

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu sektor pariwisata yang sedang mengalami pertumbuhan adalah usaha jasa perjalanan pariwisata. Semakin maju dan berkembangnya usaha di bidang perjalanan wisata, maka semakin banyak pula upaya yang dilakukan untuk tetap bertahan didalam dunia bisnis. Perjalanan pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat diseluruh daerah mulai mengembangkan dan memberikan perhatian khusus pada sektor pariwisata dan salah satu provinsi di Indonesia yang saat ini mengalami perkembangan pada usaha perjalanan wisatanya yaitu pada provinsi Sumatra Selatan Terutama dikota Palembang.

Hal tersebut terlihat dari semakin banyak industri dan jasa pariwisata yang sudah tumbuh dan berkembang dikota Palembang khususnya usaha perjalanan wisata. (Palembang.bpk.go.id). Dinas pariwisata Provinsi Sumatra Selatan, pertumbuhan usaha perjalanan wisata di kota Palembang mengalami peningkatan. Oleh karena itu, semakin banyak jumlah usaha perjalanan wisata di kota Palembang maka semakin tinggi juga tingkat persaingan antara jasa perjalanan wisata lainnya.

Tingkat persaingan yang ketat dan pelanggan yang semakin selektif dalam memilih produk yang cocok, menjadi tuntutan perusahaan dalam pencapaian target. Oleh karena itu, dalam mencapai tujuan perusahaan diperlukan pemasaran jasa. Menurut Kotler (2013:243). Pemasaran jasa ialah suatu prosedur penjadwalan dan implementasi dari pengoperasian, penyerahan harga, advertensi dan pengembangan dari barang maupun jasa serta suatu argumen untuk dapat menyediakan peralihan dengan kelompok yang menjadi objek untuk merespon tujuan pelanggan dan organisasi.

Pemasaran jasa dapat mewujudkan nilai superior untuk mempertahankan pelanggan dalam memberikan kepuasan pelanggan. Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk

menghadapi persaingan dalam mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar terus berkembang dalam memperoleh laba sesuai target perusahaan. Pemasaran juga merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan serta keinginan mereka menciptakan, menawarkan dan bertukar suatu yang bernilai satu sama lain. Kotler (2013:243)

Di dalam memasarkan suatu produk atau jasa terdapat persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu, diperlukan adanya pemberian nilai oleh pelanggan. Melalui nilai pelanggan tersebut akan tercipta kepuasan pelanggan apabila harapan yang diinginkan pelanggan terpenuhi. Para pelanggan menginginkan nilai maksimal dengan dibatasi, oleh biaya, pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan yang terbatas. Mereka membentuk suatu harapan akan nilai dan tindakan berdasarkan hal tersebut. Semakin tinggi nilai persepsi pelanggan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi), (administrasibisnis.jurnalstudent.ac.id)

Menurut Fandy Tjiptono, (2014:47). Nilai yang dimaksud disini tidak hanya disebabkan oleh kualitasnya saja melainkan melalui produk atau jasa yang berkualitas tinggi dan dijual dengan harga yang tinggi. Produk/jasa dengan harga yang tinggi tidak akan Langsung diterima sebagai produk atau jasa dengan nilai yang tinggi, apabila pelayanan yang diterima oleh pelanggan tidak memuaskan. Demikian pula dengan produk atau jasa yang berkualitas rendah dan dijual dengan harga rendah juga, namun memberikan pelayanan yang cukup memuaskan pelanggan. Maka produk tersebut belum tentu diterima sebagai produk atau jasa dengan nilai yang rendah

Jadi yang dimaksud produk atau jasa yang memiliki nilai pelanggan adalah produk atau jasa yang dijual dengan harga yang pantas untuk dibayar oleh pelanggan dan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas yang sesuai dengan harapan pelanggan (Iskandar, 2014:453). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Menurut (Kotler, 2012:435). Seperti dijelaskan dalam definisi tersebut, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang Menurut Kotler, (2012:436) kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara manfaat produk yang konsumen rasakan dengan harapannya. Kepuasan Pelanggan adalah penilaian konsumen atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Ikasari tahun (2013) tentang “Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap kepuasan pelangga” menunjukkan bahwa perusahaan yang memberikan komitmen, untuk memenuhi nilai pelanggan dan secara konsisten memberikan kepuasan pelanggan akan menikmati keunggulan persaingan, sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina hubungan pelanggan dengan sukses. Jadi nilai pelanggan merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi kepada pelanggan untuk kepuasan pelanggan. (administrasibisnis.studentjoernal.ub.ac.id)

Penelitian yang dilakukan oleh Esti dkk tahun (2013) tentang “Pengaruh Nilai pelanggan terhadap retensi pelanggan melalui kepuasan pelanggan (studi pada Mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro angkatan 2009/2013 penggunaan data layanan Smartfren)” hasil penelitiannya menunjukkan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Salah satu usaha jasa perjalanan wisata yang ada dikota Palembang adalah CV. Titian Jaya Travelindo Palembang adalah usaha jasa perjalanan wisata yang melayani paket Tour untuk perjalanan domestik dan luar domestik CV. Titian Jaya Travelindo Palembang memberikan layanan pemesanan paket Tour yang bisa dilakukan melalui telepon, SMS (*short message service*), *whatsapp* dan bisa juga langsung datang ke kantor yang beralamat di Jl. Musi Raya No.42 Palembang.

Kemudian data jumlah pelanggan yang menggunakan jasa CV. Titian Jaya Travelindo Tour And Travel Palembang dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut.

Tabel 1.1
Jumlah pelanggan Pengguna
CV Titian Jaya Travelindo Palembang
2015-2018

TAHUN	JUMLAH PELANGGAN
2015	1.500
2016	3.565
2017	1.140
2018	1.431

Sumber: CV.Titian Jaya Travelindo Palembang,2019 data Diolah

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa pengguna jasa CV. Titian Jaya Travelindo Palembang pada tahun 2015-2016 mengalami kenaikan Sebanyak 2.065 Pelanggan, kemudian pada tahun 2016-2017 mengalami penurunan sebanyak 2.425 pelanggan, kemudian pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan sebanyak 291 pelanggan berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pengguna jasa CV.Titian Jaya Travelindo Palembang menurun drastis. Melihat fenomena diatas peneliti tertarik untuk menganalisis penyebab dari turunnya pengguna jasa travel CV.Titian Jaya Travelindo Palembang.

Lebih lanjut data perbandingan harga CV. Titian Jaya Travelindo Palembang dengan Plesir Wisata yang ada di kota Palembang dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Daftar Harga paket
Tour and Travel CV.Titian Jaya Travelindo
Palembang Dan Paket Tour Plesir Wisata

No.	Paket Wisata	Harga (Rp)			
		CV. Titian Jaya Travelindo	Hari	Plesir Wisata	Hari
1.	Paket Pahawang (Lampung)	Rp. 900.000	3 D 2 N	Rp.1.400.000	2 D 1 N
2.	Paket Lombok	Rp. 1.500.000	4 D 2 N	Rp.3.600.000	3 D 2 N
3.	Paket Belitung	Rp.1.200.00	3 D 2 N	Rp.1.500.000	2 D 1 N
4.	Paket Malaysia – Singapore – Batam	Rp.4.250.000	4 D 3 N	Rp.4.500.000	4 D 3 N
5.	Paket Singapore – Thailand – Malaysia	Rp.5.850.000	5 D 4 N	Rp.7.500.000	5 D 4 N

Sumber: Setiap Biro Perjalanan bersangkutan, 2019

Dapat dilihat dari tabel 1.2 perbandingan harga antara CV.Titian Jaya Travelindo Palembang dan Plesir Wisata bahwa harga dari CV.Titian Jaya Travelindo lebih terjangkau dibandingkan Travel plesir wisata. Harga tersebut adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya tentang keterkaitan antara nilai pelanggan berdasarkan emosional, nilai sosial, nilai kinerja produk, dan nilai harga dapat menentukan puas atau tidaknya pelanggan maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. TITIAN JAYA TRAVELINDO PALEMBANG “**

1.2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah ini bertujuan untuk memberikan rumusan yang jelas dari permasalahan yang ada untuk memecahkan pembahasan dalam bentuk pertanyaan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah.

1. Bagaimana Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan faktor apa saja yang mempengaruhi ?

2. Bagaimana Pengaruh nilai emosional, nilai sosial, nilai kinerja produk dan nilai harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan faktor apa saja yang mempengaruhi ?

1.3 Batasan Masalah

Agar nantinya pembahasan tidak menyimpang dari yang dimaksud penelitian maka diberikan batasan pada masalahnya yaitu pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan emosional, nilai sosial, nilai kinerja produk dan nilai harga. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan yang pernah membeli tiket pada CV Titian Jaya Travelindo Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini berdasarkan rumusan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan faktor apa saja yang mempengaruhi.
2. Untuk mengetahui Apakah nilai emosional, nilai sosial, nilai kinerja produk dan nilai harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan faktor apa saja yang mempengaruhi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat bagi penulis dan penyusun skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan di bidang Pemasaran Jasa, khususnya tentang Kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai tolak ukur serta bahan evaluasi perusahaan terhadap kepuasan pelanggan yang telah ada selama ini.

3. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi ataupun literatur bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama di masa mendatang.

1.6 Sistematika penulisan

Secara garis besar penelitian ini terdiri dari lima bab, dimana tiap-tiap bab memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Berikut ini penulisan uraikan secara singkat mengenai sistematika penulisan penelitian ini yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1. Latar Belakang
- 1.2. Rumusan Masalah
- 1.3. Batasan Masalah
- 1.4. Tujuan Penelitian
- 1.5. Manfaat Penelitian
- 1.6. Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

- 2.1. Pemasaran
- 2.2. Nilai Pelanggan
- 2.3. Usaha Jasa Pariwisata
- 2.4. Biro Perjalanan Wisata
- 2.5. Agen Perjalanan Wisata
- 2.6. Jasa
- 2.7. Kepuasan Pelanggan
- 2.8. Hubungan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan pelanggan
- 2.9. Penelitian Terdahulu
- 2.10. Kerangka Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

- 3.1 Pendekatan Penelitian
- 3.2 Lokasi Penelitian
- 3.3 Variabel Penelitian
- 3.4 Skala Pengukuran
- 3.5 Operasional Variabel
- 3.6 Jenis dan Sumber Data

3.7 Teknik Pengumpulan Data

3.8 Populasi dan Sampel

3.9 Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.2 Pembahasan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran