

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi pada zaman sekarang menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan alat transportasi sebagai salah satu sarana yang diperlukan dalam efisiensi waktu dan kecepatan (Hidayat & Samputra, 2020). Terutama bagi kalangan eksekutif yang cenderung menggunakan transportasi yang efisien, efektif, dan menjangkau daerah yang rumit, sarana transportasi yang sesuai adalah dengan menggunakan pesawat terbang. Semakin berkembangnya transportasi udara, maka dengan seiring waktu telah berjalan banyak munculnya perusahaan maskapai penerbangan yang beroperasi. Berbagai jenis perusahaan penerbangan di Indonesia. Dengan semakin banyaknya maskapai penerbangan maka semakin ketat pula persaingan dalam mencari konsumen. Dengan ketatnya mencari konsumen maka pihak maskapai penerbangan melakukan inovasi dalam hal pelayanan maupun pencarian lokasi perusahaan itu sendiri. Maskapai penerbangan yang sekarang beroperasi seperti, Garuda Indonesia atau Citilink , Lion Air, Wings, Batik Air, Sriwijaya, Air Asia, dan banyak lagi maskapai penerbangan yang sedang beroperasi di Indonesia (Hidayat & Samputra, 2020).

Dalam hal pemasaran ini pihak maskapai penerbangan tidak dapat melayani secara langsung seluruh konsumennya. Dengan semakin banyaknya konsumen yang menggunakan jasa penerbangan, maka pihak maskapai

penerbangan harus mencari rekan bisnis yang bisa membantu memasarkan produk atau jasanya dengan saling memberikan keuntungan yang seimbang bagi kedua belah pihak. Hal ini mendorong adanya kerja sama yang terarah dengan baik antara maskapai penerbangan dan pihak travel. Ini memungkinkan bagi mereka untuk meminta pihak Paras Tour And Travel selaku travel agent untuk mengurus segala kebutuhan dan kepentingan perjalanan konsumen.

PT Paras Tour And Travel merupakan salah satu perusahaan travel agent yang menjadi mitra kerja perusahaan mini. PT Paras Tour And Travel didirikan pada tahun 2008 oleh bapak Syahrizal selaku pemilik utama dalam Travel Paras terdapat berbagai macam jenis pelayanan jasa antara lain, paket tour, dokumen perjalanan, pemesanan hotel, dan berbagai tiket pesawat terbang. Dalam pengupayaan operasional dan pelayanan pada pelanggan, perusahaan telah memaksimalkan segala sesuatu seperti melengkapi diri dengan menggunakan peralatan yang sudah menggunakan sistem komputerisasi Online dengan perusahaan maskapai Garuda Indonesia, dengan tujuan untuk memudahkan dalam pemesanan tiket pesawat.

Pihak maskapai penerbangan seperti Garuda Indonesia dengan PT Paras Tour Travel tentunya sudah terjadi kesepakatan kerjasama seperti halnya dalam pembayaran komisi penjualan produk atau tiket pesawat yang telah dijual dari travel agent, serta berbagai macam cara untuk membuat kemudahan bagi Paras Travel dalam melayani konsumen yang akan menggunakan jasa penerbangan seluruh maskapai tersebut.

Dalam melakukan reservasi tiket Citilink, Paras Travel menggunakan sebuah computer yang reservasi perjalanannya telah terhubung ke pihak maskapai penerbangan melalui jaringan internet. Sistem ini akan memudahkan untuk meninjau jadwal penerbangan. Jumlah kursi yang masih terdapat di setiap kelasnya secara akurat.

Permasalahan yang terjadi pada PT Paras tour and travel yang pertama adalah lokasi perusahaan yang kurang strategis menjadi masalah besar terhadap kepuasan konsumen. Agar dapat memenangkan persaingan perusahaan harus bisa memendapatkan hati konsumen dengan cara memilih lokasi yang tepat atau strategis dan pelayanan yang baik sehingga dapat mencakup kepuasan konsumen. Konsumen juga memiliki pandangan berbeda terhadap faktor lokasi tempat tinggalnya. lokasi juga merupakan salah satu faktor penting untuk nasabah dalam capai serta suasana lingkungan yang nyaman akan menarik bagi nasabah (Hendrison & NE Husda 2020). Jadi perusahaan harus bisa menilai suatu tempat atau lokasi yang cocok untuk tempat tinggal, karena setiap konsumen memiliki cara pandang atau selera yang berbeda terhadap lokasi tempat tinggalnya. Lokasi yang mudah dijangkau atau lokasi tempat tinggal yang dekat keramaian atau bisa jadi konsumen mencari tempat tinggal yang dekat dari tempat bekerjanya dan ada juga konsumen yang mencari ketenangan sehingga tempat tinggal yang jauh dari keramaian atau pabrik. Sehingga perusahaan harus menyesuaikan lokasi perusahaan dengan kebudayaan dan kebiasaan masyarakat di kota tersebut. Berikut data harga maskapai Citilink pada tahun 2019.

Tabel 1.1 Data Harga Group Citilink PT Paras Tour And Travel

No.	Hari/Tanggal	Harga	Rute
1.	Kamis,01/08/2019 – 24/04/2019	Rp 1.650.000 Rp 1.350.000	Bth-lop Bth-sub
2.	Minggu,25/08/2019 – 30/04/2019	Rp 1.600.000 Rp 1.300.000	Bth-lop Bth-sub
3.	Minggu,01/09/2019 – 03/05/2019	Rp 1.635.000 Rp 1.270.000	Bth-lop Bth-sub
4.	Rabu, 04/09/2019 – 17/05/2019	Rp 1.628.000 Rp 1.200.000	Bth-lop Bth-sub
5.	Selasa, 17/09/2019 – 31/05/2019	Rp 1.600.000 Rp 1.050.000	Bth-lop Bth-sub
6.	Selasa, 01/10/2019 – 05/06/2019	Rp 1.390.000 Rp 1.050.000	Bth-lop Bth-sub
7.	Minggu,06/10/2019 – 14/06/2019	Rp 1.400.000 Rp 1.134.000	Bth-lop Bth-sub
8.	Selasa,15/10/2019 – 31/06/2019	Rp 1.390.000 Rp 1.340.000	Bth-lop Bth-sub

Sumber : PT Paras Tour And Travel (2019)

Berlandaskan Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa penetapan harga tiket pada maskapai Garuda Citilink pada tanggal 01-08-2019 mengalami kenaikan dan penurunan. Pihak Citilink Group menaikkan harga tiket tertinggi pada hari rabu tanggal 06-10-2019 dikarenakan terjadi lonjakan penumpang yang sangat tinggi menggunakan maskapai penerbangan. Semakin tinggi permintaan suatu rute penerbangan maka harga cenderung naik, pada awal bulan September merupakan puncak terjadinya lonjakan penumpang yang ingin melakukan penerbangan antara lain rute Batam – Surabaya, Batam – Lombok.

Selain itu masalah lain adalah pelayanan, dalam pelayanan banyak sekali ditemukan permasalahan yaitu pelayanan kurang maksimal dikarenakan perbedaan karakter dari berbagai pelanggan yang sulit dipahami oleh berbagai

staff. Selain itu staff kurang merespon pembeli jika terdapat kendala dalam melakukan pembelian tiket. Pelayanan yang baik merupakan salah satu kunci kesuksesan suatu produk dalam perusahaan. Pelayanan merupakan tanggapan individu terhadap kinerja layanan dari penyedia jasa yang diterimanya (Hendrisson & NE Husda, 2020).

Tujuan utama dari pelayanan yang dilakukan oleh pihak Paras Travel kepada konsumen adalah kepuasan pelanggan yang menjadi prioritas utama di dalam melayani para konsumennya. Dari semua pelayanan penjualan jasa yang dilakukan oleh Paras Travel dalam penanganan konsumen dilakukan oleh ticketer, yang merupakan ujung tombak dari pelayanan jasa kepada konsumen secara langsung. Berdasarkan observasi, masalah kurangnya pelayanan disebabkan oleh perbedaan karakter dan kurangnya kepuasan konsumen.

Permasalahan yang selalu ditemukan pada PT Paras Tour And Travel ialah dengan tidak datangnya lagi konsumen mengakibatkan kurangnya jumlah penjualan yang dapat merugikan pihak perusahaan, hal ini dapat dilihat dari perkembangan pada tahun 2019 masih belum mengalami kenaikan yang signifikan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dia rasakan dengan dengan harapan (Munawir, 2018). Adapun data penjualan tiket pada PT Paras Tour And Travel dapat dilihat pada tabel berikut. Ini dapat dilihat pada Tabel 1.2 di bawah ini diperlihatkan data penjualan tiket maskapai Lion Air dan Citilink pada tahun 2019 diperoleh informasi sebagai berikut:

Tabel 1.2 Data Penjualan Tiket Pada PT Paras Tour And Travel Tahun 2019

MASKAPAI PENERBANGAN	Bulan April – September					
	April	Mei	Juni	Juli	Agus	Sept
Lion Air	50	40	56	55	60	35
Citilink	60	50	68	59	70	53
Jumlah	110	90	128	114	130	88

Sumber : PT Paras Tour And Travel (2019)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa angka penjualan tiket di PT Paras pada maskapai Lion Air dan Citilink tahun 2019 mengalami pertumbuhan yang fluktuatif dari bulan April hingga September. Penurunan volume penjualan tiket tertinggi terjadi pada bulan September dengan penjualan 88 tiket. Sedangkan kenaikan volume penjualan tiket tertinggi pada bulan Agustus 2019 dengan penjualan 130 tiket. Kenaikan dan penurunan volume penjualan ini akan berdampak terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian dikuat oleh Penelitian yang dilakukan oleh (Brian Desky Andreawan, 2018), Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen pangkas rambut andika di kota Kediri, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, Lokasi dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, dari masalah yang dialami dari segi lokasi yang kurang strategis dari jangkauan konsumen serta pelayanan yang diberikan masih jauh dari kurang sehingga menyebabkan kepuasan yang didapati oleh konsumen kurang puas, ditambah lagi tingkat persaingan pada perusahaan tour and travel yang begitu banyak baik secara online maupun tidak online, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “ **PENGARUH**

LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT PARAS TOUR AND TRAVEL BATAM ”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian yang telah di bahas di atas, dapat di identifikasikan masalah-masalah yang muncul pada penelitian yang dilakukan di travel sebagai berikut :

1. Lokasi perusahaan yang kurang strategis menjadi faktor penting terhadap kepuasan konsumen.
2. Pelayanan tidak maksimal dikarenakan perbedaan karakter konsumen yang berbeda-beda.
3. Kepuasan konsumen berkurang diakibatkan lokasi perusahaan yang kurang strategis dan perbedaan karakter konsumen yang berbeda-beda.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini adalah lokasi dan pelayanan.
2. Variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.
3. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang untuk membeli dan calon konsumen yang datang hanya untuk bertanya tentang tiket.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Paras Tour And Travel Batam?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Paras Tour And Travel Batam ?
3. Apakah lokasi dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Paras Tour And Travel Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada PT Paras Tour And Travel Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Paras Tour And Travel Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Paras Tour And Travel Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan nantinya akan dapat memberi manfaat antara lain sebagai berikut :

1.6.1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi kemajuan pemilihan lokasi dan peningkatan pelayanan terhadap konsumen mengenai prosedur reservasi tiket pesawat melalui Tour and Travel.

1.6.2. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan implementasi pemilihan lokasi dan dokumen pasasi serta psikologi pelayanan yang telah didapat selama perkuliahan di Universitas Putera Batam.