

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

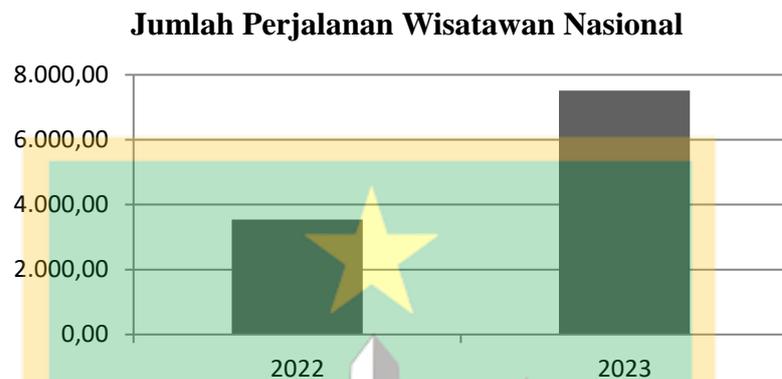
Pariwisata di Indonesia pada era globalisasi saat ini semakin berkembang dengan pesat. Pariwisata dapat dikatakan sebagai fenomena global yang dapat membantu dalam pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya maupun pertukaran sosial antar bangsa. Adanya keanekaragaman alam, budaya, dan lainnya memberikan dampak bagi sektor pariwisata untuk dapat memenuhi kebutuhan, keinginan serta mengetahui minat wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan wisata. Menurut Pradini dalam jurnal (Rizki Nurul Nugraha, et al 2024) Pariwisata berperan aktif dalam bidang jasa dengan mencakup akomodasi, atraksi, aksesibilitas dan fasilitas yang terdapat pada suatu destinasi.

Industri Pariwisata menurut UNWTO dalam jurnal (Muhammad Hafiz Mulya, et al 2022) mengatakan bahwa potensi yang dimiliki oleh Industri Pariwisata dapat mendorong prekonomian serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, taraf hidup dan ekonomi bagi masyarakat secara keseluruhan disuatu daerah maupun negara. Industri Pariwisata juga dapat berjalan dengan jangka waktu yang signifikan. Industri Pariwisata tentunya perlunya kolaborasi bagi para pemangku kepentingan yang terlibat. Hal ini dikarenakan untuk memastikan bahwa pertumbuhan pariwisata dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan serta menguntungkan bagi pihak-pihak yang terlibat. Industri pariwisata mencakup banyak pihak seperti pemerintah, komunitas lokal, organisasi non-pemerintah yang berkontribusi pada pembangunan dan pengelolaan destinasi pariwisata, serta usaha bisnis khususnya usaha dalam bentuk jasa seperti agen perjalanan wisata.

Perkembangan industri pariwisata yang semakin pesat beserta semakin banyaknya tujuan wisata, tentunya menimbulkan tingginya kebutuhan perjalanan. Permintaan dan penawaran terhadap kebutuhan perjalanan yang menjadi dorongan setiap individu untuk melakukan perjalanan wisata.

Meningkatnya permintaan dan penawaran tersebut dikarenakan adanya kebutuhan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Meningkatnya permintaan tersebut mengakibatkan jumlah perjalanan wisatawan khususnya wisatawan nasional mengalami peningkatan.

Gambar 1 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nasional



Sumber : Badan Pusat Statistik

Pada grafik diatas menunjukan bahwa, pada tahun 2022 sampai tahun 2023 dengan data pertahun, jumlah perjalanan wisatawan nasional mengalami peningkatan, Pada tahun 2023 jumlah wisatawan yang berpergian ke luar negeri untuk melakukan perjalanan wisata mencapai 7.515 wisatawan, jumlah tersebut menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi dibandingkan tahun 2022 mencapai 3.540 wisatawan. Peningkatan perjalanan tersebut, tidak luput dari peran agen perjalanan wisata yang membantu dan memudahkan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata.

Agen perjalanan wisata sebuah usaha bisnis bersifat komersil yang dapat membantu dalam merencanakan, mengatur dan menyediakan pelayanan bagi seseorang yang akan melakukan perjalanan wisata. Menurut keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.10/PW.102/MPPT93 mengenai agen perjalanan wisata pada pasal (1) ayat (1) mengatakan bahwa sebuah usaha jasa yang menjadi perantara kepada pelanggan untuk menjual dan mengurus jasa perjalanan wisata yang dilakukan oleh pelanggan. Selain itu, pada Pasal (3) Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.10/PW.102/MPPT93 menjelaskan bahwa ketentuan bagi usaha biro perjalanan wisata maupun agen

perjalanan wisata berupa Perseroan Terbatas (PT), Koperasi, Firma atau CV. Peluang usaha perjalanan wisata yang semakin banyak khususnya di agen perjalanan wisata menjadi masalah dan tantangan tersendiri bagi perusahaan untuk dapat bersaing dengan kompetitornya.

Usaha tersebut tidak hanya bersaing dengan sesama agen perjalanan tetapi juga bersaing dengan aplikasi *travel online* yang menyediakan jasa untuk merencanakan dan mengatur perjalanan seperti pemesanan tiket transportasi, penginapan dan sebagainya. Hal ini menjadi perhatian penting bagi usaha perjalanan wisata untuk terus menemukan inovasi baru agar tetap dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Banyaknya kompetitor yang memiliki usaha dengan jenis yang sama, maka setiap perusahaan memiliki cara masing-masing untuk mendapatkan pelanggan. Dalam mendapatkan pelanggan tentunya tidak mudah, perlu aspek-aspek yang diperhatikan seperti pelayanan, produk yang ditawarkan, serta keramah-tamahan yang diciptakan oleh perusahaan kepada pelanggan sehingga menghasilkan Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu bentuk pengungkapan perasaan senang atau kecewa terhadap hasil suatu produk dan jasa dengan membandingkan persepsi atas hasil kerja dengan harapan yang dimiliki oleh setiap pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut Sintya dalam jurnal (Wijaya Kusuma 2021) bahwa kepuasan pelanggan sebagai bentuk penilaian evaluasi kualitas atau keunggulan bagi suatu jasa perjalanan wisata. Kepuasan pelanggan memiliki perbedaan antara satu sama lain, tergantung dengan persepsi, keinginan dan kebutuhan pelanggan (Ardi Mularsari & Feni Nurmania, 2022). Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor bahwa pelanggan akan berkunjung kembali atau menggunakan pelayanan jasa kembali ketika pelanggan merasa puas dan sejalan dengan ekspektasinya..

Kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dalam jurnal (Peris Hamdanur, Andi Muhammad Yusuf & Kasman 2021) dapat diketahui melalui kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan ketersediaan untuk merekomendasikan. Pada hal ini kualitas pelayanan dapat menjadi faktor utama terjadinya kepuasan pelanggan menurut Rangkuti dalam jurnal

(Almira Febrida, Hariyanto Ridwan & Heni Nastiti 2020). Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan dengan bentuk evaluasi pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang dirasakan dan pelayanan yang diterima (Anisa Putri Kusumaningrum, Ines Windyarti & Gagih Pradini 2023). Kualitas pelayanan pada agen perjalanan wisata menjadi garda terdepan dikarenakan berkaitan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Pada saat pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka akan menjadi kualitas pelayanan yang sesuai.

Pada hal ini faktor kualitas pelayanan yang baik juga berpengaruh terhadap peningkatan pelanggan serta peningkatan citra perusahaan yang semakin positif. *Brand Image* atau Citra Merek dapat dikatakan sebagai bentuk persepsi yang dibangun oleh perusahaan untuk menimbulkan kesan positif bagi pelanggan. Citra merek menjadi faktor untuk terciptanya kepuasan pelanggan, dikarenakan citra merek dapat menjadi preferensi dan pengambilan keputusan pembelian produk atau jasa oleh pelanggan. Banyaknya keluhan pelanggan seperti keterlambatan waktu, miskomunikasi, fasilitas yang tidak sesuai dapat menyebabkan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam pembelian produk atau jasa, sehingga hal ini dapat menurunkan citra perusahaan.

Pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan atau konsumen dinamakan sebagai *customer experience* yang menjadi salah satu faktor terciptanya kepuasan pelanggan pada saat menggunakan jasa travel. Pengalaman konsumen sebagai bentuk tanggapan yang diberikan oleh konsumen secara internal sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan pihak perusahaan (Kenny Febrina Salim dan Catherine, 2022). Adanya penerapan *customer experience* diharapkan konsumen atau pelanggan dapat membedakan antara produk atau jasa yang satu dengan lainnya dikarenakan pelanggan dapat merasakan dan memperoleh pengalaman secara langsung. Maka dari hal-hal di atas menjadi tantangan bagi pihak agen perjalanan wisata untuk meningkatkan kualitas yang baik.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa agen perjalanan wisata yaitu Chris Tour. Chris Tour merupakan agen perjalanan wisata yang

berpusat di Jakarta. Chris Tour sudah menjadi penyedia pelayanan jasa untuk perjalanan wisata lebih dari 10 tahun sejak 2008. Chris Tour pada awalnya hanya menyediakan trip ziarah untuk agama Kristiani, tetapi seiring berjalannya tahun ke tahun Chris Tour terus mengembangkan inovasinya dengan menciptakan trip lainnya. Pada saat ini Chris Tour juga menawarkan layanan *open trip* bagi wisatawan yang ingin menjalankan perjalanan wisata dengan bergabung bersama wisatawan lain, selain itu pihak Chris Tour juga menyediakan bagi suatu instansi yang akan melakukan *study tour/banding* baik domestik maupun mancanegara.

Tabel 1 Data Jumlah Pengguna Travel Tahun 2023

Bulan	Jumlah Pengguna Travel
Januari	120
Februari	150
Maret	120
April	60
Mei	140
Juni	193
Juli	140
Agustus	90
September	60
Oktober	95
November	180
Desember	110
Total	1.458

Sumber : Chris Tour

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa jumlah pengguna travel setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2023 total pengguna travel Chris Tour mencapai 1.458 pengguna. Peningkatan dan penurunan terhadap jumlah pengguna travel ini perlu menjadi perhatian dan tantangan bagi pengelola travel Chris Tour untuk terus secara konsisten meningkatkan pengguna travel setiap bulannya. Banyaknya kompetitor dengan jenis usaha

yang sama, menyebabkan Chris Tour sebagai salah satu usaha perjalanan wisata berupa agen perjalanan perlu memperhatikan kepuasan pelanggan. Terkait fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dengan permasalahan mengenai kepuasan pelanggan. Permasalahan kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan (X1), Citra Merek (X2) dan *Costumer Experience* (X3), maka dengan permasalahan tersebut penulis mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN *COSTUMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AGEN PERJALANAN WISATA CHRIS TOUR JAKARTA”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada pembahasan diatas, peneliti akan menganalisis mengenai kualitas pelayanan, citra merek dan *costumer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada agen perjalanan Chris Tour di Jakarta. Maka, agar penelitian ini terarah peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada agen perjalanan wisata Chris Tour Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada agen perjalanan wisata Chris Tour Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh *costumer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada agen perjalanan wisata Chris Tour Jakarta?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada agen perjalanan wisata Chris Tour Jakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada agen perjalanan wisata Chris Tour Jakarta.

- c. Untuk mengetahui pengaruh *costumer experience* terhadap kepuasan pelanggan agen perjalanan wisata Chris Tour Jakarta.

2. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis dan praktis, adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut.

a. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti sebagai pembelajaran dengan cara mengembangkan kemampuan dan keterampilan dalam mencari informasi mengenai pelayanan, citra perusahaan, pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian oleh peneliti, diharapkan dapat memperkuat landasan teoritis dan metodologis penelitian yang digunakan.

b. Manfaat Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi terkait dengan kepuasan pelanggan, serta dapat memberikan pemahaman dan memperkaya teori-teori yang ada, serta dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu khususnya di bidang pariwisata.

c. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Agen Perjalanan Chris Tour mengenai kepuasan pelanggan dari segi kualitas pelayanan dan citra merek. Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan *costumer experience* terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan, citra merek dan *costumer experience* yang berdampak langsung pada kepuasan pelanggan.

d. Manfaat Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber referensi yang dapat digunakan untuk menambah pengetahuan, wawasan serta sebagai inspirasi kepada pihak lain yang ingin melakukan penelitian serupa.

