

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

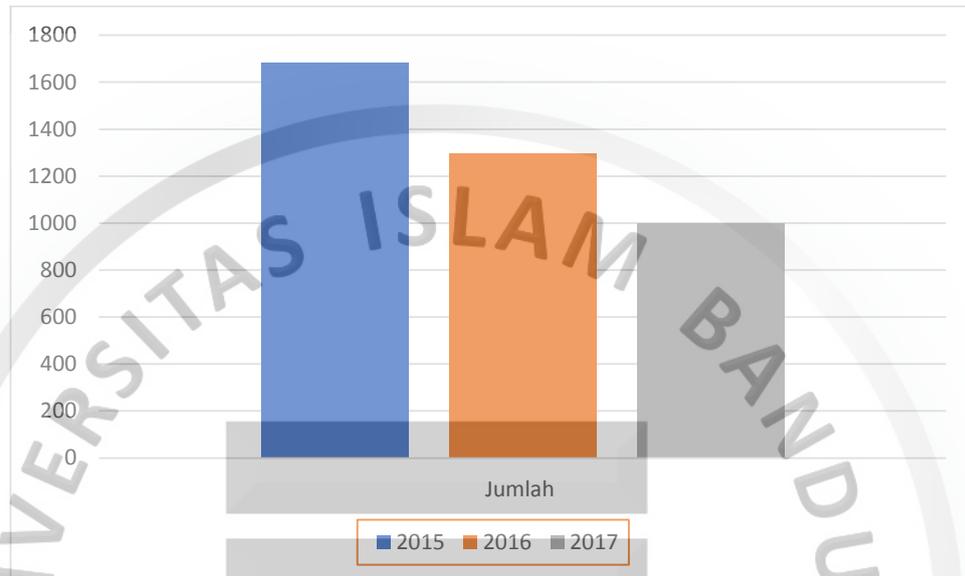
Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keunikan, kekhasan, dan keaslian alam serta budaya yang terdapat di Indonesia. Dari keberagaman yang ada membuat Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki potensi pariwisata, baik wisata alam maupun wisata budaya. Kepariwisata bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya serta memajukan kebudayaan. Di era globalisasi sekarang ini terdapat persaingan yang cukup ketat di berbagai bidang pekerjaan khususnya di bidang pariwisata yang berhubungan dengan pelayanan, agar dapat bersaing dan mampu mengimbangi laju persaingan di dunia usaha jasa maka kualitas pelayanan haruslah berorientasi pada perilaku konsumen yang baik. Salah satu upaya untuk dapat bersaing dan mempertahankan konsumen oleh biro perjalanan wisata yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik sehingga konsumen akan terus menggunakan jasa yang diberikan.

PT Eksotik Indonesia merupakan salah satu biro jasa *tour & travel* yang berlokasi di Batujajar Bandung. PT Eksotik Indonesia melayani jasa perjalanan dalam negeri maupun di luar negeri. PT Eksotik Indonesia didirikan pada awal tahun 2015 dan telah terdaftar di ASITA (*Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies*). ASITA adalah suatu perkumpulan yang mewadahi pengusaha atau pelaku usaha di bidang jasa perjalanan wisata di Indonesia. PT. Eksotik Indonesia tidak dinaungi oleh yayasan maupun investor dalam negeri ataupun luar negeri. Pemilik *tour* dan *travel* ini hanya terdiri dari perorangan.

Pada tahun 2017 ini PT Eksotik Indonesia mengalami penurunan jumlah konsumen dibandingkan tahun 2016. Data penurunan jumlah konsumen PT Eksotik Indonesia tahun 2017 dibandingkan tahun 2016 ditampilkan pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data Pelanggan Tahun 2015 -2017

Tahun	Jumlah
2015	1685
2016	1295
2017	1000
Jumlah	3980



Gambar 1.1 Grafik Sumbu Vertikal Jumlah Konsumen PT. Eksotik Indonesia 2011-2017

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan pada PT. Eksotik Indonesia di dapati penurunan jumlah konsumen. Fenomena penurunan jumlah konsumen terjadi di akibatkan oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Dari analisa yang di lakukan pada pengamatan awal menggunakan *Lost costumer analysis* pada beberapa konsumen yang beralih menggunakan jasa yang lain di dapati bahwa harga yang di tawarkan lebih mahal, destinasi yang kurang menarik, serta promosi yang dilakukan kurang menarik perhatian konsumen di bandingkan dengan travel pesaing. Oleh karena itu penulis mengamati dan menganalisa pada gambar grafik 1.1 dari tahun 2015 hingga 2017 terjadinya penurunan yang cukup signifikan dari tahun - tahun sebelum nya yang mengakibatkan menjadi suatu kasus yang menjadikan bahan perbaikan atau evaluasi yang sesuai untuk PT. Eksotik Indonesia agar menjadi stabil kembali dan dapat meningkat nilai jual serta minat konsumen menggunakan jasa travel ini.

Setelah dilakukan pengamatan awal di dapatkan, faktor internal pada PT. Eksotik Indonesia terdiri atas, *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi). Faktor eksternal terdiri atas potensi pasar, pesaing dan kondisi sosial ekonomi. Jika permasalahan tersebut merupakan sebuah penurunan jumlah konsumen terus terjadi maka di pastikan akan berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan. Selain itu akibat yang akan terjadi adalah semakin banyak konsumen yang beralih kepada jasa travel yang lain.

Konsep dari perbaikan pelayanan dan pemasaran pada biro perjalanan wisata sejalan dengan Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan (Fokus) mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”

Berkaitan dengan ayat tersebut, perusahaan khususnya PT. Eksotik Indonesia sebagai biro perjalanan *tour& travel* perlu untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya untuk memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan konsumennya, sehingga memberikan kebermanfaatn bagi konsumennya.

Berdasarkan permasalahan terkait terdapat penurunan jumlah konsumen pada PT. Eksotik Indonesia, maka diperlukan strategi pemasaran baru yang lebih efektif untuk kembali meningkatkan jumlah konsumen. Oleh karenanya, pada penelitian tugas akhir ini akan dilakukan analisis dan usulan perancangan layanan untuk meningkatkan jumlah konsumen di PT. Eksotik Indonesia. Metode yang digunakan yaitu strategi bauran pemasaran 7P.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, adapun yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja faktor penyebab terjadinya penurunan jumlah konsumen pada PT. Eksotik Indonesia?
2. Bagaimana tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen terhadap layanan pada jasa tour & travel pada PT. Eksotik Indonesia?
3. Apa saja faktor faktor yang menjadi prioritas perbaikan di PT. Eksotik Indonesia?
4. Bagaimana upaya yang harus di lakukan PT. Eksotik Indonesia untuk perbaikan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen tercapai?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor penyebab terjadinya penurunan jumlah konsumen pada PT. Eksotik Indonesia.
2. Mengukur tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen terhadap layanan pada jasa tour & travel pada PT. Eksotik Indonesia dalam aspek bauran pemasaran 7P.
3. Menentukan faktor prioritas perbaikan pada PT. Eksotik Indonesia menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).
4. Melakukan perancangan proses pelayanan menggunakan *SOP standar operational procedure* dan menggunakan bauran pemasaran komunikasi.

1.4 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dimaksudkan agar pemecahan masalah dari objek penelitian ini menghasilkan kesimpulan benar dan lebih terarah serta tidak menyimpang dari tujuan semula. Beberapa hal yang menjadi batasan masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian difokuskan untuk meningkatkan kembali jumlah konsumen jasa *tour& travel* di PT. Eksotik Indonesia.
2. Perancangan layanan akan menggunakan metode 7P, yang berfokus pada faktor *product, price, promotion, place, people, physical evidence*.

1.5 Sistematika penulisan

Agar penulisan laporan tugas akhir ini lebih terarah, serta dapat dipahami dan dimengerti dengan baik maka penulisan tugas akhir ini dibagi dalam 6 (enam) bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai landasan teori yang digunakan dalam penelitian untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi dan sebagai landasan dalam pengolahan data dan analisis. Teori yang dipaparkan antara lain

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan kerangka pemecahan masalah yang menguraikan tahap-tahap penelitian dan pendekatan-pendekatan teoritis sebagai kerangka berpikir dalam melakukan pemecahan permasalahan dalam penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan dan menyajikan data tentang kondisi perusahaan, data yang menunjang pengolahan data dan proses pengolahan data dalam penelitian.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan analisa dari hasil pengolahan data pada bab sebelumnya. Analisis yang dipaparkan yaitu mengenai

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyimpulkan keseluruhan hasil dari penelitian yang dilakukan, kemudian diberikan saran untuk menyempurnakan hasil dari penelitian.