

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern ini semakin banyak terlahirnya perintis bisnis. Banyak terlahirnya Perusahaan bahkan dari Perusahaan itu sendiri telah mendirikan anak Perusahaan di setiap wilayah tertentu. Karena hal tersebut tentu saja menimbulkan suatu persaingan. Persaingan timbulkan disebabkan oleh adanya persamaan bidang bisnis, yang Dimana tujuan dari bisnis itu sendiri sama yaitu menarik minat konsumen dan menciptakan rasa percaya sehingga konsumen akan menggunakan jasa dari bisnis itu lagi. Dengan tujuan persaingan untuk menarik minat konsumen dan menciptakan rasa percaya terhadap jasa bisnis tersebut. Maka perusahaan akan melakukan segala sesuatu untuk tetap mempertahankan keberlangsungan bisnisnya.

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Pada tahun 2023, sektor ini berkontribusi sebesar 5,4% terhadap PDB nasional dan menciptakan 10,3 juta lapangan pekerjaan. Pemerintah Indonesia menargetkan sektor pariwisata menjadi penyumbang devisa terbesar dan pencipta lapangan pekerjaan terbanyak pada tahun 2025 (Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia).

Rental kendaraan merupakan salah satu sub-sektor penting dalam industri pariwisata. Wisatawan sering kali membutuhkan kendaraan untuk berkeliling dan menjelajahi tempat wisata. Rental kendaraan menawarkan kemudahan dan fleksibilitas bagi wisatawan untuk mendapatkan kendaraan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Industri rental kendaraan di Indonesia semakin kompetitif dengan semakin banyaknya perusahaan rental kendaraan yang baru muncul. Hal ini mendorong perusahaan rental kendaraan untuk meningkatkan kualitas layanan, persepsi harga, dan promosi mereka agar dapat menarik dan mempertahankan konsumen.

Kualitas pelayanan merujuk pada upaya untuk memenuhi harapan dan kepuasan konsumen, termasuk keinginan serta ketepatan dalam pengiriman. Pelayanan dianggap baik jika sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, sedangkan jika pelayanan tersebut melebihi harapan, itu dapat dikategorikan sebagai sangat memuaskan. Kualitas pelayanan mencerminkan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan konsumen, dan merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu organisasi. Layanan yang berkualitas memberikan motivasi bagi konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan organisasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat pelayanan yang ditawarkan untuk mencapai kepuasan konsumen sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka. (Ni'mah, Sucipto, and Kristiana 2023)

Harga merupakan elemen penawaran yang ditetapkan dengan cara tertentu untuk menarik minat konsumen dalam membeli dan bersaing dengan produk pesaing yang serupa (Hasan, 2015). Menurut Kotler & Armstrong (2012), terdapat empat indikator harga, yaitu: kesesuaian harga dengan kualitas produk, keterjangkauan, daya saing harga, dan kesesuaian antara harga dan manfaat. Secara keseluruhan, harga berfungsi sebagai strategi bagi manajer pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Kebijakan atau strategi penetapan harga adalah

langkah kritis yang dapat mempengaruhi kestabilan daya beli konsumen.(Nurlatifah and Saraswati 2020).

Promosi menurut (Burky 2021) Merupakan rangkaian kegiatan mengkomunikasikan, memberikan pengetahuan dan membujuk masyarakat tentang produk agar mereka mengenali kehebatan produk, serta mengikat pikiran dan perasaannya menjadi bentuk loyalitas terhadap produk. Menurut (Farhaeni M, A.A.I. Ngurah Dyah Prami, and Ni Luh Indah Wati 2023) Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan kepada calon konsumen tentang suatu barang dan jasa. Semakin sering promosi produk dilakukan maka konsumen akan semakin terpacu untuk semakin tertarik dan terpengaruh dalam melakukan aktivitas pembelian. Promosi merupakan kegiatan penting bagi perusahaan untuk memperkenalkan dan menginformasikan kepada konsumen mengenai keunggulan suatu produk baru, membujuk konsumen untuk membeli produk tersebut hingga melakukan transaksi antara pembeli dan penjual.

Penelitian sebelumnya mengenai kualitas pelayan, persepsi harga dan promosi terhadap kepuasan dilakukan (Fatimah and Izudin 2022) menunjukkan bahwa Dimensi Kualitas layanan, Harga, dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (Prasetyo, Rahayu, and Purwanto 2023) menunjukkan hasil uji t dan uji f Kualitas layanan, Harga, dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (Ramadhana n.d.) menunjukkan bahwa Kualitas layanan, Harga, dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Perusahaan jasa transportasi saat ini banyak diminati oleh masyarakat luas khususnya perusahaan jasa *tour and travel*. Perusahaan jasa pariwisata dan perjalanan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang transportasi dan bertujuan untuk memfasilitasi perjalanan atau pergerakan masyarakat antar kota dengan fasilitas yang memadai. Saat ini banyak sekali perusahaan pariwisata dan travel yang menyebabkan persaingan semakin meningkat. Setiap perusahaan jasa pariwisata dan perjalanan wajib memiliki pelayanan yang baik dan ciri khas untuk menarik konsumen agar terus berlangganan.

Salah satu kabupaten yang memiliki berbagai jenis perusahaan travel adalah Kabupaten Lumajang. Ada beberapa perusahaan jasa travel di Kabupaten Lumajang, antara lain *Penjour Tour And Travel*, *Zoy Travel*, dan *BROW Troure & Travel*.

Tabel 1.1 Data bisnis *Travel* di kabupaten Lumajang

| Nama | Alamat |
|----------------------------|---|
| Travel Lumajang OTW | Jl. Wahid Hasyim No.93 Citrodiwangsan, Lumajang |
| Lumajang Travel ID | Jl. Ahmad Yani No.24 Kepuharjo, Lumajang |
| Nur Maliki Tour and Travel | Jl. Ahmad Yani No.177 Kepuharjo, Lumajang |
| Bali Prima Travel | Jl. KH Muchsin No.22 Citrodiwangsan, Lumajang |
| Zoy Travel | Jl. Abdul Rachman Saleh N0.28 Tompokersan, Lumajang |
| Banana Travel Lumajang | Jalan raya tukum, Pandanwangi, Tekung, Lumajang |
| MahameruTrans Lumajang | Jl. Anggrek , Sumbersuko, Lumajang |
| Safari Tour and Travel | Jl. Lawu Gg.Mubarokah, Citrodiwangsan, Lumajang |
| Anton Travel | Tompokersan, Lumajang |
| Dementour | Kelurahan Kebonsari, Yosowilangun, Lumajang |
| Penjour Travel | Sumberejo, Sukodono, Lumajang |

Sumber: Pemerintahan Kabupaten Lumajang

Setelah observasi awal, dilakukan perbandingan antara beberapa perusahaan jasa. Bagi Penjour Tour and Travel, hasilnya membuktikan bahwa hal yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan adalah kualitas pelayanan, harga dan promosi. Tanggapan BROW *Tour and Travel* menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga dan promosi tidak berjalan dengan baik sehingga kepuasan konsumen menurun. Kepuasan pada BROW *Tour and Travel* menjadi permasalahan utama dalam penelitian ini, karena persentase konsumen yang dapat dikatakan puas masih kurang baik. BROW *Tour and Travel* terletak di Jl. Wijaya Kusuma No.155 desa grati Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang. BROW *Tour and Travel* merupakan perusahaan transportasi pariwisata dan perjalanan yang menyediakan layanan reguler dan carter antar kota dalam provinsi serta menawarkan berbagai layanan dan fasilitas yang sesuai dengan era saat ini.

Untuk menilai konsumen dapat dikatakan puas (*Consumer Satisfaction*) di perusahaan BROW *Tour and Travel* dapat diperhatikan dari faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya seperti pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan pemberian Promosi. Faktor-faktor ini merupakan salah satu hal yang terpenting untuk diperhatikan dalam meningkatkan penjualan jasa itu sendiri.

BROW *Tour And Travel* menyediakan beberapa fasilitas dengan berbagai armada beserta crew yang professional pada bidangnya. Dengan memperhatikan manajemen serta kepentingan lain di bidangnya, BROW terus mengembangkan bisnisnya dengan berbagai strategi. Salah satu strategi dari BROW *Tour and Travel* Lumajang adalah dari segi Kualitas Pelayanan. Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari cara pegawai memberikan pelayanan kepada konsumen, dapat juga dilihat dari fasilitas yang disediakan oleh perusahaan. BROW *Tour and Travel* Lumajang, memiliki beberapa pegawai yang akan melayani konsumen sesuai jadwal yang telah ditentukan.

Tabel 1.2 Daftar Karyawan BROW Tour and Travel Lumajang

| Pengemudi | | | | |
|------------|-----------|----------|------------|----------|
| Malang | Surabaya | Admin | Car Washer | Security |
| P. Rosul | P. Roy | B. Zia | P. Gandik | P. Sipul |
| P. April | P. Muji | B. Felli | | |
| P. Huda | P. Farid | | | |
| P. Zim | P. Majid | | | |
| P. Fian | P. Saiful | | | |
| P. Bintang | P. Saiful | | | |
| P. Soke | | | | |

Sumber: BROW *Tour and Travel* Lumajang, 2023

Berikut daftar kendaraan yang disediakan oleh BROW *Tour and Travel* Lumajang

Tabel 1.3 Kendaraan yang disediakan BROW Tour and Travel Lumajang

| Nama | Jumlah |
|--------|--------|
| APV | 3 Unit |
| Innova | 7 Unit |
| Hiace | 1 Unit |

Sumber: BROW *Tour and Travel* Lumajang, 2023

Semakin banyaknya perusahaan dengan bidang yang, sehingga terjadi persaingan yang begitu ketat. Walaupun memiliki persamaan pada bidangnya, akan tetapi dalam sebuah persaingan pasti terdapat beberapa perbedaan. Diantaranya perbedaan dalam segi harga. Berikut daftar harga yang ditetapkan oleh BROW *Tour and Travel* Lumajang.

Tabel 1.4 Daftar harga BROW *Tour and Travel* Lumajang

| | Lumajang - Malang | Lumajang - Surabaya |
|---------------|-------------------|---------------------|
| Pagi (06.00) | Rp.120.000/Seat | Rp. 150.000/Seat |
| Sore (15.00) | Rp.120.000/Seat | Rp. 150.000/Seat |
| Malam (22.00) | Rp.120.000/Seat | Rp. 150.000/Seat |

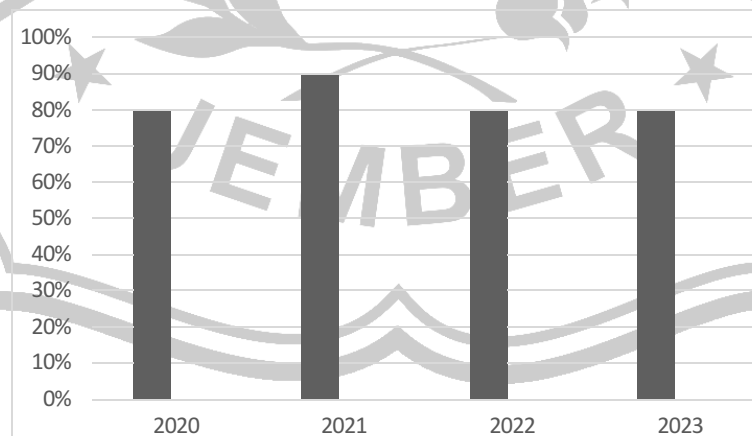
| | Lumajang - Malang | Lumajang - Surabaya |
|---------------|-------------------|---------------------|
| Pagi (05.00) | Rp.135.000/Seat | Rp. 165.000/Seat |
| Sore (14.00) | Rp.135.000/Seat | Rp. 165.000/Seat |
| Malam (23.00) | Rp.135.000/Seat | Rp. 165.000/Seat |

Sumber: BROW *Tour and Travel* lumajang, 2023

Tarif diatas hanya untuk wilayah (Lumajang kota – Malang kota – Surabaya kota) diluar wilayah kota akan ada penyesuaian jarak tempuh. Tarif diatas juga tidak termasuk biaya tol dan parkir, Masuk bandara, Stasiun, Pelabuhan.

Berbagai cara dilakukan perusahaan guna mengembangkan bisnisnya. Salah satu cara yang dilakukan setiap perusahaan adalah menerapkan promosi. Dengan menerapkan promosi daya tarik terhadap konsumen akan semakin meningkat. BROW *Tour and Travel* Lumajang menerapkan promosi dengan beberapa cara, diantaranya dengan memberikan diskon sekian persen di hari tertentu, seperti di peringatan hari-hari besar. BROW *Tour and Travel* Lumajang juga membagikan biskisan parsel kepada konsumen yang telah menggunakan jasa BROW *Tour and Travel* Lumajang lebih dari 6 kali, serta memberikan 1 tiket *free* kepada konsumen yang telah menggunakan jasa BROW *Tour and Travel* Lumajang sebanyak 10 kali dalam setahun.

BROW *Tour and Travel* Lumajang menghadapi beberapa masalah, seperti: Kepuasan konsumen yang masih belum optimal, Persaingan yang semakin ketat, Penurunan jumlah konsumen.



Gambar 1.1 Grafik prosentase konsumen pengguna jasa BROW *Tour and Travel* Lumajang

Sumber : BROW *Tour And Travel* Lumajang 2023

Dari data tersebut terlihat prosesentase pemakai jasa BROW *Tour And Travel* dari tahun 2020 hingga tahun 2023. Pada tahun 2020 terhitung 80% dari target 100% konsumen yang memakai jasa BROW *Tour And Travel*, Pada tahun 2021 terlihat ada kenaikan, terhitung 85% dari target 100% konsumen yang memakai jasa BROW *Tour And Travel*, Pada tahun 2022 terjadi penurunan prosentase konsumen, terhitung 80% konsumen yang memakain jasa BROW *Tour And Travel*, pada tahun 2023 terjadi penurunan kembali, terhitung 75% konsumen yang memakai jasa BROW *Tour And Travel*.

Terjadinya peningkatan dan penurunan persentase konsumen yang menggunakan jasa BROW *Tour and Travel* disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya fenomena tersebut antara lain adalah sistem kualitas layanan yang disediakan kepada konsumen, strategi penetapan harga yang diterapkan oleh BROW *Tour And Travel* dibandingkan dengan pesaing, serta cara penerapannya. Selain itu, juga mencakup penawaran promosi yang digunakan untuk menarik minat konsumen.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, terdapat batasan permasalahan yang akan dibahas. Batasan penelitian ini adalah sasaran narasumber yaitu konsumen BROW *Tour and Travel* Lumajang yang akan membahas tentang kualitas pelayanan, harga dan promosi yang diberlakukan oleh BROW *Tour and Travel* Lumajang.

Partisipan dalam penyebaran kuesioner adalah konsumen atau konsumen BROW *Tour and Travel* Lumajang yang akan mendiskusikan segala bentuk pelayanan, penerapan harga dan promosi yang diterima selama menggunakan jasa BROW *Tour and Travel* yang digunakan untuk mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap BROW *Tour and Travel* lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* konsumen BROW *Tour And Travel* Lumajang?
2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* konsumen BROW *Tor And Travel* Lumajang?
3. Apakah Penerapan Promosi berpengaruh Signifikan terhadap *Satisfaction* konsumen BROW *Tour And Travel* Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Satisfaction* konsumen BROW *Tour And Travel* Lumajang.
1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi harga berpengaruh terhadap *Satisfaction* konsumen BROW *Tour And Travel* Lumajang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Penerapan Promosi berpengaruh terhadap *Satisfaction* konsumen BROW *And Travel* Lumajang.

1.5 Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi BROW *Tour and Travel* Lumajang, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi agar dapat meningkatkan *satisfaction* konsumen dan meningkatkan daya saing Perusahaan.
2. Bagi akademisi, Hasil penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran tentang pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada industri rental kendaraan.
3. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *satisfaction* konsumen di industri rental kendaraan sehingga dapat membantu mereka dalam memilih perusahaan rental kendaraan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

