BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

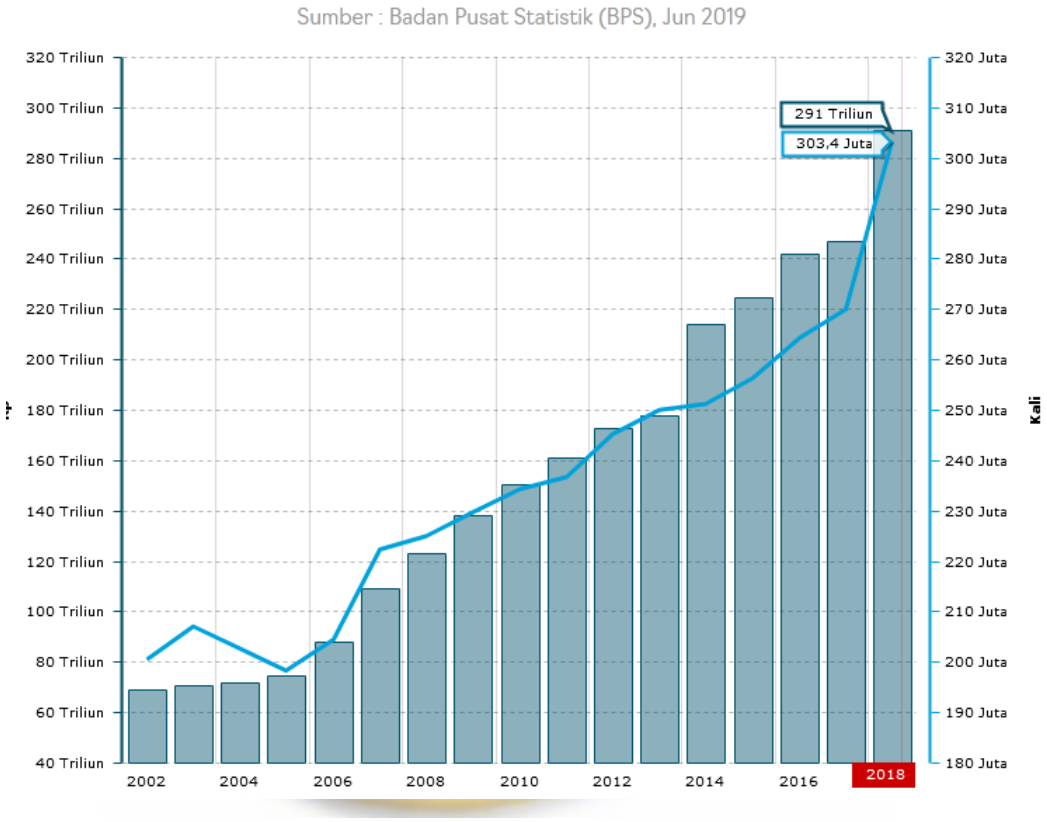
Pertumbuhuan ekonomi duniasaat ini merupakan bentuk nyata dari perjalanan sebuah bisnis global yang memang sangat menjanjikan karena pertumbuhan ekonomisendiri mampu mendorongwisatawan untuk berkunjung ke belahan dunia manapun. Dengan adanya Globalisasi, dan menciptakan peningkatan ekonomi, khususnya dibidang pariwisata yang tentunyamemicupersaingan antar sesama individu bahkan antar negarauntuk menjadi pilihan utama para wisatawan melakukan kegiatan wisatanya dan berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi negaranya sendiri. Pariwisata merupakan salah satu sumber bagi pertumbuhan ekonomi di berbagai belahan dunia. Sektor pariwisata mengalami peningkatan diluar perkiraanditengah tantangan global saat ini. Pertumbuhan pariwisata internasional yang memberikan harapan bagi banyak negara untuk meningkatkan perekonomian tersebut perlu diimbangi dengan kebijakan yang mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Menurut data https://www.bps.go.id, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisman ke Indonesia April 2019 mengalami kenaikan 0,11 persen dibanding jumlah kunjungan pada April 2018. Sementara itu, jika dibandingkan dengan Maret 2019, jumlah kunjungan wisman pada April 2019 mengalami penurunan sebesar 2,74 persen. Secara kumulatif jumlah kunjungan wisman ke Indonesia mencapai 5,12 juta kunjungan atau naik 3,22 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada periode yang sama tahun 2018 yang berjumlah 4,96 juta kunjungan.

Sedangkan ekonomi domestik yang tumbuh sekitar 5% disertai dengan membaiknya daya beli masyarakat menopang peningkatan jumlah perjalanan serta belanja wisatawan nusantara (wisnus). Menurut data Badan Pusat

Statistik (BPS) jumlah perjalanan wisnus pada 2018 tumbuh 12,37% menjadi 303,4 juta kali dibandingkan tahun sebelumnya. Bahkan, dalam lima tahun (2013-2018) perjalanan wisnus telah meningkat lebih dari 21%. (katadata.co.id)

Demikian pula belanja wisnus pada 2018 tumbuh 12,89% menjadi Rp 291 triliun dibandingkan dengan tahun sebelumnya Rp 246,85 triliun. Dalam lima tahun terakhir (2013-2018), belanja wisnus meningkat 63,6%. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut.



Sumber: www.katadata.co.id

Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Nusantara

Mendukung kemajuan sektor pariwisata maka perlu adanya sarana sebagai alat transportasi untuk perpindahan dari suatu tempat ketempat lain yang bersifat pribadi maupun umum atau dapat dipergunakan oleh orang banyak. Meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (Budisusetio, 2009). Sejak dahulu alat transportasi mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan zaman, alat transportasi itu sendiri

ada yang menggunakan jalur darat, laut dan udara.

Biro perjalanan atau yang biasa disebut dengan travel oleh masyarakat luas ini adalah jasa pelayanan transportasi antar daerah dengan menggunakan minibus. *Travel* dianggap oleh sebagian masyarakat sebagai salah satu sarana transportasi antar daerah yang lebih nyaman dibandingkan dengan sarana transportasi lainnya. seperti kereta atau bus, karena penumpang tidak harus berdesakan atau berdiri sepanjang perjalanan layaknya yang biasa terjadi pada transportasi kereta atau bus. Sehingga pilihan menggunakan *travel* semakin diminati oleh masyarakat.

Untuk saat ini di Kota Bandung sendiri terjadi peningkatan armada transportasi bus khususnya pariwisata. Hal ini dapat diartikan bahwa tingkat permintaan terhadap bus pariwisata terus meningkat, sehingga menjadi usaha bisnis untuk mendirikan perusahaan bus pariwisata atau menambahkan armada. Berikut adalah 10 travel bus pariwisata yang paling dikenal di Kota Bandung.

Tabel 1.1

Travel Bus Pariwisata di Kota Bandung

No	Nama Travel Bus Pariwisata	Alamat
1	Dago Holiday	Jl. Terusan Jakarta No 430 Ruko Puri Dago Kav 75 Antapani Bandung
2	Bandung Paradise	Telepon/WA: +62 878 8181 1000
3	Mega Trans Holiday	Jln. Terusan Jakarta 320 Ruko Puri Dago 20 Antapani Bandung.
4	Kramat Djati	Jl. Nurtanio 15 Bandung, Telepon : 022 6034 680.
5	Pakar Wisata	Jl. Kiara Condong 432 Bandung
6	Pakar Utama 8	Jl. Gudang Utara no 27 Bandung.
7	Grand Star Holiday Tour And Transport Service	Jl. Cikutra No. 201 Bandung
8	Surya Putra	Jl. Soekarno-Hatta, Bandung, Jawa Barat 40235

9	Qitarabu Trans	Jl. Cikutra 1A
10	Trijaya Trans	Jl. Sekelimus Utara XVI No. 6 Bandung.

Sumber:pobuspariwisatabandung.wordpress.com

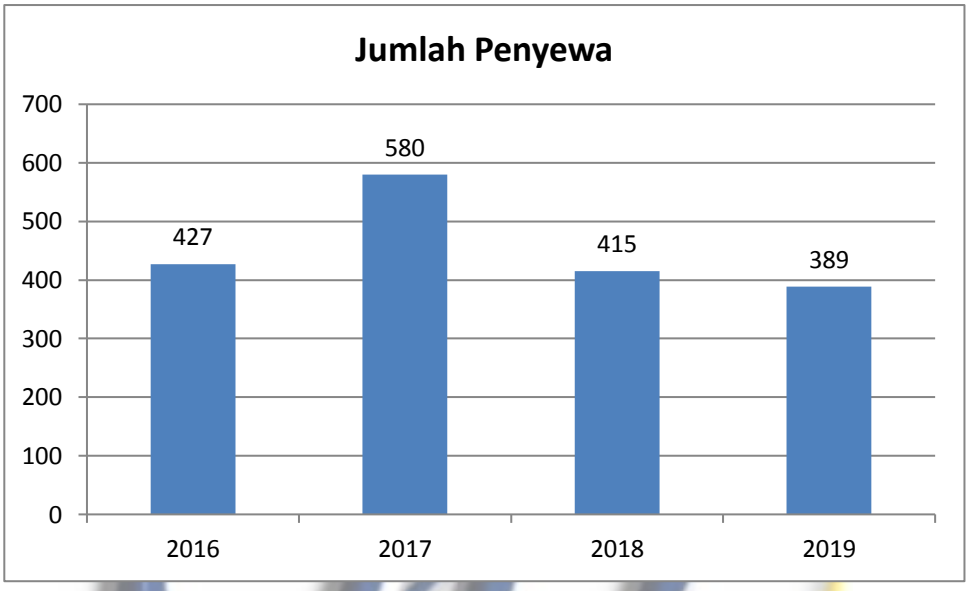
Data pada tabel 1.1 di atas merupakan sebagian kecil usaha jasa travel di Kota Bandung, hal ini membuat perusahaan harus dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan akurat agar dapat menjaga kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan. Disamping itu, melihat keadaan pasar sekarang membuat perusahaan tidak hanya berorientasi pada penjualan dengan menciptakan produk berkualitas saja tapi juga harus mampu memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Setiap perusahaan pada kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.

Grand Star Holiday Bandung Tour And Transport Service sebagai salah usaha travel, bus dan Elf pariwisata dituntut untuk memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik. Grand Star Holiday menyediakan Elf dan Bus dengan pelayanan prima seperti Full AC, Rec. Seat, Full Music, TV, VCD/DVD, dan Karaoke. Bus dan Elf Pariwisata tersedia Seat 11 ,15,18, 20, 23, 27, 30, 31, 33, 35, 40, 44, 47, 59. Sehingga konsumen dapat melakukan pilihan sesuai dengan kebutuhan. Kemudahan lainnya yang diberikan Grand Star Holiday Tour And Transport Service dapat dialkukan booking melalui Call Center : 022-42690341 (office)/082130256726, konsumen juga bisa mengubungi melalui layanan Whatsapps, Facebook, Twitter, Instagram, Email, maupun SMS.

Akan tetapi layanan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan tidak menjadikan jumlah konsumen mengalami kenaikan seperti yang terlihat pada grafik berikut.

Grafik 1.2

Jumalah Pengguna Jasa Travel Grand Star Holiday Bandung



Sumber: Grand Star Holiday Tour And Transport Service

Berdasarkan tabel 1.2 yang berhasil penulis dapatan terlihat terjadinya penurunan pengguna atau konsumen yang menggunakan jasa Grand Star Holiday Tour And Transport Service dari periode tahun 2016 hingga periode tahun 2019. Untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat Grand Star Holiday Tour And Transport Service harus dapat meningkatkan kualitas pelayanannya, namun pada kenyataannya kualitas pelayanan Grand Star Holiday masih dikatakan rendah.

Hal ini diduga dengan menurunya jumlah konsumen karena pelayanan yang diberikan belum maksimal karena masih banyaknya komplain dari konsumen seperti : kondisi kendaraan masih ada yang kurang baik seperti ac kurang bagus, tv/dvd tidak berfungsi, lamanya pemesanan konsumen melalui email, keterlambatan penjemputan tamu, unit kendaraan yang terkadang kurang, sopir yang terkadang ugal-ugalan di jalan. Hal ini menjadikan Grand Star Holiday Tour And Transport Service untuk lebih meningkatkan pelayanannya dalam mencapai kepuasan konsumennya, karena pada dasarnya usaha memuaskan

konsumen merupakan salah satu usaha untuk mengembangkan kualitas barang atau jasa perusahaan guna memuaskan kebutuhan konsumen yang sesuai atau melebihi kriteria yang diinginkan oleh konsumen. Selain itu konsumen semakin selektif, konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan harus bisa menciptakan kualitas layanan dan harga yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler-Keller (2016;72) yang di alih bahasakan oleh Molan bahwa untuk mengukur kepuasan konsumen diantaranya yaitu *Derived Dissatisfaction* atau pertanyaan yang di ajukan menyangkut 2 hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima. Untuk mengetahui masalah tersebut maka penulis melakukan survei awal dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 konsumen yang pernah menggunakan jasa bus pariwisata Grand Star Holiday sebagai berikut.

Tabel 1.3

Survey Awal Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Jumlah	Rata-rata	Ket.
1	Saya merasa puas dengan Area kabin bus pariwisata yang terjaga kebersihannya	2	11	8	9	0	96	3,20	Cukup
2	Saya merasa puas dengan dirver yang handal dalam menjalankan kendaraan	2	17	8	2	1	107	3,57	Puas
3	Saya merasa puas dengan awak bus yang sigap dalam	4	18	4	3	1	111	3,70	Puas

	membantu kebutuhan konsumen								
4	Saya merasa puas dengan bus pariwisata yang memberikan jaminan tepat waktu dalam mengantar dan menjemput konsumen	0	12	10	5	3	91	3,03	Cukup
5	Saya merasa puas dengan karyawan Grand Star Holiday yang memberikan solusi terhadap keluhan konsumen	0	12	9	5	4	89	2,97	Cukup
	Jumlah							16,47	
	Rata-rata							3,29	Cukup

Berdasarkan pada tabel 1.3 menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada Grand Star Holiday Tour And Transport Service dinilai cukup, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa cukup puas dengan kinerja layanan Grand Star Holiday Tour And Transport Service sehingga hal perlu ditingkatkan dan ditindaklanjuti faktor-faktor yang dapat menurunkan kepuasan konsumen. Faktor yang perlu ditingkatkan seperti kebersihan area kabin bus pariwisata, jaminan tepat waktu dalam mengantar dan menjemput konsumen dan solusi terhadap keluhan konsumen Grand Star Holiday.

Kepuasan konsumen juga bisa di lihat dari harga yang di tawarkan oleh Bisnis Travel.Menurut Kotler dan Keller (2016:67) menjelaskan bahwa harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Harga merupakan salah satu hal penting yang

menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk atau menggunakan suatu jasa. Harga yang baik dalam bisnis Travel menjadi minat dari konsumen dalam menggunakan jasanya.

Harga sewa bus yang ditawarkan Grand Star Holiday Tour And Transport Service dinilai bersaing bahkan cenderung lebih rendah dibanding yang ditawarkan travel bus pariwisata lainnya, seperti dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.4

Daftar Harga Sewa Bus Travel di Bandung Tahun 2019

Nama Travel	Bus 20-29 Seat	Bus 31-33 Seat	Bus 35 Seat	Bus 45-47 Seat	Bus 50Seat	Bus 59Seat
Lidya Trans Holiday	1.850.000	2.050.000	2.250.000	2.900.000	3.450.000	3.550.000
Trans Wisata Bandung	1.900.000	2.100.000	2.300.000	2.950.000	3.500.000	3.600.000
Tunas Trans	1.850.000	2.050.000	2.250.000	2.900.000	3.450.000	3.550.000
Jaya Trans Holiday	1.800.000	2.000.000	2.250.000	2.850.000	3.400.000	3.500.000
Grand Star Holiday	1.800.000	2.000.000	2.200.000	2.800.000	3.400.000	3.500.000

Berdasarkan tabel 1.4 dari harga yang berhasil penulis ambil terlihat harga Travel Grand Star Holiday lebih murah jika di bandingkan beberapa harga Travel

lainnya. Beberapa masyarakat sudah mengetahui dan mengguanakan Travel Grand Star Holiday sebagai pilihan karena harganya terjangkau. Selain itu Travel Grand Star Holiday juga memberikan discount harga jika konsumen memboking armada dalam jumlah besar seperti untuk kegiatan travel wisata di sekolah, perkuliahan, dan juga instansi yang ingin menggunakan jasa Travel Grand Star Holiday. Akan tetapi hal ini pun tidak menjadikan peningkatan jumlah sewa bus pariwasata.

Indikator harga menurut Kotler (2016 : 67) dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Untuk lebih mengetahui masalah tersebut maka penulis melakukan survei awal dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 konsumen yang pernah menggunakan jasa bus pariwisata Grand Star Holiday sebagai berikut.

Tabel 1.5

Survei awal mengenai harga

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Jumlah	Rata-rata	Ket.
	Harga Terjangkau.								
1	Harga yang ditawarkan di Grand Star Holiday terjangkau	3	6	2	12	7	76	2.53	Kurang
2	Persepsi konsumen mengenai harga di Grand Star Holiday sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan	2	1	10	16	1	77	2.57	Kurang
	Kesesuaian harga dengan layanan								

3	Harga yang ditawarkan Grand Star Holiday sesuai dengan pelayanan yang ditawarkan	3	1	7	15	4	74	2.47	Kurang
	Perbandingan harga jual dengan kompetitor.								
4	Harga yang ditawarkan di Grand Star Holiday lebih murah dibandingkan dengan competitor	0	4	7	5	14	61	2.03	Kurang
	Kesesuaian harga jual dengan manfaat.								
5	Manfaat yang dirasakan konsumen sesuai dengan harga jual yang ditawarkan	2	6	7	6	9	76	2.53	Kurang
6	Harga jual yang ditawarkan sesuai dengan kenyamanan yang diberikan Grand Star Holiday	2	16	10	1	1	107	3.57	Baik
	Jumlah							15,70	
	Rata-rata							3,14	Cukup baik

Berdasarkan tabel 1.5 menunjukkan bahwa penilaian mengenai harga dinilai cukup baik artinya masih perlu ditingkatkan kembali. Penilaian yang rendah pada pernyataan mengenai harga terjangkau, harga lebih murah, harga sesuai dengan manfaat dan harga sesuai dengan kenyamanan. Harga yang rendah tidak selamanya akan memberikan kepuasan konsumen. Hal ini tidak sejalan

dengan teori yang dikemukakan Amir (2012:70) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi dan harga.

Berdasarkan tabel pra survey mayoritas konsumen selama ini belum mendapatkan harga travel yang murah karena persepsi konsumen mengenai harga yang ditawarkan murah di Grand Star Holiday selama ini belum dirasakan konsumen, hal ini dapat dilihat berdasarkan pernyataan bahwa harga terjangkau, harga sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan, harga sesuai dengan pelayanan, lebih muranh dibanding pesaing dan manfaat sesuai dengan harga yang ditawarkan. Mayoritas konsumen cenderung kurang puas dengan harga yang ditawarkan selama ini. Penting bagi Grand Star Holiday untuk mempertahankan pelanggan dengan memberikan harga murah sebagai bentuk kesetiaan pada Grand Star Holiday dengan memberikan pemberian diskon dengan syarat tertentu yang telah ditetapkan perusahaan atau program promosi.

Kualitas Pelayanan dalam Jasa Travel sangatlah penting. Tersedianya pelayanan yang baik, tempat transit yang nyaman, Sopir yang professional menentukan kepuasan konsumen yang akan menggunakan Jasa Travel.Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat .(Kotler dan Keller,2016 :153).Menurut Tjiptono (2014:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas jasa tergantung pada kemampuan pada penyediaan jasa dalam memenuhi harapan penggunanya secara konsisten. Hal ini didukung oleh Kotler & Amstrong (2014), yang menyatakan kepuasan konsumen terhadap pembelian tergantung pada kinerja nyata sebuah jasa, relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggannya sangat puas atau sangat senang. Adapun indikatorkualitas pelayanan Parasuraman, Zeithaml, Berry yang dikutip Kotler-

Keller (2009;123), yaitu *tangibles, empathy, reliability, responsiveness dan assurance.*

Untuk lebih mengetahui masalah tersebut maka penulis melakukan survei awal dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 konsumen yang pernah menggunakan jasa bus pariwisata Grand Star Holiday sebagai berikut.

Tabel 1.6

Survei awal mengenai kualitas pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Jumlah	Rata-rata	Ket.
	Tangibles								
1	Area kabin bus pariwisata terjaga kebersihannya	3	12	7	6	2	98	3,27	Cukup Baik
	Reliability								
2	Dirver handal dalam menjalankan kendaraan	3	14	4	6	3	98	3,27	Cukup Baik
	Responsiveness								
3	Awak bus sigap dalam membantu kebutuhan konsumen	3	19	5	1	2	110	3,67	Baik
	Assurance								
4	Bus pariwisata memberikan jaminan tepat waktu dalam mengantar dan menjemput konsumen	4	18	6	1	1	113	3,77	Baik

	Emphaty								
5	Karyawan Grand Star Holiday memberikan solusi terhadap keluhan konsumen	2	9	7	6	6	85	2,83	Cukup Baik
	Jumlah								16,80
	Rata-rata								3,36

Pra survey yang sudah di lakukan oleh penulis kepada 30 orang pengguna jasa Travel Grand Star Holiday, mayoritas responden rata-rata menyatakan cukup baik dengan kualitas pelayanan yang diberikan, sedangkan yang dinilai baik yaitu awak bus sigap dalam membantu kebutuhan konsumen dan memberikan jaminan tepat waktu dalam mengantar dan menjemput konsumen. Dengan demikian kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan.

Hasil penelitian sebelumnya yanng dilakukan Natasja Hosang, Altjie Tumbel, S Moniharapon (2016) tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pasien Rumah sakit Siloam Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah sakit Siloam. Penelitian lainnya dalam jurnal yang dituliskan Panca Winahyuningsih (2015) tentang pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Griptha kudus menyebutkan bahwa secara simultan variabel kepercayaan X1 dan kualitas pelayanan X2 terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu di atas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana harga dan kualitas pelayanan, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Star Holiday Bandung. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul : **“PENGARUH HARGA DAN**

KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAND STAR HOLIDAY BANDUNG"

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan permasalahan yang timbul sebagai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Jumlah penyewa yang mengalami penurunan sejak tahun 2018.
2. Kualitas pelayanan yang diberikan Grand Star Holiday dinilai masih rendah
3. Harga yang rendah dibanding pesaing tidak menjadikan meningkatnya jumlah penyewa.
4. Hasil survey awal menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dinilai masih cukup baik sehingga perlu ditingkatkan
5. Adanya *gap teori* bahwa bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi dan harga

1.3 Perumusan Masalah

Bedasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi permasalahn dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga dan kualitas pelayanan pada Grand Star Holiday Bandung.
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Grand Star Holiday Bandung.
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Grand Star Holiday Bandung
4. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang pemasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan "Pengaruh harga, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Grand Star Holiday Bandung". Kepuasan pelanggan dipilih karena kepuasan pelanggan akan membawa kemajuan bagi perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang objek studi penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian umum tentang teori-teori yang digunakan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian sebagai acuan perbandingan dalam masalah yang terjadi sehingga akan diperoleh gambaran yang cukup jelas.

BAB III : TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Bab ini menegaskan tentang tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

BAB IV : METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang pembahasan dan analisa-analisa yang dilakukan sehingga gambaran permasalahan yang terjadi akan terlihat jelas dan dapat diperoleh alternatif pemecahan masalah yang dihadapi.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil pembahasan yang disertai dengan saran atau rekomendasi bagi perusahaan yang diteliti.