

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan sektor yang menguntungkan jika ditinjau dari berbagai aspek. Sektor pariwisata juga membuka peluang usaha jasa pariwisata, baik langsung maupun tidak langsung, serta membuka banyak peluang kerja. Pembangunan ekonomi daerah merupakan serangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintahan daerah bersama – sama dengan masyarakatnya dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dalam rangka kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan pemberlakuan sistem otonomi daerah ( desentralisasi ) maka pemerintah daerah dituntut agar lebih kreatif dan bijak dalam upaya memacu pertumbuhan dan pembangunan ekonomi daerahnya. Untuk itu perlu diketahui sektor – sektor apa sajakah yang berpotensi untuk dikembangkan agar pertumbuhan wilayah dapat meningkat secara signifikan. Apalagi dengan ditunjangnya budaya dan berbagai keberagaman di Indonesia, hal ini dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang di gunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi Bangsa dan Negara.

Pengertian pariwisata berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia atau dapat disingkat dengan KBBI menjelaskan bahwasannya pariwisata merupakan suatu kegiatan yang selalu berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Sedangkan menurut Ikke dan Teguh (2019) pariwisata adalah upaya

pemberdayaan masyarakat yang mana lebih diarahkan untuk memperkuat kemampuan pengambilan keputusan pariwisata dan kemampuan mengembangkan inisiatif kegiatan pariwisata yang kreatif.

Pengembangan Suatu tempat yang dijadikan daerah pariwisata diharapkan menjadi sumber dan potensi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain sehingga lapangan pekerjaan, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara, serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pembangunan berbagai potensi kepariwisataan nasional, dengan tetap memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi serta mutu lingkungan hidup.

Kunjungan Wisatawan Indonesia dilaporkan sebesar 538,315 Orang pada 2022-09. Rekor ini naik dibanding sebelumnya yaitu 510,246 Orang untuk 2022-08. Data Kunjungan Wisatawan Indonesia diperbarui bulanan, dengan rata-rata 383,693 Orang dari 1979-01 sampai 2022-09, dengan 525 observasi. Dari data ini kita dapat menyimpulkan bahwa pariwisata saat ini sangat menguntungkan dan diharapkan dapat meningkatkan perekonomian daerah. Apalagi saat ini banyak tempat kunjungan wisata domestik yang dikembangkan oleh pihak swasta maupun pemerintah daerah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), perusahaan objek daya tarik wisata komersial di Indonesia berjumlah 2.552 perusahaan pada 2020. Berdasarkan pengelolanya, sebanyak 1.865 objek wisata dikelola oleh swasta. Sementara itu, sebanyak 556 objek wisata dikelola oleh Pemerintah daerah. Adapun, sebanyak 72 objek wisata

dikelola oleh Otorita dan sebanyak 59 objek wisata dikelola oleh Pemerintah pusat.

Sebagian besar wisatawan menggunakan jasa transportasi umum yang berukuran relative besar saat mengunjungi sebuah tempat wisata. Rata rata wisatawan menggunakan jasa transportasi bus dikarenakan kendaraan ini dapat menampung banyak penumpang. Saat ini, bus di Indonesia dibagi ke dalam berbagai kategori, berdasarkan ukuran, kelas, jenis, dan jarak. Ada tiga jenis bus berdasarkan ukuran, bus besar, bus sedang, dan bus kecil. Bus terbagi berdasarkan jumlah seat mulai dari micro 15-20 seat ,medium bus 25- 35 seat dan big bus 40 – 59 seat. Sedangkan berdasarkan kelas ada kelas ekonomi, bisnis RS, bisnis AC, executive, dan super executive.

Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Transportasi sendiri dibagi 3 yaitu, transportasi darat, laut, dan udara. Sedangkan menurut Aziz dan Azruli (2014:1) dalam buku “Pengantar System dan Perencanaan Transportasi” transportasi merupakan kebutuhan kedua atau kebutuhan turunan dari kebutuhan ekonomi masyarakat. Dengan kita melihat perkembangan kendaraan saat ini semua orang sudah banyak yang memiliki kendaraan pribadi masing masing.

Menyadari hal tersebut, banyak produsen transportasi umum berupaya meningkatkan fasilitas atau fitur untuk kenyamanan penumpang. Bicara soal kenyamanan, bangku bus yang ada saat ini makin banyak jenisnya. Pertama seperti leg rest dengan ukuran yang besar, belum lagi ada yang dibuat bisa

dilipat, sehingga ketika dibuka, kaki tertopang dengan baik. Selain bangku yang semakin nyaman, beberapa bus juga menawarkan bangku sleeper. Bedanya dengan bangku biasa, sleeper seat bisa direbahkan sampai 150 derajat dan sandaran kaki yang Panjang, untuk memberi kenyamanan penumpang selama perjalanan wisata.

Biasanya wisatawan banyak menggunakan jasa agent travel untuk berpergian, hal ini dikarenakan dengan menggunakan jasa travel kita bisa mendapat berbagai macam layanan wisata seperti : transportasi, tiket, hotel, villa, tour guide, dan dokumentasi. Dengan berbagai layanan tersebut kita bisa menjadi lebih nyaman saat melakukan perjalanan tanpa perlu repot mengurus perlengkapan yang diperlukan. Biasanya orang yang menggunakan jasa travel ini ingin menghilangkan rasa lelah setelah melakukan berbagai macam aktivitas seperti sekolah, bekerja, maupun kegiatan yang lainnya.

Kata “travel” dalam bahasa Inggris biasanya bisa diartikan sebagai “berpergian”. Itu sebabnya, saat kamu jalan-jalan ke berbagai tempat dalam jarak yang cukup jauh, kamu bisa disebut sedang travelling. Kata ini sebenarnya tidak berbeda jauh maknanya dengan kata “trip”. Sedangkan Agen perjalanan adalah terjemahan dari suatu istilah dalam bahasa Inggris yaitu travel agency yang berarti suatu perusahaan keagenan yang kegiatannya menitik beratkan pada bisnis perjalanan. Jadi dapat disimpulkan travel adalah kegiatan berpergian yang dilakukan perorangan atau kelompok keberbagai tempat yang ada didomestik maupun mancanegara.

Untuk saat ini ada 60 jasa agent travel yang ada dilamongan dan salah satunya adalah CV. Saktian Putra Travelindo yang berada didaerah Kepatihan

RT.08 RW.02, Desa Sukorejo Kec.Turi, Kab.Lamongan.62252. CV. Saktian Putra Travelindo adalah penyedia jasa layanan wisata yang menawarkan beberapa obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Bali, Lombok, Jakarta, Bandung, Jogja, Malang, Semarang, Banyuwangi, Karimun Jawa, Pulau Bawean dan sebagainya. Selain untuk pelajar, juga melayani paket KKL untuk Perguruan Tinggi, Kunjungan Kerja, maupun wisata pribadi.

Saat ini CV. Saktian Putra Travelindo memasarkan jasanya melalui media sosial, karna lewat media sosial ini potensi wisata baru di Indonesia mayoritas berawal dan tren atau viral di media sosial. Terlebih lagi dengan media sosial, kamu bisa meluaskan jaringan bisnis menjadi tanpa batas. Bahkan, calon wisatawan lokal atau wisman pun bisa kamu raih. Tetapi media sosial juga memerlukan tampilan yang menarik dan kreatif untuk menarik minat pembeli karena kecenderungan masyarakat yang menyukai tampilan visual.

Dengan visi berusaha menjadi penyedia jasa layanan pariwisata yang terdepan dalam kualitas pelayanan dan misi Memberikan pelayanan dengan sepenuh jiwa dan raga dalam dunia pariwisata dan memberikan armada yang terbaik agar perjalanan wisata menjadi aman, nyaman dan berkesan dengan berbagai layanan wisata yang diberikan. Kebanyakan customer CV. Saktian Putra Travelindo berasal dari beberapa instansi, mulai dari sekolah dasar sampai tingkat universitas dan pekerja dinas. Customer tersebut tidak hanya berasal dari lamongan saja namun berasal dari berbagai daerah karena CV. Saktian Putra Travelindo memanfaatkan teknologi saat ini untuk memasarkan jasanya lewat media sosial seperti instragram dan youtube. Tidak hanya perjalanan dalam

negeri saja, tetapi CV. Saktian Putra Travelindo juga melakukan perjalanan keluar negeri seperti Malaysia dan Singapore.

Pada dasarnya kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi. Kepuasan konsumen menurut Kotler (2006), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibanding dengan harapan. Hal ini juga sejalan dengan visi dan misi CV. Saktian Putra Travelindo diatas yang selalu mengunggulkan kualitas pelayanan sehingga customer merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dengan memperhatikan kualitas pelayanan, baik dari segi pelayanan komunikasi melalui media sosial maupun komunikasi secara langsung, bukan hanya harga saja yang dipertimbangkan oleh konsumen, kualitas pelayanan juga diprioritaskan. Keramahan pelayanan yang diberikan juga point lebih dari customer sehingga dapat menggiring opini untuk tetap menggunakan jasa travel ini, dengan komunikasi yang dilakukan pemilik usaha yakni menjaga hubungan dengan konsumen untuk waktu yang cukup Panjang.

Kepercayaan artinya mengakui akan kejujuran dan kemampuan seseorang benar-benar dapat memenuhi harapan. Dengan demikian, kepercayaan adalah keyakinan pada seseorang untuk menduduki jabatan tertentu karena diakui dia memiliki kemampuan dan kejujuran memikul jabatan tersebut sehingga benar-benar dapat memenuhi harapan. Menurut Costabile dalam Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 6 No.2 (2004) kepercayaan konsumen atau consumer trust didefinisikan sebagai: Persepsi akan keterhandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau

lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan bahwa hanya ada satu kunci untuk membangun kepercayaan konsumen, yaitu pendekatan. Rasa percaya akan timbul jika pelaku usaha tidak pernah membuat kekecewaan pelanggan atas barang atau jasa yang diberikan. Seperti halnya pada usaha ini, dengan bukti ada banyak customer yang menjadi pelanggan tetap jasa CV. Saktian Putra Travelindo ini dengan kualitas pelayanan yang diberikan dijamin kenyamanannya, hal ini lah yang membuat customer menaruh kepercayaan, ini juga menjadi faktor penambah loyalitas pelanggan terhadap penjualan.

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Mowen dan Minor (1998) mendefinisikan loyalitas sebagai kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. loyalitas mengandung aspek kesukaan pelanggan pada suatu produk. setiap pelaku usaha memiliki strategi masing-masing untuk menjalankan usaha tanpa mengurangi kualitas dari barang yang dijual. Bukan hanya harga saja yang dipertimbangkan oleh konsumen, kualitas pelayanan juga diprioritaskan. CV. Saktian Putra Travelindo memberikan kenyamanan saat berhadapan dengan konsumen langsung maupun tidak langsung, serta perilaku karyawan saat melakukan pelayanan inilah yang menjadi faktor penting bagaimana loyalitas pengusaha travel dan customer dapat terjalin.

Sebelum munculnya pandemi Covid-19, CV. Saktian Putra Travelindo menjadi pilihan beberapa pihak untuk melakukan suatu perjalanan. Saat

pandemi berlangsung ini sangat berdampak pada bisnis pariwisata, dan mengalami penurunan yang sangat signifikan. CV. Saktian Putra Travelindo pun terkena imbasnya sampai harus fakum untuk setahun lamanya.

Jika suatu pengusaha selalu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan customer maka kemungkinan besar loyalitas antara customer dan pengusaha akan semakin meningkat atau semakin berkembang.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik meneliti bagaimana terjalinannya kepuasan dan kepercayaan sehingga terciptanya loyalitas pelanggan, dengan mengangkat judul **“PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM MEMILIH JASA CV. SAKTIAN PUTRA TRAVELINDO”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a. Apakah kepuasan dan kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan jasa CV. Saktian Putra Travelindo di Kecamatan Turi?
- b. Apakah kepuasan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan jasa CV. Saktian Putra Travelindo di Kecamatan Turi?
- c. Manakah diantara kepuasan dan kepercayaan yang berpengaruh secara dominan terhadap loyalitas pelanggan jasa CV. Saktian Putra Travelindo di Kecamatan Turi?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui kepercayaan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.



- b. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelayana dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantara lain:

##### **A. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kepuasan, kepercayaan dan loyalitas jasa CV. Saktian Putra Travelindo di Kecamatan Turi serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

##### **B. Manfaat Praktis**

###### **1. Bagi Penulis**

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat menerapkan pengalaman dan ilmu yang telah didapat dibangku perkuliahan ke dalam praktek, khususnya yang ada hubungannya dengan masalah penelitian tersebut.

###### **2. Bagi Akademisi**

Dapat memberikan tambahan informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan dalam bidang pemasaran, selain itu dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

### 3. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pemikiran atau sekedar informasi Bagi perusahaan dalam rangka memperbaiki reputasi jasa travel tersebut, serta dapat mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas.