

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan *devisa* setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit.¹ Berdasarkan data tahun 2014, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 9,4 juta lebih atau tumbuh sekitar 7.05% dibandingkan tahun sebelumnya. Dan setiap tahun terus bertumbuh seiring dengan pesatnya teknologi informasi yang memudahkan masyarakat khususnya mancanegara yang ingin berkunjung di Indonesia.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, 11 provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para turis adalah Bali sekitar lebih dari 3,7 juta pada tahun 2015, disusul DKI Jakarta, DIY Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatera Utara, Lampung, Sulawesi Selatan, Bengkulu dan Sumatera Barat. Sekitar 59% turis berkunjung ke Indonesia untuk tujuan liburan, sementara 38% untuk tujuan bisnis. Dari kawasan asia (tidak termasuk ASEAN) wisatawan RRC berada di urutan pertama yang mengunjungi Indonesia di tahun yang sama, disusul Jepang, Korea Selatan, Taiwan, dan India. Jumlah pendatang dari Eropa berasal dari Britania Raya, disusul oleh Belanda, Jerman dan Perancis. Pengelolaan kepariwisataan, kebijakan nasional, urusan

¹[Ranking Devisa Pariwisata Terhadap Komoditas Ekspor Lainnya tahun 2004-2009](#)

pemerintahan di bidang kebudayaan dan kepariwisataan di Indonesia diatur oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata di Indonesia.

CV. Dipo Tour and Travel melihat peluang tersebut dan ikut turut serta meramaikan industri jasa pariwisata di Indonesia. Berbekal pengalaman dan pelayanan yang diberikan, perusahaan ini mulai berkembang dan menjadi perusahaan yang cukup diperhitungkan, khususnya di daerah Jabodetabek. Modal utama dari perusahaan ini adalah kualitas produk yang diberikan untuk memenuhi keinginan konsumen, seperti menyediakan paket Trip untuk kalangan sekolah menengah, universitas dan kedinasan. Didukung pula dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Tour Leader yang bukan hanya memberikan penjelasan objek wisata, namun juga menemani selama perjalanan.

Selain itu ada beberapa tren yang terjadi di industri pariwisata di Indonesia. Tren industri pariwisata di Indonesia sedang mengalami kenaikan. Tren itu dipengaruhi oleh 4 faktor utama, yaitu:

1. Meningkatnya minat pada ekowisata
2. Menjamurnya kawasan wisata baru
3. Ramainya pagelaran MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*)
4. Adanya kebijakan *free visa* yang memberi pengaruh signifikan terhadap tingkat wisatawan mancanegara.

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik), tingkat kunjungan wisatawan mancanegara mengalami kenaikan sebesar 3,6% dengan kunjungan sebanyak

814,3 ribu dibanding januari 2015 sebesar 786,0 ribu, sedangkan jumlah wisatawan nusantara sebanyak 208 juta perjalan selama tahun 2015, mengalami kenaikan sebesar 3,8% dibandingkan bulan januari 2015. Dari proyeksi jumlah perjalanan pada tahun ini, total uang yang dibelanjakan mencapai Rp 224,68 triliun.²

Menurut data, terdapat 37 perusahaan tour and travel di Depok.³ Mengalami kenaikan sebesar 4,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Ini membuktikan bahwa bisnis tour and travel memiliki prospek yang cukup menjanjikan untuk kedepannya.

Kualitas produk yang baik dapat menjadi keunggulan bagi perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing yang sejenis. Kualitas produk biasanya digunakan sebagai tolak ukur perusahaan untuk dapat membentengi dan menjaga dari serangan para pesaing serta mempertahankannya, agar para konsumen tetap setia (loyal) dalam membeli produk tersebut.

Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari sebuah perusahaan. Mempertahankan mereka, berarti meningkatkan kinerja, keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena pelanggan yang loyal akan terus melakukan pembelian secara teratur/berkala, membeli antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing. Hal ini yang menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Untuk itulah, perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan

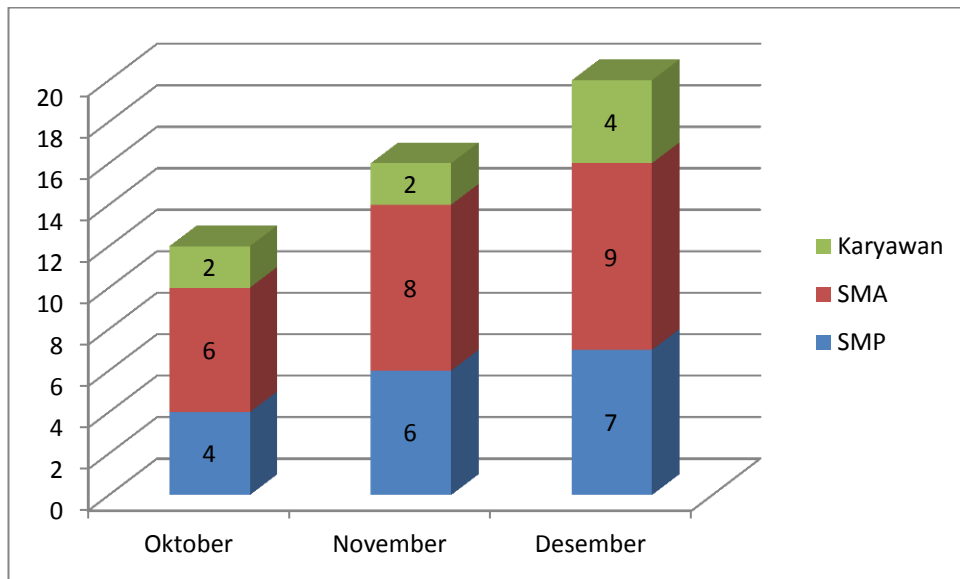
² m.bisnis.com/travelling/read/20151230/224/505781/inilah-data-perjalanan-wisatawan-nusantara-sepanjang-tahun-2015

³ www.gudangalamat.com/2014/10/daftar-alamat-travel-agent-di-depok.html?m=1

keunggulan produk masing-masing melalui upaya yang kreatif, inovatif serta efisien. Sehingga produk tersebut menjadi pilihan banyak pelanggan, yang pada saatnya nanti diharapkan akan menjadi pelanggan yang loyal.

Dipo Production dikelola oleh para profesional yang terlatih dan berpengalaman di bidang pelayanan jasa dan perjalanan diantaranya: konsultan dan perencanaan perjalanan, penganggaran, pemandu, penanganan pesanan tiket/ transportasi (darat, laut, udara) , pemesanan akomodasi/ hotel, dokumen perjalanan serta komponen perjalanan lainnya untuk perjalanan dalam maupun luar negeri.

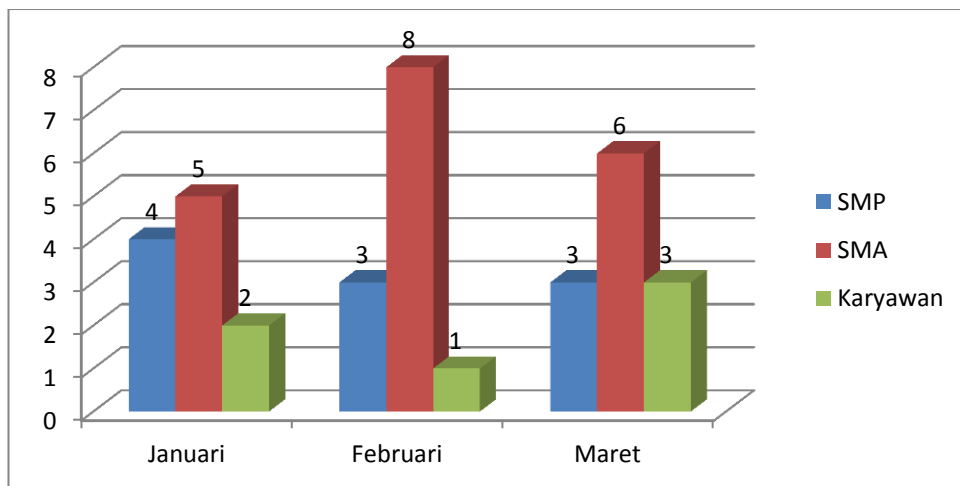
Namun saat ini, peraturan pemerintah yang ketat mengenai trip pariwisata khususnya daerah ibukota Jakarta dan ditambah dengan banyaknya perusahaan baru yang ikut meramaikan pasar pariwisata menjadi ancaman tersendiri bagi perusahaan. Berikut penulis lampirkan laporan pelanggan per paket trip selama 6 bulan terakhir :



Gambar I.I

Laporan per Paket Trip akhir tahun 2015

Sumber: Data Pribadi Perusahaan



Gambar I.II

Laporan per Paket Trip awal tahun 2016

Sumber: Data Marketing Perusahaan

Tabel I.1**Kuesioner Kepuasan Pelanggan**

No.	Fasilitas	Pertanyaan	Memuaskan	Kurang
1.	Bus	Bagaimana menurut anda kondisi, kenyamanan dan kebersihan dari bus yang kami sediakan?	23	27
		Bagaimana menurut anda sikap dari kondektur bus dan cara mengemudi dari supir bus?	24	26
2.	Makan	Bagaimana menurut anda menu makan dan rasa yang disiapkan selama kegiatan ini?	30	20
		Bagaimana kebersihan rumah makan yang digunakan selama kegiatan ini?	18	32
3.	Penginapan	Bagaimana menurut anda penginapan yang disediakan?	22	28
		Bagaimana menurut anda pelayanan dan kebersihan dari penginapan?	24	26
4.	Obyek Kunjungan	Menurut anda, Obyek yang dikunjungi sesuai dengan kebutuhan anda?	30	20
		Bagaimana menurut anda kondisi sarana dan prasarana dari Obyek yang dikunjungi?	26	24
5.	Crew Dipo	Bagaimana menurut anda kesiapan dan kesigapan crew DIPO Tour & Travel?	45	5
		Bagaimana menurut anda sikap dan pelayanan crew DIPO Tour & Travel?	45	5

Tabel I.1**Kuesioner Kepuasan Pelanggan**

Sumber: Data Marketing Perusahaan

Data dari tabel diatas adalah data olahan penulis. Data tersebut adalah angket yang disebarakan di setiap trip. Penulis mengambil sample sebanyak 50 lembar. Dari angket tersebut terlihat bahwa konsumen tidak puas dengan fasilitas bus, penginapan, dan kebersihan rumah makan. Sehingga selama 3 bulan terakhir, perusahaan mengalami penurunan konsumen.

Berdasarkan Latar Belakang Masalah tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai dunia pariwisata, khusus nya pemasaran di dunia pariwisata dan mengambil sample satu perusahaan yaitu CV. DIPO WARDANI SUKSES MANDIRI. Dan atas dasar tersebut Penulis memberi

judul Karya Ilmiah yaitu “**Analisis Kualitas Produk Paket Trip CV. DIPO WARDANI SUKSES MANDIRI menggunakan metode SWOT**”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan kondisi yang telah digambarkan pada bagian sebelumnya dan latar belakang telah diuraikan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi kualitas produk paket trip yang ditawarkan oleh CV. DIPO WARDANI SUKSES MANDIRI?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan adalah:

- a. Mengetahui seberapa besar kualitas produk paket trip CV. DIPO WARDANI SUKSES MANDIRI menggunakan metode SWOT.

2. Manfaat Penulisan

Dari observasi ini diharapkan dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi bagi Penulis, Universitas Negeri Jakarta (UNJ), khususnya Prodi DIII Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi (FE), dan pembaca secara umum.

- a. Bagi Penulis

- 1) Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengalaman dalam penerapan ilmu Manajemen Pemasaran khususnya mengenai bidang jasa pariwisata.

- 2) Mengembangkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan mencoba menemukan sesuatu yang baru yang belum pernah diperoleh dari pendidikan formal.

b. Bagi Fakultas

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah Universitas yang dibuat oleh mahasiswa dalam bidang ilmu pemasaran terutama tentang keterkaitan kualitas produk terhadap kepuasan konsumendan sebagai tambahan referensi di perpustakaan serta untuk dapat mengetahui kemampuan mahasiswa di dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan juga bisa menambah bahan informasi dan referensi penulis lain yang akan menyusun Karya Ilmiah atau sebagai wacana.