

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil Perusahaan

Nuansa Tour and Travel adalah sebuah Brand Perusahaan CV. Cemerlang Mandiri yang didirikan pada bulan Agustus 2013. Nuansa Tour and Travel adalah sebuah biro perjalanan dan wisata yang menyediakan paket tour dan sewa mobil di Bandung. Nuansa Tour and Travel menawarkan berbagai layanan yang dapat membantu wisatawan dalam menjelajahi kota Bandung.

Nuansa Tour and Travel juga terdaftar di ASPPI (Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia), ASTINDO (Asosiasi Travel Agent Indonesia) dan ASATI (Asociation of Sales Travel Indonesia) DPD Jawa Barat, yang menunjukkan bahwa mereka adalah anggota asosiasi biro perjalanan dan wisata yang terpercaya.

1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi perusahaan:

1. Menuju masa depan dan disesuaikan dengan perkembangan serta tuntutan di berbagai kehidupan.
2. Menjadi perusahaan tour and travel terpercaya di kota Bandung.

Misi perusahaan

Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen:

1. Membangun fundamental dan sinergi yang kuat dalam perusahaan kami.
2. Memperluas jaringan ke seluruh Indonesia hingga seluruh dunia dengan menjalin hubungan yang erat pada setiap entitas yang terkait.
3. Menghadirkan nilai lebih pada perusahaan kami, rasa tanggung jawab, konsisten dan melayani dengan hati.
4. Menjadi perusahaan travel yang terkenal dan menjaga nama baik perusahaan pada setiap layanan yang kami berikan.

5. Menghadirkan sesuatu yang berbeda dengan inovasi dan kreatifitas yang kami berikan.
6. Memahami dan menyadari akan segala kebutuhan yang berbeda pada setiap pelanggan.

1.1.3. Logo dan Makna Logo



GAMBAR 1.1

Logo Nuansa Tour and Travel

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2023

Makna Logo

Nuansa Tour and Travel memiliki wajah dan identitas tersendiri tercermin dalam logo, huruf N pada tulisan “NUANSA” merupakan bentuk sketsa burung dara yang bermakna perjalanan dan pelayanan, sedangkan bentuk garis pada huruf N adalah cerminan sifat dinamis sebuah perjalanan wisata dengan penuh keceriaan.

Warna biru dari logo “NUANSA” kepercayaan serta kenyamanan dan warna cokelat melambangkan profesionalisme, adventure juga kekuatan.

Dengan identitas tersebut memberikan dasar bahwa pelayanan Nuansa Tour and Travel mengutamakan kepuasan pada konsumen sesuai tagline yaitu “Satisfaction is Our Priority”.

1.1.4. Produk/ layanan

Produk dan layanan yang ditawarkan oleh Nuansa Tour and Travel:

Tiket penerbangan domestik atau internasional dan tiket kereta api

1. Nuansa tour melayani penjualan tiket pesawat dengan semua maskapai dan rute penerbangan seluruh dunia.
2. Melayani penjualan tiket Kereta Api Indonesia.

Reservasi Hotel, Bus dan Sewa Hotel

Reservasi mencakup penjualan kamar hotel seluruh Indonesia serta penyewaan transport bus dan mobil.

Paket tour domestik dan internasional

1. Paket tour domestik seperti: Bandung, Bali, Lombok, Yogyakarta, Medan, dll.
2. Paket tour internasional seperti: Bangkok, Singapore, Malaysia, Eropa, dll.

MICE

Penyelenggara paket MICE seperti rapat tahunan, event, dan pameran ataupun seminar.

Umroh

Menjembatani ibadah umat muslim dengan penyelenggaraan umrah di Indonesia.

Dokumen Perjalanan

Pembuatan passport dan pengajuan visa dan dokumen perjalanan.

Asuransi Perjalanan

Pengajuan asuransi konsumen untuk perlindungan selama perjalanan.

Konsultan Perjalanan Wisata

Pemberian travel tips, guide dalam perjalanan wisata dan lainnya.

1.2 Latar Belakang

Industri pariwisata dan travel di Indonesia telah mengalami pertumbuhan, yang didorong oleh promosi pemerintah, keindahan alam, dan budaya. Pariwisata memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, seperti penciptaan lapangan kerja, meningkatnya pendapatan, perdagangan asing, promosi budaya dan warisan (Adellia Putri Rachmasari, 2022).

| Jenis Wisatawan | Perkiraan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Berdasarkan Pintu Masuk Kota Bandung (Jiwa) | | |
|-----------------------|--|-----------|-----------|
| | 2019 | 2020 | 2021 |
| Wisatawan Mancanegara | 252.842 | 30.210 | 37.417 |
| Wisatawan Domestik | 8.175.221 | 3.214.390 | 3.704.263 |
| Jumlah | 8.428.063 | 3.244.600 | 3.741.680 |

GAMBAR 1.2

Data Perkiraan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung

Sumber: bandungkota.bps.go.id, 2023

Pada gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa Kota Bandung mengalami peningkatan kunjungan baik dari wisatawan domestik maupun mancanegara. Hingga akhir 2022, peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengunjung Bandung telah menarik 6.550.563 turis, dengan 6.548,815 turis domestik dan 1.748 turis asing. Dari hasil survei yang telah dilakukan oleh Ripaldi, dalam beberapa tahun terakhir ini Bandung mengalami pertumbuhan pesat dalam sektor pariwisata, dengan munculnya berbagai atraksi wisata baru, akomodasi, hingga fasilitas penunjang lainnya. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, industri pariwisata juga menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan kompetitornya. Setiap penyedia jasa pariwisata berlomba untuk menarik perhatian konsumen dengan berbagai penawaran dan promosi. (Ripaldi, 2023)

Dalam upaya untuk menarik perhatian konsumen, Nuansa Tour and Travel Bandung perlu menilai sejauh mana efektivitas strategi pemasaran mereka dalam mencapai tujuan dengan sasaran pasar yang telah ditetapkan. Menurut Kotler (2017), strategi pemasaran merupakan pola pikir yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, bisa mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran (*marketing mix*), dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran. Tujuan perusahaan membuat strategi pemasaran adalah untuk membentuk hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama, seperti pelanggan, pemasok, dan distributor. Hal ini dilakukan dengan maksud untuk memperoleh serta menjaga referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang (Philip, 2007). Setiap perusahaan, terutama yang baru, akan berusaha meraih pangsa pasar dengan menawarkan paket dan insentif yang menarik. Seperti menurunkan harga atau memberikan penawaran khusus. Penurunan harga atau penawaran khusus ini mungkin tampak menarik bagi konsumen, namun bagi bisnis, hal ini berarti dapat keuntungan yang lebih rendah, dan di sisi lain, mereka harus bersaing

dalam harga dengan pesaing lainnya. Namun, dengan kemudahan akses informasi dan ulasan online, konsumen kini semakin cerdas dalam memilih paket tour yang sesuai dengan keinginan dan budget mereka. Mereka mencari nilai tambah, pengalaman autentik, dan layanan yang memuaskan. (Fitri Nurul Azmi, 2021).

Salah satu strategi pemasaran yang dapat meningkatkan minat beli adalah bauran pemasaran jasa. Menurut Fandy Tjiptono (2011:39), bauran pemasaran jasa adalah seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:47) menyatakan bahwa bauran pemasaran jasa terdiri dari tujuh elemen. Ketujuh komponen tersebut disebut sebagai 7P: *Price, Place, Product, People, Process, Promotion, dan Physical Evidence*. Setelah melakukan observasi terdapat elemen 7P dari Nuansa Tour and Travel Bandung dengan hasil berikut:

1. *Product*

Produk yang ditawarkan Nuansa Tour and Travel yaitu paket wisata seperti liburan 4 hari 3 malam, 3 hari 2 malam, 2 hari 1 malam di Bandung, dan paket sewa mobil seperti sewa Innova, Hiace, Avanza di Bandung.





GAMBAR 1.3

Produk Nuansa Tour and Travel

Sumber: nuansatoursbandung.com, 2023

2. *Price*

Harga yang ditawarkan oleh Nuansa Tour and Travel bervariasi tergantung dari jenis produk. Seperti paket wisata liburan 2 hari 1 malam di Bandung seharga Rp. 1.075.000 dan sewa mobil Avanza seharga Rp. 800.000/hari.



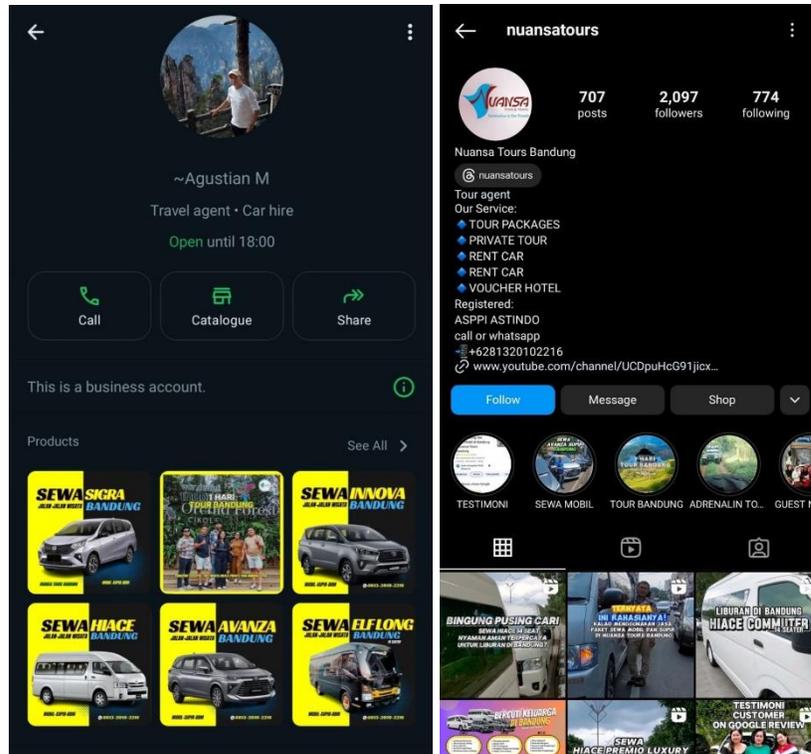
GAMBAR 1.4

Harga produk Nuansa Tour and Travel

Sumber: nuansatoursbandung.com, 2023

3. *Place*

Nuansa Tour and Travel Bandung tidak memiliki reservasi langsung di tempat perusahaan. Karena Nuansa Tour and Travel mengutamakan dan mendorong konsumen untuk melakukan reservasi melalui media sosial Whatsaspp atau Instagram.



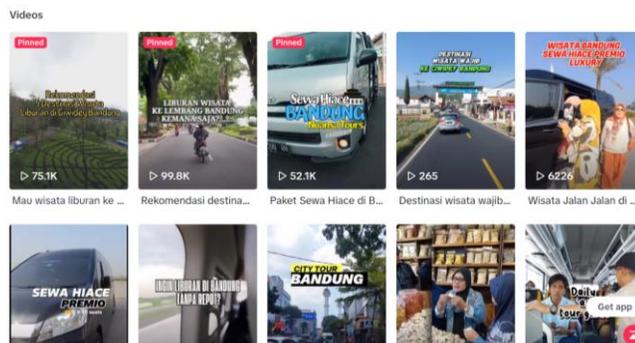
GAMBAR 1.5

Media Sosial Nuansa Tour and Travel

Sumber: <https://wa.me/6281320102216> , Instagram: @nuansatours, 2023

4. *Promotion*

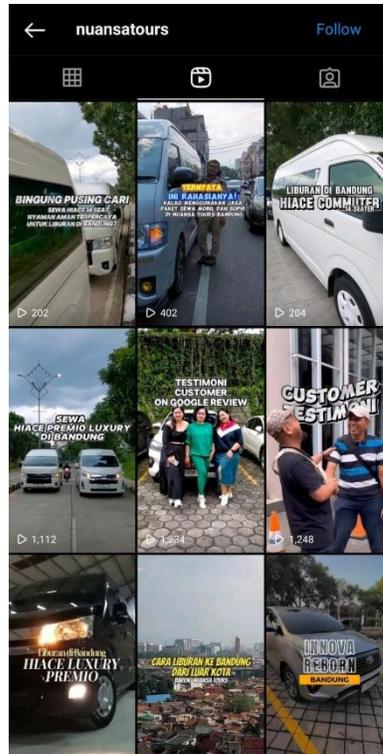
Salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh Nuansa Tour and Travel adalah menggunakan media sosial seperti Tiktok dan Instagram.



GAMBAR 1.6

Promosi produk Nuansa Tour and Travel

Sumber: Tiktok: @nuansatoursbandung, 2023



GAMBAR 1.7

Promosi produk Nuansa Tour and Travel

Sumber: Instagram: @nuansatours, 2023

5. *People*

Nuansa Tour and Travel Bandung hanya dijalankan oleh satu orang, yaitu ownernya sendiri. Hal ini berarti bahwa interaksi antara pelanggan dengan pemilik perusahaan menjadi sangat penting dalam membentuk citra dan kepercayaan terhadap layanan yang diberikan. Dengan hanya ada satu orang yang mengelola perusahaan, pelanggan cenderung memiliki hubungan yang lebih langsung dan personal dengan owner. Namun, di sisi lain, keterbatasan sumber daya manusia ini juga dapat menjadi tantangan bagi perusahaan dalam memastikan konsistensi pelayanan dan kehandalan operasional, terutama dalam menghadapi lonjakan permintaan atau situasi darurat. Dengan demikian, walaupun hanya dijalankan oleh satu orang, manajemen interaksi dengan pelanggan tetap menjadi faktor kunci dalam kesuksesan Nuansa Tour and Travel Bandung dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan mereka.

6. *Process*

Proses pemesanan atau pemberian informasi di Nuansa Tour and Travel dilakukan melalui nomor telepon yang tertera di media sosial. Nuansa Tour and Travel menyediakan layanan bantuan dan informasi yang lengkap melalui panggilan telepon, memastikan bahwa pelanggan dapat dengan mudah menghubungi untuk mendapatkan detail paket wisata, harga, dan persyaratan pemesanan.

7. *Physical Evidence*

Bukti fisik pada Nuansa Tour and Travel ini adalah kendaraan transportasi yang digunakan dalam paket wisata. Sopir atau pemandu wisata yang menggunakan seragam yang bersih dan rapi dapat menciptakan kesan profesionalisme dan kepercayaan. Selain itu, terdapat review produk jasa yang telah digunakan oleh konsumen seperti unit mobil yang digunakan nyaman dan sopir ramah.



GAMBAR 1.8

Aspek Fisik produk Nuansa Tour and Travel

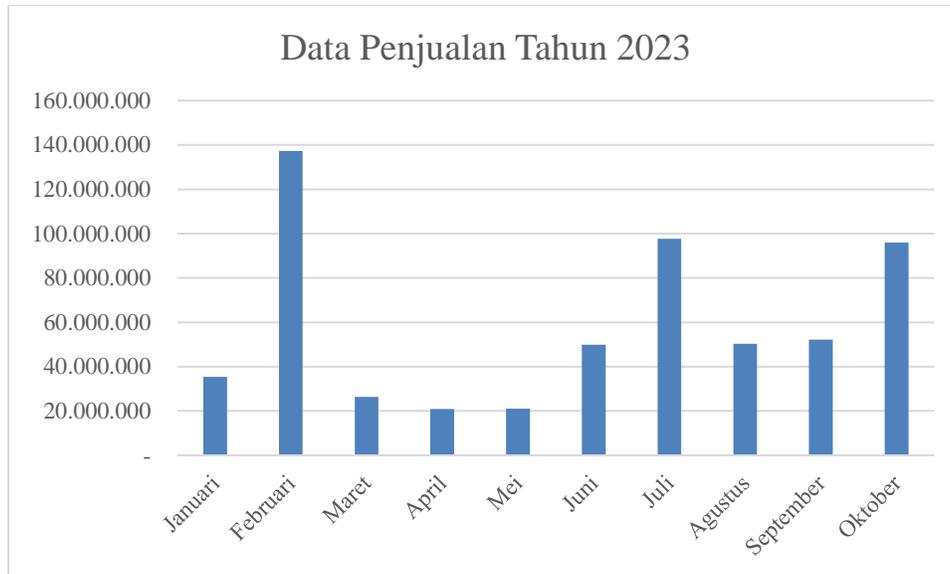
Sumber: nuansatoursbandung.com, 2023



GAMBAR 1.9

Review produk jasa Nuansa Tour and Travel

Sumber: nuansatoursbandung.com, 2023



GAMBAR 1.10

Data Penjualan Nuansa Tour and Travel Tahun 2023

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2023

Pada gambar 1.10 diatas merupakan tingkat penjualan pada Nuansa Tour and Travel pada tahun 2023 dari bulan Januari hingga Oktober. Dapat dilihat bahwa grafik diatas mengalami kenaikan dan penurunan yang signifikan. Data menunjukkan bahwa pada awal tahun 2023, terutama dari Januari hingga April, terjadi kenaikan dan penurunan yang sangat signifikan dalam penjualan. Pada bulan Februari mengalami kenaikan sangat pesat karena terdapat banyak pemesanan paket grup sedangkan Maret hingga Mei hanya pemesanan sewa mobil saja. Pada bulan Agustus hingga Oktober, terlihat adanya peningkatan bertahap dalam penjualan. Sehingga dari data di atas memerlukan analisis lebih lanjut untuk memahami penyebab naik turunnya penjualan, seperti perubahan dalam strategi pemasaran atau persaingan yang meningkat. Ini bisa menjadi petunjuk adanya masalah atau tantangan dalam minat beli pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan secara langsung dengan pemilik Nuansa Tour and Travel, mengatakan bahwa Nuansa Tour and Travel menghadapi sejumlah permasalahan dalam menjalankan bisnis pariwisata yaitu seperti persaingan ketat dengan kompetitor yang berdampak pada penetapan harga dan keuntungan perusahaan sehingga menimbulkan tantangan terkait ketersediaan dan harga yang tinggi. Selain itu, perkembangan pemasaran digital menuntut Nuansa Tour and Travel untuk terus mengikuti perkembangan media sosial guna merancang

strategi pemasaran yang relevan. Kondisi ini menimbulkan permasalahan yang perlu diamati secara mendalam.

Sebagai salah satu penyedia layanan tour di Bandung, "Nuansa Tour and Travel" ini menghadapi persaingan ketat dan tantangan dalam menarik perhatian konsumen. Dengan melakukan analisis mendalam terhadap elemen-elemen bauran pemasaran jasa, seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik, pada Nuansa Tour and Travel Bandung menjadi krusial untuk memahami cara perusahaan menghadapi perubahan dinamika pasar. Dalam konteks ini, perusahaan harus mempertimbangkan dampak elemen-elemen ini terhadap minat beli pelanggan dan sejauh mana mereka dapat meningkatkan daya saing di industri pariwisata yang terus berkembang pesat.

Dengan adanya situasi dan fenomena di atas, maka permasalahan ini layak diteliti lebih lanjut agar lebih mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap minat beli pada paket wisata di Nuansa Tour and Travel.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang tertulis diatas, maka rumusan masalah yang ada pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana gambaran strategi pemasaran yang digunakan oleh Nuansa Tour and Travel Bandung untuk menarik dan mempertahankan pelanggan?
2. Bagaimana gambaran minat beli dari konsumen Nuansa Tour and Travel Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap minat beli di Nuansa Tour and Travel Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang tertulis diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Nuansa Tour and Travel Bandung.
2. Untuk mengetahui minat beli dari konsumen Nuansa Tour and Travel Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran dan minat beli pada Nuansa Tour and Travel Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Teoritis

1. Kontribusi pada Pengetahuan: Penelitian ini akan meningkatkan pemahaman mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan pariwisata seperti Nuansa Tour and Travel.
2. Pengembangan Teori: Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan teori-teori yang berkaitan dengan bauran pemasaran dalam industri pariwisata.
3. Pemahaman Konsumen: Penelitian ini dapat membangun pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana konsumen membuat minat beli dalam industri pariwisata dan perilaku konsumen.

1.5.2. Kegunaan Praktis

1. Pengembangan Strategi Pemasaran: Hasil penelitian dapat membantu Nuansa Tour and Travel Bandung membuat strategi pemasaran yang lebih baik. Dengan mengidentifikasi apa yang perlu ditingkatkan, seperti produk, harga, atau promosi, untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.
2. Peningkatan Daya Saing: Nuansa Tour and Travel Bandung dapat meningkatkan daya saing mereka dalam industri pariwisata yang kompetitif dengan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.
3. Pengembangan Industri Pariwisata: Dapat memberikan panduan untuk kepentingan lain dalam industri pariwisata di Indonesia. Dapat mengambil manfaat untuk mengembangkan industri pariwisata secara keseluruhan.

1.6 Batasan Penelitian

Agar pembahasan dalam penelitian ini dapat terarah, maka batasan penelitian dalam konteks studi ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya membahas dua variable yaitu:
 - a. Variable Independent (X), yaitu “Strategi Pemasaran”
 - b. Variabel Dependent (Y), yaitu “Minat Beli”

2. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan di Bandung dengan objek penelitian yaitu adalah individu yang telah melihat konten Nuansa Tour and Travel di media sosial.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Adapula sistematika guna mempermudah penulisan tugas akhir yang dapat membuat gambaran secara umum mengenai langkah-langkah apa yang akan dilakukan serta untuk memberikan kejelasan penulisan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan laporan proyek akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis (bila ada).

BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.