

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pariwisata pada saat ini merupakan sumber penerimaan negara yang paling diandalkan setelah penerimaan negara dari sektor minyak bumi menurun. Sehubungan dengan hal ini upaya peningkatan pembangunan sektor pariwisata sangat diperlukan.

Sebagaimana yang tercantum dalam GBHN (Garis Besar Haluan Negara) dinyatakan mengembangkan dan mendayagunakan sumber dan potensi kepariwisataan nasional menjadi kegiatan yang diandalkan untuk memperbesar penerimaan devisa, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja terutama bagi masyarakat setempat, mendorong pembangunan daerah, dan memperkenalkan alam budaya bangsa melalui kegiatan pemasaran wisata (Esrarn, 2012:17).

Dalam dunia persaingan yang semakin tajam pengusaha harus aktif mendekati pasar yang percaya bahwa konsumen adalah raja. Oleh karena kepuasan konsumen harus dijaga dengan mengetahui karakteristik dan minat dari konsumen itu sendiri.

Esrarn(2012:18) menyatakan bahwa kegiatan pemasaran wisata mencakup upaya melakukan identifikasi keinginan/kebutuhan konsumen jasa pariwisata, penentuan produk yang ditawarkan, penentuan harga, promosi, dan penelitian pasar.

Kepuasan konsumen didasarkan pada seberapa besar perusahaan memberikan pelayanan bagi pelanggan, hal ini sepadan dengan pernyataan Sayudi (2013:22) yaitu:

“Perusahaan yang berhasil memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen adalah perusahaan yang melakukan segmentasi pasar. Segmentasi pasar logis seperti beberapa cara regionalisasi/pendaerahan”

Segmentasi Pasar Membagi sebuah pasar ke dalam kelompok-kelompok pembeli yang khas berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau perilaku yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang terpisah. Segmentasi pasar sangatlah penting di dalam bisnis dan pemasaran sehingga segmentasi pasar harus dipelajari dalam membangun sebuah usaha untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Persaingan yang semakin ketat didunia pariwisata membuat beberapa perusahaan jasa bidang pariwisata mulai membenahi diri. Perusahaan jasa bidang pariwisata yang saat ini sedang berkembang adalah Biro Perjalanan Wisata.

Menurut Sayudi (2013:15) “Biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur dan menyediakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang untuk melakukan perjalan dengan tujuan utama berwisata”.

Biro perjalanan wisata bekerjasama dengan agen perjalanan wisata yang bertugas sebagai perantara dalam menjual atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan.

Widyawati (2014:22) menyatakan bahwa suatu perusahaan *tour andtravel* sangat penting melakukan segmentasi pasar untuk melihat perilaku konsumen yang ada pentingnya segmentasi bagi perusahaan disebabkan segmentasi memungkinkan perusahaan lebih terfokus dalam mengalokasi sumber daya dan segmentasi merupakan basis untuk menentukan komponen-komponen strategi, taktik dan nilai secara keseluruhan. Segmentasi yang disertai dengan pemilihan target market akan memberikan suatu acuan dan basis bagi penentuan positioning.

Salah satu agen perjalanan di kota Palembang adalah PT. Varia Wisata *Tour and Travel* yang sedang mengembangkan bisnis perjalanan wisata. Perusahaan ini memberikan pelayanan jasa dalam bentuk penjualan tiket perjalanan seperti tiket pesawat, kereta api dan lain-lain. Selain tiket perjalanan, perusahaan ini juga menyediakan paket perjalanan ketempat-tempat favorit di Indonesia. Akan tetapi, banyaknya agen perjalanan yang ada dikota Palembang membuat perusahaan ini harus lebih fokus dalam melihat pangsa pasar dengan melakukan pengelompokan pelanggan.

Perusahaan PT Sri Varia Wisata harus melakukan segmentasi pasar untuk mengetahui karakteristik dan pengelompokan dari pelanggan yang menggunakan jasa mereka. Segmentasi pasar dilakukan untuk memudahkan perusahaan dalam membedakan pasar, melakukan perbaikan pelayanan dan menciptakan strategi kedepan yang lebih terarah atau secara umum perusahaan mempunyai motivasi untuk bersaing. Segmentasi pasar yang dapat dilakukan adalah dengan melihat demografis dari pengguna jasa itu sendiri yaitu dari segi usia, jenis kelamin, status perkawinan, pendapatan, pekerjaan dan pendidikan.

Menyadari pentingnya melakukan segmentasi pasar pada agen perjalanan wisata, membuat peneliti tertarik untuk mengangkat segmentasi pasar dengan judul “**ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA PELANGGAN PT SRI VARIA WISATA TOUR AND TRAVEL**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penulisan ini adalah analisis segmentasi pasar pada pelanggan PT Sri Varia Wisata *Tour And Travel*.

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan dalam penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari permasalahan pokok yang akan dibahas, maka penulis membatasi pembahasan Skripsi ini yaitu mengetahui segmentasi pasar yaitu kelompok-kelompok pelanggan yang memiliki kebutuhan, karakteristik atau perilaku yang berbeda yang menggunakan jasa PT Sri Varia Wisata *Tour And Travel*.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dalam pembuatan proposal skripsi ini adalah untuk mengetahui segmentasi pasar pada PT Sri Varia Wisata *Tour And Travel*.

1.4.2. Manfaat

Manfaat dari pembuatan proposal skripsi ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
Bagi Penulis dapat menambah wawasan pola pikir dan memberikan suatu pengalaman berharga tentang penerapan segmentasi pasar pada situasi yang sebenarnya.
2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan acuan dan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam mengambil langkah-langkah kebijakan mengenai segmentasi pasar.

b. Bagi Akademik

Manfaat akademis yang diharapkan adalah hasil penelitian dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai pentingnya penerapan segmentasi pasar yang efektif.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan garis besar mengenai skripsi ini sehingga dapat menggambarkan hubungan antar bab dimana masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-sub secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan laporan ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab yang menerangkan secara garis besar latar belakang masalah, tujuan, rumusan masalah, pembatasan masalah, metode penulisan yang digunakan, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab yang berisi teori-teori dasar yang menunjang pembahasan masalah serta teori pendukung lainnya berdasarkan referensi yang berkaitan dengan skripsi ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab yang berisikan mengenai tempat dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, metode analisis serta definisi operasional.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menganalisis mengenai segmentasi pasar pada pelanggan PT Sri Varia Wisata *Tour and Travel* menggunakan metode deskriptif kualitatif.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dan memberikan saran mengenai pembahasan dari bab I sampai bab IV

DAFTAR PUSKATA

LAMPIRAN