

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini banyak bermunculan perusahaan-perusahaan besar maupun kecil. Keadaan ini akan mengakibatkan adanya persaingan yang semakin ketat antara perusahaan-perusahaan tersebut dalam memperebutkan posisi pasarnya. Untuk menghadapi itu, berbagai cara akan ditempuh oleh perusahaan agar produknya lebih disukai oleh konsumen.

Perkembangan pariwisata di dunia telah ada sejak adanya perjalanan dari suatu tempat, ke tempat lain dengan memanfaatkan berbagai transportasi untuk menikmati perjalanan. Dalam era globalisasi, transportasi di Indonesia memegang peranan yang penting sebagai sarana untuk menunjang kegiatan seluruh sektor pembangunan negara. Seiring dengan perkembangan zaman, sarana transportasi udara dituntut untuk dapat menyediakan fasilitas yang nyaman, memadai dan cepat bagi para konsumen untuk melakukan perjalanan mereka. Industri pariwisata di Indonesia telah tumbuh dan semakin berkembang. Industri pariwisata merupakan salah satu sektorekonomiyang penting untuk dapat menunjang kemajuan suatu negara.

Dalam dunia bisnis terdapat banyak perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa diantaranya *travel agent*. *Tour* dan *travel* merupakan bagian dari *travel agent* yang sering dimanfaatkan oleh masyarakat untuk melakukan perjalanan dinas maupun perjalanan wisata. Bisnis *tour* dan *travel* ini tidak

bersifat musiman, namun merupakan bisnis tetap yang dibutuhkan masyarakat. Peluang bisnis *tour* dan *travel* memiliki peluang yang sangat menjanjikan bagi para *entrepreneur*. Meskipun saat ini persaingan semakin meningkat, tetapi potensi pasar yang besar membuat peluang usaha *tour* dan *travel* layak untuk dijalankan.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia khususnya di Kota Medan, PT. Transkuala Travel Medan, hadir untuk memberikan penawaran-penawaran produk yaitu tiket pesawat dan paket *tour*. Perusahaan menawarkan inovasi produk dengan membuat paket *tour* baik di dalam maupun luar negeri agar dapat membantu dan mempermudah masyarakat untuk berwisata. Oleh karena itu, usaha ini dapat menjadi salah satu peluang bisnis yang dapat menghasilkan serta untuk meningkatkan keuntungan dan tentunya dapat mengembangkan usaha PT. Transkuala Travel Medan menjadi lebih baik dan dapat membuat kepuasan bagi pelanggan dan wisatawan.

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha perusahaan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran tiket *tour* domestik maupun luar negeri maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi penawaran harga dan kenyamanan destinasi, di mana dalam penerapan strategi tersebut perusahaan berusaha untuk menetapkan harga yang mampu bersaing,

sehingga dapat meningkatkan konsistensi pembelian konsumen terhadap penjualan tiket dapat terus meningkat.

Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga merupakan salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran. Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal.

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa

diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah pada tindakan anarkis atau kekerasan yang melanggar norma hukum.

Banyak masyarakat menganggap bahwa harga sebagai kunci kegiatan dari sistem perdagangan bebas, harga pasar sebuah produk mempengaruhi upah, sewa, bunga, dan laba, artinya harga sebuah produk mempengaruhi biaya faktor-faktor produksi tenaga kerja, tanah, modal dan kewiraswastaan. Jadi harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Upah kerja yang tinggi memikat tenaga kerja, tingkat bunga yang tinggi menarik modal dan seterusnya. Dalam peranannya sebagai diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh beberapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan).

Mengingat tingkat persaingan terus meningkat, maka pihak perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan termasuk peningkatan pelayanan, untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggannya atau calon pelanggan lain. Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang sangat strategis terhadap peningkatan pembelian konsumen. Selain harga, maka variabel yang paling berpengaruh terhadap peningkatan pembelian konsumen adalah kenyamanan. Artinya perusahaan tersebut harus memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan keinginan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah terpenuhi, dan sesuai dengan keinginan konsumen maka akan menjadi suatu usaha yang berhasil karena perusahaan telah memiliki keunggulan dalam bersaing.

Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. Dengan demikian, orang tidak dapat dapat menyimpulkan secara langsung hanya dengan melihat atau observasi bahwa orang lain itu merasa nyaman atau tidak. Di mana kenyamanan suatu kondisi perasaan seseorang yang merasa nyaman berdasarkan persepsi masing-masing individu. Sedangkan nyaman merupakan suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual akibat beberapa faktor kondisi lingkungan.

Berkaitan dengan pentingnya masalah harga dan kenyamanan, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan PT. Transkuala Travel Medan, yakni sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan tiket, dimana dalam upaya untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan jasa travel lainnya, serta untuk lebih meningkatkan penjualan tiket, maka perusahaan perlu melakukan evaluasi mengenai penawaran harga dan kenyamanan destinasi dalam *tour* domestik maupun luar negeri yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh Penawaran Harga dan Kenyamanan Destinasi dalam Tour Domestik Maupun Luar Negeri Terhadap Konsistensi Pembelian Konsumen Pada PT. Transkuala Travel Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah berkenaan dengan penelitian ini:

1. Penawaran harga yang diterapkan PT. Transkuala Travel Medan belum mampu untuk meningkatkan konsistensi pembelian konsumen.

2. Kenyamanan destinasi dalam *tour* domestik maupun luar negeri yang diberikan PT. Transkuala Travel Medan kepada konsumen belum dapat untuk membuat konsumen konsisten dalam pembelian tiket.
3. Konsistensi pembelian konsumen terhadap produk jasa yang ditawarkan PT. Transkuala Travel Medan belum berjalan dengan lancar untuk meningkatkan omset penjualan.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan baik dan terarah, sesuai dengan latar belakang, maka menjadi batasan masalah adalah: “penawaran harga dan kenyamanan destinasi dalam *tour* domestik maupun luar negeri terhadap konsistensi pembelian konsumen pada PT. Transkuala Travel Medan”.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh penawaran harga terhadap konsistensi pembelian konsumen pada PT. Transkuala Travel Medan?
2. Bagaimanakah pengaruh kenyamanan destinasi dalam *tour* domestik maupun luar negeri terhadap konsistensi pembelian konsumen pada PT. Transkuala Travel Medan?
3. Bagaimanakah pengaruh penawaran harga dan kenyamanan destinasi dalam *tour* domestik maupun luar negeri terhadap konsistensi pembelian konsumen pada PT. Transkuala Travel Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh penawaran harga terhadap konsistensi pembelian konsumen pada PT. Transkuala Travel Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan destinasi dalam *tour* domestik maupun luar negeri terhadap konsistensi pembelian konsumen pada PT. Transkuala Travel Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh penawaran harga dan kenyamanan destinasi dalam *tour* domestik maupun luar negeri terhadap konsistensi pembelian konsumen pada PT. Transkuala Travel Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan ada manfaat yang dapat diambil baik bagi perusahaan, diri peneliti sendiri maupun bagi masyarakat pada umumnya, yaitu:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui pengaruh penawaran harga dan kenyamanan destinasi dalam *tour* domestik maupun luar negeri terhadap konsistensi pembelian konsumen pada PT. Transkuala Travel Medan.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pembelajaran tentang penawaran harga, kenyamanan destinasi dalam *tour* domestik maupun

luar negeri terhadap konsistensi pembelian konsumen pada PT. Transkuala Travel Medan. Selain itu, dapat dijadikan pengetahuan pada saat berada di dunia kerja nantinya.

3. Bagi pembaca

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai pembelajaran dan referensi terutama pada topik-topik tentang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan penawaran harga, kenyamanan dan konsistensi pembelian konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis maupun civitas akademika lainnya dalam rangka untuk mengembangkan ilmu pengetahuan untuk perkembangan dan kemajuan dalam dunia pendidikan.

