

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata di Indonesia adalah salah satu potensi yang cukup tinggi untuk dikembangkan. Hal tersebut dapat dilihat dari indahnya pemandangan alam, maupun kebudayaan negara Indonesia yang tidak kalah menarik dengan tempat-tempat wisata di penjuru Negara lainnya. Jumlah WNA (Warga Negara Asing) yang datang ke Indonesia pada bulan Juli 2018 meningkat 16,57% menjadi 1,54 juta kunjungan wisatawan luar negeri dari pada bulan Juli 2017 (Badan Pusat Statistik, 2018). Menurut Berita Pusat Statistik, jumlah kedatangan WNA (Warga Negara Asing) tersebut adalah kedatangan yang tertinggi dalam 10 tahun terakhir mencapai 1,5 juta. Sedangkan untuk perjalanan ke luar negeri pada tahun 2017 jumlah warga negara Indonesia yang pergi ke luar negeri mencapai 8,4 juta orang dan melonjak di tahun 2018 yang mencapai hingga 9,1 juta orang (Sampurno, 2018).

Semakin tahun perkembangan pariwisata di Indonesia semakin meningkat. Hal tersebut berdampak pada ekonomi bisnis di Indonesia, sehingga muncul berbagai perusahaan jasa di Indonesia khususnya di bidang *travel*. Hampir di setiap daerah memiliki jasa *tour* dan *travel* yang mengakomodasikan masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata ke berbagai penjuru Indonesia dan mancanegara. Menurut Asnawi Bahar selaku *President of ASITA (Association of The Indonesian Travel Agencies)* di dalam

buku *Indonesian Travel Agents* tahun 2018 terdapat sekitar 3883 anggota dari 33 provinsi di Indonesia. Di Yogyakarta sendiri terdapat lebih dari 100 agen *travel*. Diperkirakan jumlah *tour* dan *travel* ini semakin bertambah dengan berjalannya waktu.

Bertambahnya jumlah *travel* tersebut maka akan semakin berat tingkat persaingan antar perusahaan *travel*. Beberapa biro *travel* menjadikan persaingan tersebut sebagai motivasi untuk terus memberikan inovasi serta mutu dan kualitas yang terbaik kepada para pelanggan. Pelayanan yang baik kepada pelanggan akan memberikan kesan yang baik dan daya tarik yang lebih pula bagi para pelanggan, sehingga saat melakukan perjalanan pelanggan akan kembali lagi, bahkan pelanggan juga bisa merekomendasikan kepada keluarga maupun kerabat. Hal tersebut akan menjadi kunci daya saing antar *tour* dan *travel*.

Banyak hal yang di tawarkan *travel* kepada pelanggan untuk menggunakan jasa *travel* mereka. Penawaran-penawaran biasanya di tawarkan oleh jasa *travel* kepada pelanggan relatif lebih murah dari jasa *travel* lainnya. Selain itu jasa *travel* tersebut memberikan jasa pada para pelanggan dengan baik sehingga pelanggan merasa puas, dan terkadang jasa *travel* tersebut memberikan souvenir kepada pelanggan. Strategi-strategi tersebut di lakukan para agen *travel* untuk menambah daya tarik para pelanggan.

PT. Babussalam Jaya Abadi (BJA *Tours*) merupakan sebuah perusahaan yang berkecimpung di bidang pariwisata yang menjual jasa perjalanan wisata. PT. Babussalam Jaya Abadi (BJA *Tours*) ini, didirikan kerana banyaknya

peluang dari kebutuhan masyarakat itu sendiri di bidang pariwisata dalam maupun luar negeri yang menuntut terbentuknya PT. Babussalam Jaya Abadi (BJA *Tours*) untuk memenuhi serta memfasilitasi masyarakat. Pelayanan jasa yang di berikan oleh PT. Babussalam Jaya Abadi (BJA *Tours*) ini antara lain perjalanan wisata domestik atau internasional, reservasi hotel, penyewaan mobil, dokumentasi perjalanan wisata, serta menyediakan paket hemat liburan.

Tidak hanya itu, perusahaan ini juga memiliki keunggulan yang berbeda dari perusahaan lain yaitu adanya inovasi dengan jasa perjalanan yang dapat mengikuti keinginan serta *budget* pelanggan, dengan cara para pelanggan akan menentukan *budget* yang ada dan tempat wisata apa saja yang wajib untuk mereka kunjungi sehingga jasa *travel tour* tersebut akan mencari jalan keluarnya agar keinginan para pelanggan dapat terwujud. Oleh karena itu, perusahaan tersebut harus membuat harga jual dengan menerapkan metode penetapan harga untuk memutuskan penentuan harga jual jasa yang di tawarkan kepada konsumen agar konsumen tertarik menggunakan jasa travel tersebut.

Oleh karena itu, penulis termotivasi untuk membahas tentang perhitungan penetapan harga jual perjalanan wisata pada PT. Babussalam Jaya Abadi (BJA *Tours*). Sehingga penulis mengambil judul pada penelitian ini yaitu, “Tinjauan atas Perhitungan Harga Jual Jasa Perjalanan Wisata Pada PT. Babussalam Jaya Abadi (BJA *Tours*) Sumatera Selatan”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang akan terjawab dengan dilakukan penelitian ini yaitu

1. Apa saja faktor yang dipertimbangkan dalam perhitungan harga jual jasa perjalanan wisata pada PT. Babussalam Jaya Abadi (*BJA Tours*)?
2. Bagaimana cara perhitungan harga jual dari jasa perjalanan wisata pada PT. Babussalam Jaya Abadi (*BJA Tours*)?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Memahami faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan harga jual jasa perjalanan wisata di PT. Babussalam Jaya Abadi (*BJA Tours*) seperti harga transportasi, maupun hotel dan yang lainnya.
2. Memahami cara perhitungan dari harga jual jasa perjalanan wisata di PT. Babussalam Jaya Abadi (*BJA Tours*).

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari laporan tugas akhir ini adalah, sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan dalam memperkaya wawasan bagi pembaca tentang bagaimana cara penentuan harga di dalam sebuah perusahaan *travel* dan *tour*.

## 2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna sehingga dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam menentukan harga jual bagi para pengelola jasa *travel* dan *tour* sehingga timbul laba yang diinginkan.