti mengakat judul “**Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Malala *Tour and Travel* di Kota Padang**”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka diangkat beberapa perumusan masalah yang akan dibuktikan di dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Malala *Tour and Travel* di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Malala *Tour and Travel* di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Malala *Tour and Travel* di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Malala *Tour and Travel* di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Malala *Tour and Travel* di Kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Malala *Tour and Travel* di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat yang berarti bagi pihak :

1. Bagi praktisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak Malala *Tour and Travel* guna mengevaluasi kebijakan-kebijakan yang akan diterapkan.

2. Bagi akademisi

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi, dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi proses kepuasan konsumen.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat menjadikan referensi bagi pihak lain yang ingin meneliti tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan konsumen *Malala Tour and Travel* di kota Padang.