

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Shelter Garut merupakan perusahaan layanan jasa *trip organizer*, yaitu dimana ketika pendakian gunung *Shelter* Garut yang akan mengatur semua peserta dan kegiatan dari mulai keberangkatan sampai peserta kembali pulang. *Shelter* Garut berada di Garut, tepatnya berada di kampung Cisondari desa Cigedug kecamatan Cigedug kabupaten Garut Jawa Barat. *Shelter* Garut memberikan pilihan layanan jasa kepada konsumennya, mereka menyediakan paket *open trip* dan *privat trip*, dimana *open trip* disediakan bagi yang mau bergabung dengan orang atau kelompok lain, sedangkan untuk *privat trip* kita hanya mendaki secara pribadi tanpa gabungan dengan yang lain. Setiap *open trip* waktu pendakiannya ditentukan oleh pihak *Shelter* Garut dan untuk *privat trip* disesuaikan dengan konsumen, dan untuk pendaftaran biasanya dibuka beberapa bulan sebelum hari pendakian yang sudah disesuaikan dengan jadwal pembukaan setiap gunung. Pada awalnya *owner* memiliki hobi bertualang terutama dalam kegiatan mendaki gunung, beliau sudah banyak menginjakkan kakinya di puncak-puncak gunung tinggi yang ada di Indonesia dan diminta oleh temannya untuk menjadi *guide* pada acara mendaki gunung Semeru. Semenjak itu beliau mulai menjadi *guide open trip* dan *privat trip* pada tahun 2015 sampai berkelanjutan. Akhirnya, pada tanggal 2 Desember 2017 beliau memutuskan untuk membuka usaha layanan jasa *trip organization* dengan *basecamp* inti yang berada di Garut.

Basecamp Shelter Garut adalah suatu tempat yang disediakan bagi para pendaki untuk berkumpul sebelum hari pendakian, *basecamp* ditata senyaman mungkin namun sederhana dan layak dijadikan tempat singgah. Terdapat ruangan tengah yang luas dengan alas karpet sehingga antar pendaki dapat berbaur, di ruangan tersebut banyak *sticker* dari berbagai komunitas pecinta alam dan berbagai *souvenir* setiap gunung di Indonesia yang tertempel di jendela, pintu, dan dinding ruangan. Selain itu terdapat empat toilet dan fasilitas kamar tidur khusus bagi pendaki wanita. *Shelter* Garut memiliki lima orang rekan kerja dengan tugas yang berbeda-beda dan belum termasuk mitra kerja. Mitra kerja *Shelter* Garut adalah dengan *porter-porter* lokal dan pemilik *basecamp-basecamp* yang berada di seluruh lembah gunung Indonesia

Kemudian peneliti menanyakan harga-harga dari semua layanan jasanya, hasilnya terdapat ragam harga yang ada pada layanan jasanya dimulai dari harga terendah sampai dengan harga tertinggi yang ada di perusahaannya seperti yang peneliti olah di bawah ini dengan tabel daftar harga yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Harga Shelter Garut

Destinasi Trip	Harga Open Trip	Harga Privat Trip
Gunung Semeru	Rp. 650.000,00/orang	Rp. 900.000,00/orang
Gunung Raung	Rp. 700.000,00/orang	Rp. 950.000,00/orang
Gunung Rinjani	Rp. 950.000,00/orang	Rp. 1.200.000,00/orang
Gunung Argopuro	Rp. 950.000,00/orang	Rp. 1.200.000,00/orang
Gunung Latimojong	Rp. 1.500.000,00/orang	Rp. 1.750.000,00/orang
Gunung Tambora	Rp. 1.500.000,00/orang	Rp. 1.750.000,00/orang

Sumber: Owner Shelter Garut (12 Desember, 2018)

1.1.2 Visi dan Misi Shelter Garut

Visi: Menjadi *trip organizer* terbaik di Indonesia.

Misi: Memenuhi kepuasan pelanggan dengan secara maksimal.

Sumber: Owner Shelter Garut (12 Desember, 2018)

1.1.3 Logo Perusahaan Shelter Garut



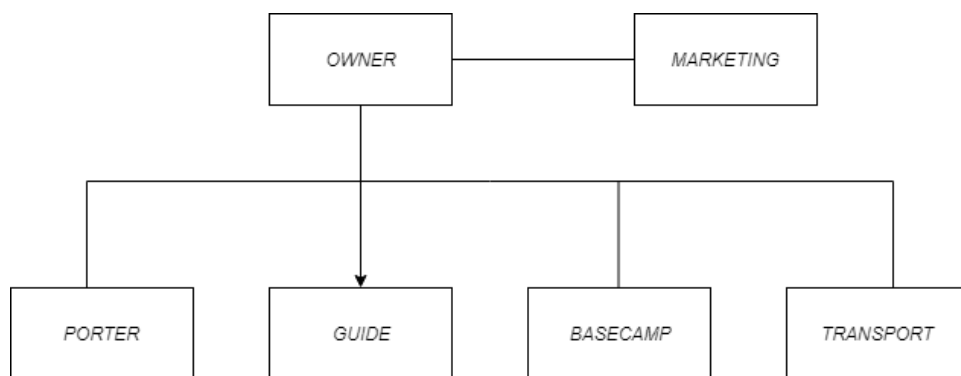
Gambar 1.1

Logo Perusahaan Shelter Garut

Sumber: Owner Shelter Garut (12 Desember, 2018)

Logo *Shelter* Garut memiliki banyak makna, salah satunya dapat ditinjau dari gambar paling atas, yaitu sebuah garis berwarna hitam yang berarti sebuah gunung rindang sehingga hutan menjadi gelap, kemudian tiga segitiga yang berwarna hijau berarti gunung yang lestari dipenuhi pohon-pohon. Pada gambar yang terakhir tulisan *Shelter* Garut adalah yang berperan untuk menjaga gunung-gunung agar tidak gundul dengan membuat *trip organizer* yang menjadikan pesertanya juga menjaga kelestarian gunung, dan membuat *trip* yang tidak mencemari gunung.

1.1.4 Struktur Organisasi *Shelter* Garut



Gambar 1.2
Struktur Organisasi *Shelter* Garut
Sumber: Owner Shelter Garut (12 Desember, 2018)

Gambar 1.2 menunjukkan *owner* berperan secara langsung menjadi *guide* dan menjadi orang yang melakukan pemasaran jasa *Shelter* Garut *Trip Organizer*. Kemudian di bawah *owner* terdapat *porter*, *guide*, *basecamp*, dan *transport*, yang didalamnya merupakan karyawan dan mitra perusahaan *Shelter* Garut *Trip Organizer*.

1.2 Latar Belakang Masalah

Pariwisata dewasa ini sudah menjadi *lifestyle*, masyarakat rela mengubah konsumsinya, mereka sekarang cenderung mengurangi belanja dan biaya hidupnya untuk berwisata. Pariwisata diyakini dapat memberikan kehidupan dan energi baru,

maka dari itu pariwisata mempunyai daya tahan terhadap krisis. Selain itu, di era digital dewasa ini pariwisata tumbuh dengan sangat pesat, informasi tentang destinasi dapat dengan mudah didapat melalui *gadget* seperti foto dan video di jejaring sosial. Kemudian wisatawan sudah dapat mengatur perjalanannya sendiri melalui *booking online* dan *digital service* lain. Hal ini mempermudah para wisatawan berkunjung ke suatu destinasi dan merambah kepada minat masyarakat untuk berwisata, (<https://nasional.sindonews.com>, diakses 17 Desember 2018).

Berikut ini adalah data dari Kementerian Pariwisata yang menunjukkan persentase peningkatan dan penurunan perkembangan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia dalam kurun satu tahun diantara tahun 2017 dan 2018.

Tabel 1.2
Perkembangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2017 dan 2018

Bulan	Total Wisman Tahun 2017	Total Wisman Tahun 2018	Pertumbuhan (%)
Januari	1.107.968	1.100.677	-0,66
Februari	1.023.388	1.201.001	17,36
Maret	1.059.777	1.363.339	28,64
April	1.171.386	1.300.277	11,00
Mei	1.148.588	1.242.588	8,18
Juni	1.144.001	1.318.094	15,22
Juli	1.370.591	1.540.549	12,40
Agustus	1.393.243	1.511.342	8,48
September	1.250.231	1.351.675	8,11
Januari- Sempember	10.669.173	11.929.542	11,81

Sumber: Diolah Oleh Peneliti dari <https://www.bps.go.id> (17 Desember, 2018)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa wisatawan mancanegara setiap bulan nya mengalami peningkatan jumlah ke Indonesia, kecuali pada bulan Januari mengalami penurunan 0,66%. Untuk keseluruhan dari tahun 2017-2018 mengalami peningkatan sebesar 11,81%.

Tabel 1.3
Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Indonesia Tahun 2015 & 2016

Tahun	2015	2016	Pertumbuhan
Jumlah Wisnus	256.000.000	264.000.000	3,12%

Sumber: Diolah Oleh Peneliti dari <https://www.bps.go.id> (17 Desember, 2018)

Tabel 1.3 merupakan data dari Badan Pusat Statistik yang menunjukkan jumlah wisatawan nusantara di Indonesia pada tahun 2015 dan 2016, jumlah kunjungan wisatawan nusantara di wilayah Indonesia mengalami peningkatan sekitar 3,12% atau sama dengan 8.000.000 orang pada tahun 2016.

Dari tahun ke tahun jumlah wisatawan pariwisata terus mengalami peningkatan yang signifikan di Indonesia, maka potensi kebutuhan jasa Agen *Tour Organizer* dan *Travel Organizer* untuk melayani wisatawan dalam memberikan jasanya menjadi lebih tinggi. Hal ini akan menjadi keuntungan bagi Indonesia baik tingkat lokal, nasional, dan internasional.

Shelter Garut merupakan perusahaan layanan jasa *trip organizer*, yaitu dimana ketika pendakian gunung *Shelter* Garut yang akan mengatur semua peserta dan kegiatan dari mulai keberangkatan sampai peserta kembali pulang. *Shelter* Garut didirikan pada tanggal 2 Desember 2017 dengan *basecamp* inti yang berada di Garut, tepatnya berada di kampung Cisondari desa Cigedug kecamatan Cigedug kabupaten Garut Jawa Barat. Perusahaan ini tergolong pada kategori perusahaan yang baru dan masih harus dikembangkan lagi dalam memberikan pelayanan jasa terbaik kepada konsumen. Karena itu, pada saat ini *Shelter* Garut *Trip Organizer* masih banyak mendapatkan konsumen yang menyampaikan komplain akan pelayanan jasanya.

Berdasarkan hasil wawancara kepada *owner*, beliau mengatakan bahwa masih banyak konsumen yang menyampaikan komplain karena kualitas jasa yang diberikan *Shelter* Garut *Trip Organizer* masih belum sepenuhnya baik. Yang pertama mengenai makanan, beliau menyimpulkan bahwa makanan yang disediakan oleh *Shelter* Garut asal-asalan dan tidak enak, hal ini berkaitan dengan teori kualitas jasa menurut Tjiptono (2016:137) pada dimensi Keandalan. Kemudian nasi masih mentah, porsinya sedikit, makanan tidak ada rasanya, hal ini berkaitan dengan dimensi Berwujud. Yang kedua mengenai *porter* yang dilibatkan, beliau menyimpulkan bahwa *porter* memasang tenda dengan asal-asalan dan pemilihan posisi tenda asal, hal ini berkaitan

dengan dimensi Jaminan. Yang ketiga beliau menyimpulkan bahwa *tour guide* yang diberikan *Shelter Garut Trip Organizer* jumlahnya sedikit, dikarenakan jalur pendakian yang panjang *tour guide* dan peserta ada beberapa yang terpisah saat pendakian, sehingga *tour guide* membutuhkan waktu yang lama untuk merespon peserta yang meminta bantuan, hal ini berkaitan dengan dimensi Daya Tanggap.

Berdasarkan hasil wawancara kepada *owner trip organizer Shelter Garut*, beliau mengatakan banyak mendapatkan komplain dari konsumen nya mengenai harga, perusahaan belum mempunyai standar penetapan harga sehingga setiap calon peserta mendapat harga yang berbeda-beda. Kemudian ada sebagian peserta yang memposting keluhannya pada Instagram mereka ketika peserta tidak mendapat potongan harga.



Gambar 1.3

Keluhan Peserta *Shelter Garut* yang Diposting Pada Akun Instagram

Sumber: (<https://www.instagram.com>, diakses 6 Januari 2019)

Berdasarkan masalah pada kualitas jasa dan harga yang telah dipaparkan sebelumnya, hal ini akan berpotensi menurunkan jumlah konsumen perusahaan, karena secara teori menurut Kotler & Keller (2016:187) menyatakan stimulus konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terdiri dari produk, jasa, harga, distribusi, dan komunikator.

Berdasarkan hasil penelitian Lubis (2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif diantara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Kekuatan hubungan ketiga variabel adalah sangat kuat. Kemudian berdasarkan hasil penelitian Nasution & Lesmana (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Lalu terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kemudian berdasarkan

hasil penelitian Lubis (2017) menyatakan variabel kualitas layanan dan variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan variabel harga memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Jasa dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Shelter Garut Trip Organizer*”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang peneliti yang telah diuraikan sebelumnya, maka dari itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas jasa pada *Shelter Garut Trip Organizer*?
2. Bagaimana Harga pada *Shelter Garut Trip Organizer*?
3. Bagaimana Keputusan Pembelian konsumen *Shelter Garut Trip Organizer*?
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas jasa dan Harga secara simultan terhadap keputusan pembelian jasa *Shelter Garut Trip Organizer*?
5. Seberapa besar pengaruh Kualitas jasa dan Harga secara parsial terhadap keputusan pembelian jasa *Shelter Garut Trip Organizer*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Kualitas jasa pada jasa *Shelter Garut Trip Organizer*.
2. Harga pada jasa *Shelter Garut Trip Organizer*.
3. Keputusan Pembelian jasa *Shelter Garut Trip Organizer*.
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas jasa dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian jasa *Shelter Garut Trip Organizer*.
5. Seberapa besar pengaruh Kualitas jasa dan Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian jasa *Shelter Garut Trip Organizer*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Harapan dari hasil penelitian ini dapat berguna sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Harapan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen

pemasaran terkait dengan kualitas jasa dan Harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

a. Bagi Perusahaan

Harapan dari hasil penelitian ini dapat menjadi ilmu masukan dalam mengembangkan perusahaan terutama yang berhubungan dengan kualitas jasa dan Harga terhadap keputusan pembelian konsumen agar dapat menjadi perusahaan yang efektif dalam memberikan pelayanan jasanya.

b. Bagi Peneliti Lainnya

Harapan dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai ilmu referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang kualitas jasa dan Harga terhadap keputusan pembelian konsumen.