

BAB I PENDAHULUAN

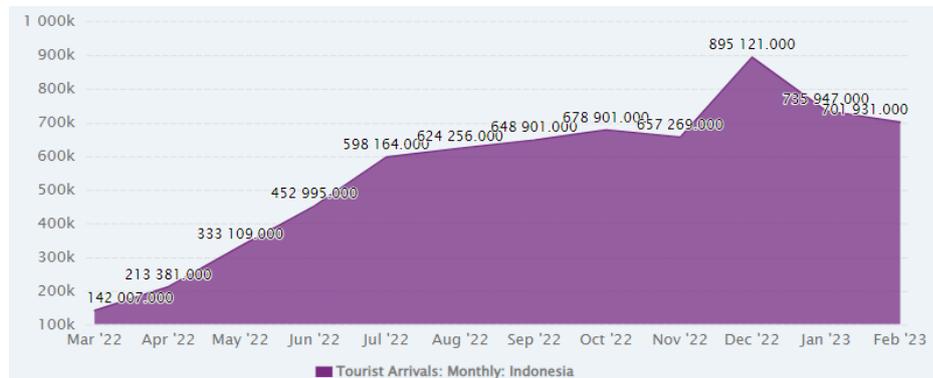
A. Latar Belakang Masalah

Berwisata atau dapat juga disebut melakukan perjalanan wisata pada dasarnya yaitu proses bepergian baik seorang maupun kelompok, menuju ke berbagai tempat lain di luar dari tempat tinggal. Motivasi untuk melakukan perjalanan wisata antara lain untuk berbagai kepentingan seperti kepentingan dari aspek ekonomi, aspek sosial, aspek kebudayaan, aspek politik, aspek agama, aspek kesehatan, dan aspek – aspek kepentingan lainnya. Dengan kata lain, perjalanan wisata dapat didefinisikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan seseorang atau berkelompok dengan mencapai tujuan untuk mencari atau mendapatkan kesenangan, kenikmatan dan untuk kebutuhan pemenuhan hasrat serta berkeinginan untuk mengetahui sesuatu. Perjalanan wisata yang semula hanya dinikmati oleh beberapa orang berada atau menengah keatas pada akhir tahun 1900an, ternyata telah masuk menjadi komponen dari kehidupan yang sangat dibutuhkan. Perjalanan wisata juga telah dikembangkan pula di negara – negara berkembang, sehingga masyarakat yang merasakan perjalanan wisata tidak hanya dapat dirasakan oleh masyarakat yang ada pada negara maju saja, salah satu negar aberkembang tersebut adalah Indonesia yang saat ini sedang berusaha untuk membangun industri pariwisata (Pendit, 2004).

Kegiatan berwisata merupakan kegiatan yang digemari tak hanya ditujukan untuk wisatawan dari berbagai macam negara di dunia, namun juga untuk wisatawan nusantara atau wisatawan lokal, tingkat wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan wisata meningkat seiring bertambahnya waktu, hingga pada 2021 terdapat setidaknya 603.200.000 wisatawan yang berasal dari Indonesia sendiri atau wisatawan local melakukan perjalanan hingga akhir 2021. Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah tersebut terindikasi mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 2020 yaitu sebesar 14,95% atau dengan hanya 524.570.000 wisatawan Indonesia atau wisatawan local yang melakukan perjalanan.

Trend berwisata pada saat ini telah berubah, masyarakat khususnya generasi milenial lebih menyukai wisata yang ada di ruang terbuka (Djoko Hartoyo, 2020). *United Nation World Tourism Organization* atau UNWTO memperkirakan bahwa kedatangan turis internasional dapat melonjak di angka 80-95% dari kondisi pra pandemic COVID-19. Berdasarkan penelusuran travel yang dilakukan di google Indonesia mengalami kenaikan hingga 17% dibandingkan dengan tahun 2019, dengan peningkatan tersebut dapat dipastikan bahwa minat berwisata masyarakat Indonesia tumbuh secara positif (Anindiar, 2022).

GAMBAR 1
JUMLAH WISATAWAN INDONESIA



Sumber : www.CEICDATA.com

Dalam gambar diatas diatas diperlihatkan bahwa jumlah wisatawan Indonesia yang melakukan perjalanan luar negeri semakin meningkat dan mengalami *peak season* pada bulan Desember lalu. Dibukanya *border* luar negeri untuk berwisata semakin membuat wisatawan Indonesia memilih untuk melakukan perjalanan ke luar negeri, untuk memenuhi kebutuhan berwisata para wisatawan nusantara maka dibutuhkan perusahaan jasa perjalanan wisata, salah satu biro perjalanan wisata yang diminati wisatawan nusantara yaitu Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur, dengan bertambahnya jumlah biro perjalanan, maka akan bertambah pula persaingan antar biro perjalanan satu dengan yang lain. Maka dari itu masing-masing biro perjalanan tersebut harus mampu memiliki strategi yang baik dalam meningkatkan daya saing usahanya.

Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur dalam mengembangkan bisnisnya telah memilih untuk mendalami pasar outbound, namun tidak hanya itu perusahaan ini juga memiliki produk lain adapun beberapa produk wisata yang ditawarkan Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur yaitu :

1. Paket perjalanan wisata domestik & internasional
2. Pemesanan tiket pesawat domestik & international
3. Pemesanan hotel domestik & international
4. Pengiriman paket & dokumen
5. Jasa pembuatan dokumen perjalanan internasional
6. Umroh
7. Sewa kendaraan & bus pariwisata

Hingga saat ini telah banyak konsumen yang memakai dan membeli jasa dari Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur tersebut namun sayangnya hanya terdapat data konsumen yang menggunakan jasa paket wisata yang ada pada perusahaan. Berikut data konsumen yang pernah menggunakan jasa Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur untuk berwisata menggunakan paket wisata sebelum pandemic COVID-19.

TABEL 1
DATA KONSUMEN SEBELUM PANDEMI COVID-19
TAHUN 2018-2019

No	Nama Instansi	Tujuan Wisata	Total Pax
1.	Universitas Hang Tua Surabaya	Malaysia 3D2N	120 pax
2.	PT. Bernadeta Surabaya	Thailand 4D3N	25 pax
3.	PMI Sidoarjo	Karimunjawa	40 pax
4.	PMI Sidoarjo	Bandung	40 pax
5.	PMI Sidoarjo	Thailand 4D3N	80 pax

Sumber : Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur

TABEL 1
DATA KONSUMEN SEBELUM PANDEMI COVID-19
TAHUN 2018-2019
(LANJUTAN)

No	Nama Instansi	Tujuan Wisata	Total Pax
6.	PT. Tripuri Jakarta	Bromo -Batu 3D	90 pax
7.	Universitas Negeri Surabaya	Malaysia 3D2N	30 pax
8.	Panamedia Surabaya	Singapore-Malaysia 3D2N	30 pax
9.	Panamedia Surabaya	Thailand 4D3N	30 pax
10.	PT. Astrotech Surabaya	Bali 3D2N	45 pax
11.	BKD Gresik	Balikpapan-Malaysia	60 pax
12.	BKD Gresik	Padang- Malaysia	60 pax
13.	BKD Gresik	Bali 3D2N	40 pax
14.	Arie Harry (Lawyer) Surabaya	Thailand 4D3N	20 pax
15.	PT. Loreal Surabaya	Jogjakarta 2D1N	150 pax
16.	Akamigas Cepu	Thailand 8D7N	45 pax
17.	PT. Bersatu Sukses Group	Thailand 4D3N	25 pax
18.	Dinas Kesehatan Kediri	Korea Selatan 6D5N	30 pax
19.	Dinas Pendidikan Mamuju	Singapore-Malaysia 4D3N	80 pax
20.	DEPAG Bolongmaundo	Singapore-Malaysia 4D3N	30 pax
21.	Diklat Penerbangan Palembang	Bromo-Batu 3D2N	50 pax
22.	STIPER Jogja	Phuket-Bangkok	16 pax
23.	Astra Daihatsu Kediri	Bandung 3D2N	35 pax
24.	Astra Daihatsu Kediri	Bali 4D3N	35 pax

Sumber : Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur

TABEL 1
DATA KONSUMEN SEBELUM PANDEMI COVID-19
TAHUN 2018-2019
(LANJUTAN)

No	Nama Instansi	Tujuan Wisata	Total Pax
25.	Astra Daihatsu Kediri	Singapore-Malaysia 4D3N	35 pax
26.	Astra Daihatsu Kediri	Bangkok-Pattaya 4D3N	30 pax
27.	MTF Jatim	Hongkong 5D4N	30 pax
28.	PT. Tyaravelindo Malang	Beijing, China 5D4N	30 pax
29.	PPTI UNESA Surabaya	Sanya, China 6D5N	45pax
30.	MTF Mojokerto	Jogja 2D1N	45 pax
31.	MTF Kediri	Batu 3D2N	60 pax
32.	MTF Kediri	Treanggalek 3D2N	60 pax
33.	KSPKP Tuban	Bangkok-Pattaya 4D3N	40 pax
Total Pax			1581 pax

Sumber : Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur

Dikarenakan selama pandemi Covid-19 perusahaan menutup aktivitasnya dan tidak ada data konsumen yang melakukan pembelian selama pandemi Covid-19, maka data tahun 2019-2020 tidak dapat ditemukan. Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur membuka kembali aktivitas perusahaan dan kembali beroperasi pada tahun 2022, adapun data konsumen pengguna layanan paket wisata Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur pada tahun 2022 hingga pada April 2023 adalah sebagai berikut :

TABEL 2
DATA KONSUMEN TAHUN 2021 - APRIL 2023

No	Nama Instansi	Tujuan Wisata	Total Pax
1.	Family Tour	Turkey 10D7N	12 pax
2.	KSPKP Tuban	Bali 3D2N	40 pax
3.	Open Trip Turkey	Turkey 10D7N	25 pax
4.	Universitas Negeri Surabaya	Turkey 10D7N	25 pax
5.	Open Trip Turkey	Turkey 10D7N	25 pax
6.	Bias Trans Wisata Surabaya	Hanoi-Halong	32 pax
7.	Universitas Negeri Malang	Turkey 10D7N	60 pax
8.	Pemkab Rokan Hilir Riau	Malang-Batu-Bromo	30 pax
9.	PT. PSP Samarinda	Malang-Batu-Bromo	260 pax
10.	Pemkab Agam	Malang-Banyuwangi	12 pax
11.	Sports Techs Lab Jakarta	Bangkok-Pattaya 4D2N	13 pax
12.	PT. SKI (BG Skin) Pasuruan	Turkey 10D7N	60 pax
13.	PT. Subur Moi Ambon	Turkey 10D7N	22 pax
14.	Keluarga Bidan Sentuk	Bali 3D2N	5 pax
15.	O2 Sport Surabaya	Bali 4D3N	30 pax
16.	PT. Bernanta Jaya Surabaya	Hanoi-Halong 5D3N	9 pax
17.	Open Trip Europe	West Europe 12D9N	14 pax
18.	STIE Mahardika Surabaya	Turkey 10D7N	45 pax

Sumber : Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur

TABEL 2
DATA KONSUMEN TAHUN 2021 - APRIL 2023
(LANJUTAN)

No	Nama Instansi	Tujuan Wisata	Total Pax
19.	Keluarga Prof Yanti	Cairo-Jordan-Aqso 9D7N	2 pax
20	Keluarga Prof Eko Hariadi	Cairo-Jordan-Aqso 9D7N	3 pax
21	Keluarga H. Muhaimin	Umroh 9D8N	2 pax
Total			724 pax

Sumber : Dokumen Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur

Berdasarkan dari data yang diperoleh, konsumen Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur paling banyak di dominasi oleh wisatawan asal Jawa Timur hal ini berkaitan dengan lokasi biro perjalanan wisata ini yang terletak di provinsi Jawa Timur dan tujuan yang banyak dipilih oleh konsumen perusahaan ini lebih banyak untuk melakukan perjalanan wisata ke luar negeri.

Menurut Kotler&Keller (2007) selepas seorang konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk, jasa atau layanan lain, konsumen tersebut dapat merasakan kepuasan atau juga tidak merasakan kepuasan atas suatu produk, jasa, dan layanan lain dan dan berpartisipasi dalam altivitas setelah melakukan pembelian. *Customer* atau konsumen yang sudah merasakan kepuasan dapat diprediksi akan membeli kembali suatu produk, jasa atau layanan lain yang telah memberikan kepuasan, dapat pula konsumen tersebut membuat *review* yang baik terhadap apa yang telah dibelinya kepada orang lain disekitarnya seperti kemas, kerabat, atau

saudara, konsumen dapat lebih sedikit memperhatikan suatu merek dan promosi dari kompetitor dan dapat melakukan pembelian yang sama terhadap apapun yang ditawarkan perusahaan. Untuk itu pengalaman konsumen atau *customer experience* diperlukan untuk semakin meyakinkan produk, jasa, atau layanan lain yang ditawarkan suatu biro perjalanan lebih memikat konsumen dan menambah value konsumen untuk melakukan *repurchase*.

Menurut Hasan (2013) *customer experience*, secara emosional dapat terlibat dalam aktivitas harian konsumen, sehingga mereka para pelanggan dapat mempunyai suatu pengalaman dengan hasil yang berbeda dari biasanya dan cukup unik serta mengesankan pada saat itu juga, dan selanjutnya konsumen atau pelanggan dapat memiliki rasa ingin mengonsumsi kembali. Pengalamann konsumen atau pelanggan tersebut dapat diperoleh secara langsung oleh konsumen atau pelanggan itu sendiri dengan menggunakan lima pendekatan yaitu *sense, feel, think, act, relate*. (Schmitt dalam Thejasukmana, 2014).

Berdasarkan penjabaran yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis memerlukan melakukan penelitian yang berkaitan dengan *customer experience* untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat beli ulang yang ada pada Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur, oleh sebab itu penulis dapat merumuskan penelitian ini sebuah judul yaitu **“Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur”**

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini akan membahas tentang seberapa besar Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur. Adapun identifikasi yang dapat dilakukan pada suatu masalah dalam penelitian yang dimaksud penulis adalah :

1. Bagaimana *customer experience* di Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur?
2. Bagaimana minat beli ulang konsumen Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur?
3. Bagaimana pengaruh *customer experience* terhadap minat beli ulang pada Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian perlu penulis perhatikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Tujuan Formal

Tujuan formal penulis dalam melakukan penelitian yaitu sebagai salah satu syarat untuk merampungkan studi penulis pada program Diploma IV Politeknik Pariwisata NHI Bandung, Jurusan Perjalanan Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.

2. Tujuan Operasional

Penulis meninjau penelitian ini dengan merumuskan beberapa tujuan operasional sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui *customer experience* pada Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur.
- b. Untuk mengetahui minat beli ulang konsumen pada Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *customer experience* terhadap minat beli ulang pada Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur.

D. Manfaat Penelitian

Dalam pengerjaannya, penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat memberi manfaat bagi sekitar penulis, manfaat yang penulis harapkan dari adanya penelitian ini, adalah:

1. Bagi Industri

Penelitian penulis diharapkan agar Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur dapat mengetahui pengaruh *customer experience* dan dapat menjadi bahan acuan atau masukan guna mengembangkan strategi persaingan pasar untuk kedepannya

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Diharapkan dengan adanya penelitian dari penulis, penulis dapat ikut serta dalam meningkatkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai *customer experience* khususnya yang ada dalam bidang *tour and travel*.

3. Bagi Penulis

Penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan dapat meningkatkan tambahan informasi atau pengetahuan dan wawasan bagi penulis sendiri terkait *customer experience* beserta pengaruhnya terhadap minat beli ulang suatu produk dan jasa, serta dapat menambah pengalaman peneliti untuk membuat kajian sistematis dalam bentuk penelitian karya ilmiah.

