

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata merupakan komponen penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indonesia sangat bergantung pada industri pariwisata karena merupakan sumber devisa negara terbesar ketiga Pajakku (2022). Penjelasan pariwisata menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 adalah beragam aktivitas wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dengan pertumbuhan yang cepat dan prospek yang cerah di masa depan untuk industri pariwisata, banyak perusahaan baru bermunculan dalam sektor ini, termasuk *travel agent*.

*Travel agent* merupakan sebuah jasa perjalanan yang bergerak atau mempunyai tujuan untuk merencanakan perjalanan bagi seseorang yang merencanakannya (Lesmona, 2015). Ataupun pengertian *travel agent* menurut Lesmona (2015) adalah suatu perusahaan yang secara khusus menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan, termasuk perlengkapan perjalanan, baik dalam negeri maupun luar negeri. *Travel agent* merupakan usaha yang bergerak di bidang perjalanan dan memiliki peran penting dalam industri pariwisata dengan membantu wisatawan dalam merencanakan dan memesan perjalanan yang mereka inginkan. *Travel agent* menawarkan berbagai layanan, seperti pemesanan tiket pesawat dan hotel, pembuatan visa, dan perencanaan wisata. Dikarenakan banyaknya

layanan dan manfaat yang diberikan oleh *travel agent*, semakin banyak orang yang mulai tertarik untuk memanfaatkan layanan mereka. Akibatnya, perusahaan perlu memiliki keterampilan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, di mana fokus kualitas layanan adalah pada usaha untuk memenuhi keperluan serta harapan pelanggan.

Kualitas layanan merupakan standar keunggulan yang diinginkan dan upaya pengendalian atas standar tersebut guna memenuhi harapan pelanggan. Dalam konteks ini, tujuan kualitas layanan yang ditawarkan oleh perusahaan adalah memenuhi kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2016).

Dari seluruh aktivitas perusahaan, hal ini akan menentukan nilai yang diberikan pelanggan terhadap kepuasannya. Kepuasan adalah keinginan untuk mencapai sesuatu atau melakukan sesuatu secara memadai. Dari perilaku yang didasarkan pada harapan dan kinerja pelanggan akan menunjukkan kepuasan mereka.

Suatu keuntungan tersendiri bagi sebuah perusahaan adalah memberikan kepuasan yang mutlak. Namun, karena banyak pesaing ekonomi yang bermain di pasar perusahaan, mewujudkan keinginan ini tidak mudah, karena selera pelanggan tidak selalu sama, kemungkinan kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa berbeda-beda. Selain itu, persaingan ekonomi terasa di seluruh sektor ekonomi Indonesia, khususnya layanan yang ditawarkan oleh *travel agent* yang sangat dekat dengan masyarakat Indonesia, dan Antavaya Bandung adalah salah satu *travel agent* di Indonesia.

Antavaya Bandung merupakan sebuah perusahaan di bidang perjalanan wisata dengan kantor perwakilan yang berada di Kota Bandung, Jawa Barat. Pendiri Antavaya sendiri bernama Bapak Hoksono Haditono Prakasito Hadisusanto. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1965 dan sudah memiliki 27 kantor cabang di Indonesia. Layanan yang diberikan oleh perusahaan Antavaya ini adalah perjalanan bernilai tambah yang lengkap untuk Manajemen Perjalanan *corporate*, Penjualan tiket pesawat (Internasional dan domestik), Pertemuan dan Acara, Perjalanan Insentif, Konvensi & Pameran, dan juga Layanan Umroh dan Transportasi. Paket wisata Internasional di Antavaya merupakan salah satu penjualan yang terpenting dari perusahaan. Sebab, paket wisata memberikan banyak kemudahan dan keuntungan. Mulai dari tak perlu mengurus banyak hal seperti transportasi selama di negara tujuan hingga membeli tiket masuk yang memudahkan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke luar negeri. Ada dua jenis paket wisata atau tur yang akan menjadi pilihan banyak wisatawan, yaitu paket wisata domestik dan paket wisata Internasional. Walaupun keduanya bisa dipesan secara perseorangan atau *private* maupun kelompok atau *group*. Domestik tur dan Internasional tur memiliki perbedaan. Namun, paket wisata Internasional menjadi pilihan utama bagi perusahaan Antavaya karena lebih banyak wisatawan yang menggunakan paket wisata Internasional. Dikarenakan wisatawan lebih banyak memilih paket wisata Internasional daripada paket wisata domestik. Sehingga, peneliti membuat penelitian terkait paket wisata Internasional di Antavaya Bandung.

Adapun data jumlah pelanggan yang menggunakan jasa paket wisata Internasional dari Antavaya Bandung selama tahun 2023, sebagai berikut :

**TABEL 1**  
**JUMLAH PELANGGAN PAKET WISATA INTERNASIONAL**  
**ANTAVAYA BANDUNG**

Tahun	Bulan	Banyak Pelanggan
2023	Januari	35
	Februari	70
	Maret	25
	April	30
	Mei	35
	Juni	105
	Juli	65
	Agustus	70
	September	50
	Oktober	80
	November	75
	Desember	105

Sumber: Manajemen Antavaya Bandung, (2024)

Berdasarkan dari total pelanggan di atas menunjukkan sebanyak 745 dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa paket wisata internasional di Antavaya Bandung, pada tahun 2023. Salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah pelanggan yang menggunakan jasa paket wisata internasional ini karena adanya keluhan atau ulasan yang kurang baik tentang layanan di Antavaya. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus menjadi fokus di Antavaya. Pelanggan yang sudah menggunakan jasa perjalanan di Antavaya sempat mengutarakan keluhan melalui *Google Review* selama

beberapa tahun terakhir. Dari keluhan para pelanggan yang ada, terlihat bahwa perusahaan mengalami beberapa persoalan terkait hal pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

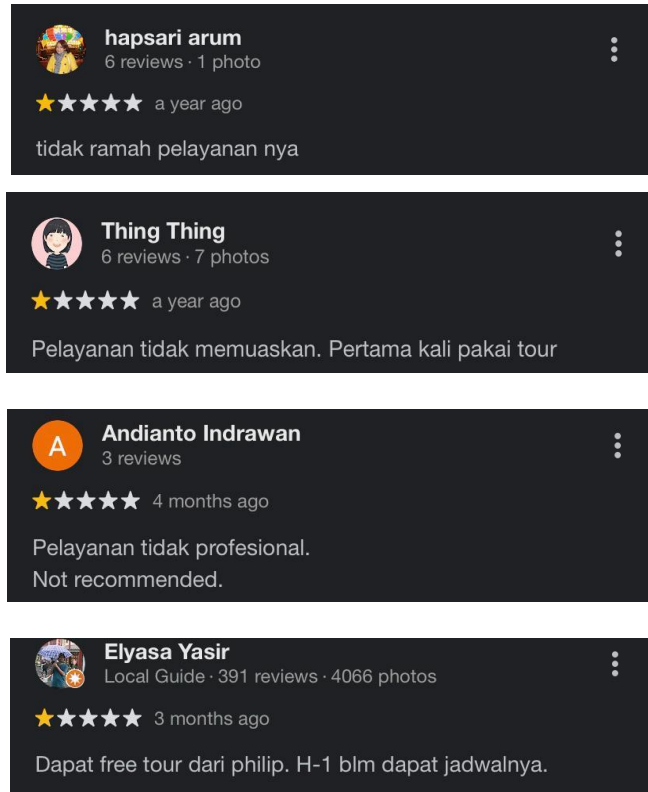
Adapun beberapa ulasan baik dan keluhan dari pelanggan di Antavaya Bandung selama beberapa tahun sebagai berikut:

### **GAMBAR 1 ULASAN PELANGGAN MENGENAI LAYANAN DI ANTAVAYA BANDUNG**



Sumber: Google Review Antavaya, (2024)

## GAMBAR 2 KELUHAN PELANGGAN MENGENAI LAYANAN DI ANTAVAYA BANDUNG



Sumber: Google Review Antavaya, (2024)

Pada gambar diatas dapat terlihat bahwa Antavaya beberapakali mendapatkan *review* yang kurang baik mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. *Review* yang kurang baik terjadi pada tahun 2023 dan tahun 2024, akan tetapi pada tahun 2022 tidak terdapat *review* yang kurang baik mengenai pelayanan yang diberikan oleh PT Antavaya. Hal tersebut menandakan bahwa terjadi penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Antavaya. Perusahaan harus memperbaiki persoalan layanan yang ada serta melakukan upaya untuk lebih memuaskan para pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan memperbaiki

serta meningkatkan kualitas pelayanan ini dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta dapat memperoleh reputasi yang baik dari para pelanggan.

Di samping kualitas layanan, ada elemen lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap paket wisata internasional, seperti pandangan terhadap harga. Harga suatu produk dapat memengaruhi seberapa puas pelanggan dengan produk tersebut. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh cara pelanggan melihat harga suatu produk dapat dikatakan tinggi, rendah, atau wajar (Saktiana & Miftahuddin, 2021). Pelanggan menginginkan produk berkualitas yang sebanding dengan nilai yang mereka bayarkan. Oleh sebab itu, persepsi pelanggan tentang produk dipengaruhi oleh harga. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga menggambarkan kualitas produk.

Adapun perbandingan harga paket wisata internasional dengan pesaing dari perusahaan Antavaya Bandung, sebagai berikut:

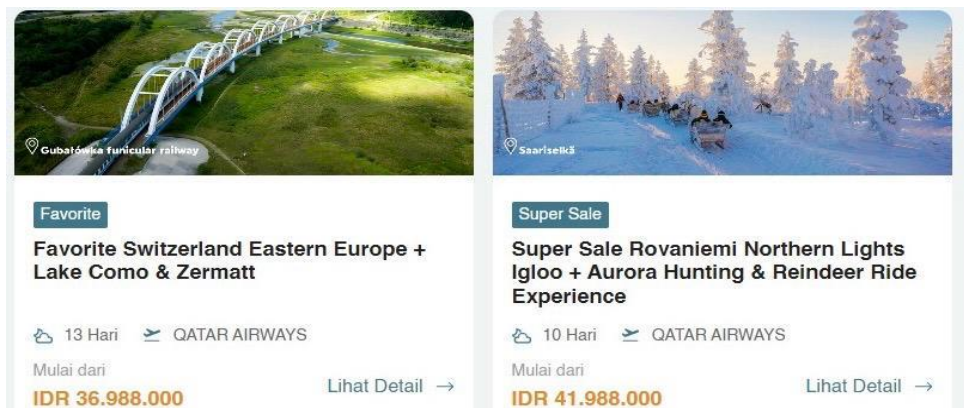
### **GAMBAR 3**

#### **PERBANDINGAN HARGA PAKET WISATA INTERNASIONAL DI ANTAVAYA BANDUNG**

##### **Harga paket wisata internasional di Antavaya**

 <p><b>10D WINTER ROVANIEMI &amp; ICEBREAKER CRUISE BY QR (HEL/HEL)</b></p> <p>Start From <b>Rp 87.800.000/pax</b></p> <p>Included  <span style="color: green;">✔</span> Flight <span style="color: green;">✔</span> Hotel</p>	 <p><b>10D SUMMER AUSTRIA ITALY SWITZERLAND + DOLOMITES &amp; CINQUE TERRE BY S...</b></p> <p>Start From <b>Rp 38.900.000/pax</b></p> <p>Included  <span style="color: green;">✔</span> Flight <span style="color: green;">✔</span> Hotel</p>
---	---

## Harga paket wisata internasional di Golden Rama



Sumber: Website resmi Antavaya dan Golden Rama, (2024)

Perbandingan harga di atas menunjukkan bahwa Antavaya saat ini sedang bersaing dengan Golden Rama *Tours & Travel*. Terlihat bahwa harga paket wisata yang ditawarkan oleh Antavaya lebih mahal dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh Golden Rama *Tours & Travel* padahal paket wisata tersebut memiliki fasilitas akomodasi, pesawat, restoran dan tujuan destinasi wisata yang sama. Golden Rama *Tours & Travel* saat ini melayani perjalanan paket wisata lebih dari 700 perusahaan membuktikan posisinya sebagai *experience enabler* dengan memperkuat sinergi dua layanan utama, yaitu pengaturan perjalanan dinas dan layanan program acara internasional serta insentif perusahaan Indopos (2023). Perilaku yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh perhatian para pelanggan terhadap paket wisata yang di produksi, sebagai pelanggan, mereka akan memilih paket perjalanan yang cocok dengan kebutuhan mereka. Mereka akan mempertimbangkan harga yang sepadan dengan kualitas layanan yang diberikan saat memilih paket wisata.



Berdasarkan keluhan layanan dan harga yang dirasakan oleh pelanggan Antavaya Bandung, maka dari itu penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PAKET WISATA INTERNASIONAL DI ANTAVAYA BANDUNG”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka terdapat beberapa indentifikasi masalah yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada paket wisata Internasional di Antavaya Bandung?
2. Bagaimana harga pada paket wisata Internasional di Antavaya Bandung?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan pada paket wisata Internasional di Antavaya Bandung?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada paket wisata internasional di Antavaya Bandung?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada paket wisata internasional di Antavaya Bandung?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada paket wisata internasional Antavaya Bandung?

### C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan atas dasar tercapainya dua tujuan, yaitu tujuan formal dan tujuan operasional yang akan dicapai oleh penulis, yaitu:

#### 1. Tujuan Formal

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat perkuliahan untuk menyelesaikan Program Studi Usaha Perjalanan Wisata (UPW) Diploma IV. Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

#### 2. Tujuan Operasional

Adapun tujuan operasional penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu:

- a. Mengetahui kualitas pelayanan pada paket wisata Internasional di Antavaya Bandung.
- b. Mengetahui harga paket wisata di Antavaya Bandung.
- c. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa paket wisata di Antavaya Bandung.
- d. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan di Antavaya Bandung.
- e. Mengetahui pengaruh harga yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan di Antavaya Bandung.
- f. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada paket wisata Internasional di Antavaya Bandung.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis, institusi, dan bagi perusahaan.

##### **1. Manfaat Penelitian Bagi Penulis**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah penulis dapat menambah pengetahuan dan lebih memahami mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada paket wisata Internasional di Antavaya Bandung.

##### **2. Manfaat Penelitian Bagi Institusi**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi penambahan ilmu pengetahuan baru serta menjadi bahan bacaan atau acuan di perpustakaan sebagai referensi bagi mahasiswa lain.

##### **3. Manfaat Penelitian Bagi Perusahaan**

Dengan adanya penelitian ini terkait pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, diharapkan perusahaan dapat memberikan pelayanan dan harga yang lebih baik untuk para pelanggan agar bisa berkunjung kembali untuk membeli produk yang dijual.