
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN PERMINTAAN PENYEWAAN JASA TRAVEL (STUDI KASUS PADA SUNRISE HOLIDAY TOUR AND TRAVEL MALANG)

Sufi Hanifatus Sholeha, Siti Saroh, Daris Zunaida

*Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang, Jl MT
Haryono 193 Dinoyo, Malang, 65144, Indonesia*

*LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144,
Indonesia*

Email: Sufihanifatus@gmail.com

ABSTRAK

Sunrise Holiday tour and travel adalah salah satu agen perjalanan wisata di Kota Malang dengan berbagai permintaan yang ada, dibekali pengalaman dengan menjunjung tinggi komitmen dalam melayani industri pariwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah menggambarkan dan mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam penawaran dan permintaan jasa travel. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 wisatawan, dan teknik analisis data menggunakan analisis faktor Konfirmatori. Hasil Penelitian penawaran dan permintaan terdapat faktor yang dipertimbangkan dan faktor yang harus mempertimbangkan

Kata Kunci: Penawaran jasa, Permintaan

ABSTRACT

Sunrise Holiday tour and travel is one of the travel agents in the city of Malang with a variety of offers and requests, the purpose of this study is to describe and find out the factors considered in the supply and demand of travel services. Quantitative research methods. The sample in this study were 50 tourists, and data analysis techniques used Confirmatory factor analysis. The results of the study offer and demand there are factors that are considered and factors that must be considered

Keywords: Offer, Request

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan perjalanan untuk mencari kesenangan, sekaligus merupakan teori dan praktik berwisata, bisnis menarik, mengakomodasi. Menurut Undang-undang Kepariwisata No.9 Tahun 1990, Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud tidak untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi tapi hanya semata untuk menikmati perjalanan tersebut untuk mencapai kepuasan. Adanya pariwisata mempunyai banyak manfaat antara lain mengenal karakteristik suatu bangsa yang dikunjungi, mengenal dua kebudayaan, adat-istiadat dan sekaligus dapat menikmati keindahan alam di negara tersebut. Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting

bagi suatu negara, terutama pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada.

Hal tersebut membuat penyewa *travel* yang ada di Indonesia melakukan penawaran dengan paket harga wisata yang berbeda dengan pesaing lainnya, biaya yang dipertimbangkan perusahaan untuk menentukan biaya produksi, dengan tujuan perusahaan memaksimalkan keuntungan melalui tingkat promosi jasa yang ditawarkan melalui teknologi yakni secara online. *Sunrise holiday tour and travel* berusaha secara informatif memberikan edukasi tentang berapa banyak objek-objek wisata di Jawa Timur yang sangat indah dengan menghargai atau menikmati keindahan alam akan membantu ekonomi masyarakat di daerah pariwisata itu sendiri dan secara luas akan membantu pemerintah dalam pemasukan devisa yang

dihasilkan dari wisatawan mancanegara dengan penawaran yang sangat baik membuat wisatawan tertarik untuk menggunakan jasa *travel* tersebut apalagi dengan pelayanan yang sangat baik membuat mereka akan merasa senang menggunakan jasa *travel and tour* MPermintaan wisatawan asing adalah apabila musim libur tiba mereka akan mengunjungi tempat yang sesuai dengan keinginan mereka, seperti ke pantai, hutan, air terjun, museum dan tempat-tempat besejarah lainnya, setiap tujuan wisata Indonesia memiliki banyak tempat wisata yang dikunjungi sehingga pada saat akan mengatur perjalanannya calon pelanggan atau konsumen membutuhkan biro jasa perjalanan wisata, menjadi suatu keberuntungan tersendiri untuk *Sunrise holiday tour and travel*. Wisatawan yang mengguankan jasa *Sunrise holiday tour and travel* adalah dari: Belanda, Inggris, Prancis, Singapura, Malaysia, dan lain-lain.

Tabel 1. Jumlah Trip Kunjungan Wisatawan
(Sumber: Kantor *Sunrise Holiday Tour and Travel* 2018)

NO	Bulan Kunjungan Wisatawan	Jumlah Trip
1	<i>High session</i> juni-September	15 sampai 25 trip per bulan
2	<i>Low Session</i> Oktober-Mei	4 sampai 10 trip per bulan

Berdasarkan Tabel diatas dijelaskan bahwa *high session* yang terjadi pada bulan juni sampai September jumlah tripnya antara 15 sampai 25 trip per bulannya, sedangkan *low session* yang terjadi pada bulan oktober dan mei tripnya antara 4 sampai 10 trip perbulannya.

Sunrise holiday tersebut melakukan penawaran paket wisata untuk wisatawan asing yang ingin berlibur, Penawaran Produk *Sunrise Holiday Tour and Travel* anantara lain:

Tabel 2. Paket Wisata Sunrise Holiday (Sumber dari: Kantor *Sunrise Holiday Tour and Travel* 2018)

No	Paket Wisata
1	Bromo Tour (<i>1 Day Tour</i>)
2	Bromo Ijen Tour (<i>2 Days 1 Night Tour</i>)
3	Bromo Ijen Kalibaru Tour (<i>3 Days 2 Nights</i>)
4	Bromo Ijen Sukamade Tour (<i>3 Days 2 Nights</i>)
5	Surabaya Bromo Ijen Ketapang Tour (<i>3 Days 2 Nights</i>)
6	Yogyakarta to Bali (<i>6 Days</i>)

Penawaran paket wisata tidak hanya dilakukan dengan menggunakan promosi media *online* atau media internet saja, melainkan pemilik dari *Sunrise Holiday* ini sendiri langsung menawarkan paket wisata *tour and travel* Malang ini keluar negeri seperti Hongkong, Singapura, Malaysia, Eropa, Jepang dan lain-lain. Karena adanya permintaan dari wisatawan yang ingin menggunakan jasa *travel* untuk mengunjungi tempat wisata khususnya di Jawa Timur, membuat *Sunrise holiday tour and travel* sebagai perusahaan pariwisata menawarkan tempat wisata yang sangat menarik dan unik dan sangat indah untuk dijadikan tempat wisata yang layak untuk dikunjungi oleh wisatawan, berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik meneliti tentang Maka **Analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam penawaran dan permintaan penyewaan jasa travel (Studi kasus pada Sunrise Holiday Tour and Travel Malang)**. Secara umum terdapat pertanyaan yang ingin dijawab dari penelitian ini. Antara lain

1. Faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan dalam penawaran penyewaan jasa *travel* di *Sunrise Holiday Tour and Travel* Malang?
2. Faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan dalam permintaan penyewaan jasa *travel* di *Sunrise Holiday Tour and Travel* Malang?

TINJAUAN PUSTAKA

Penawaran (*Supply*)

Pengertian penawaran merupakan pernyataan yang menjelaskan sifat hubungan antara harga suatu komoditas dan jumlah komoditas tersebut yang ditawarkan oleh produsen dikenal dengan hukum penawaran. Pada umumnya semakin tinggi harga suatu komoditas, semakin banyak jumlah komoditas tersebut yang akan ditawarkan oleh penjual. Sebaliknya makin rendah harga suatu komoditas makin sedikit jumlah yang ditawarkan oleh penjual.

Penawaran jasa adalah produk atau jasa sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, dengan demikian, cakupannya produk relatif lebih luas, karena bisa berupa barang, jasa, gagasan, tempat, orang atau pribadi, organisasi, maupun kombinasinya. (Fandy Tjiptono, 2006:88).

Menurut (Sadono Sukirno, 2013:89), ada beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran yaitu:

- 1) Harga barang lain.

- 2) Biaya untuk memperoleh faktor produksi pembayaran kepada faktor-faktor produksi jasa.
- 3) Tujuan perusahaan
- 4) Tingkat teknologi

Permintaan (*Demand*)

Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas, serta menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta, dan harga, suatu komoditas dihasilkan oleh produsen karena dibutuhkan oleh konsumen, dan konsumen bersedia membelinya. Konsumen mau membeli komoditas yang mereka perlukan

Permintaan mengikuti siklus tertentu yang dapat diprediksi, mengenai lamanya siklus tersebut seperti apakah satu hari, satu minggu bahan satu bulan, tergantung dengan periodenya, serigkali berbagai macam siklus berlaku untuk satu permintaan tertentu, misalnya, permintaan akan jasa angkutan penumpang bisa bervariasi menurut jam dalam satu hari, hari dalam setiap minggu, dan musim dalam setiap tahun (Fanndy Tjiptono. 2011:139).

Menurut Fanndy Tjiptono (2011:139) ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu:

Faktor-faktor Permintaan

1. Tidak melakukan apapun
2. Mengurangi permintaan
3. Meningkatkan permintaan
4. Menyimpan permintaan dengan sistem reservasi dan janji
5. Menyimpan permintaan dengan antrian formal
6. Mengembangkan jasa atau pelayanan komplementer selama waktu sibuk

Jasa

Menurut Phillip Kotler, (2013: 28) Jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Karakteristik Jasa

Jasa memiliki karakteristik utama yaitu:

a) *Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang, jika barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*), atau usaha, jika barang dapat dimiliki, maka jasa hanya bisa dikonsumsi tetapi tidak dimiliki jasa bersifat *intangible*,

maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa dicium, didengar, sebelum dikonsumsi.

b) *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa dilain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyediaan jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Kedua pihak mempengaruhi hasil (*utcome*) dari jasa tersebut. Dalam hubungan penyediaan jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu menyampaikan jasa (*contact personel*) merupakan unsur penting.

c) *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini seringkali mereka minta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

d) *Perishability*

Jasa merupakan komunitas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. seperti kursi kereta api yang kosong, kamar hotel yang dihuni, atau jam tertentu tanpa pasien di tempat praktik dokter, akan berlalu/hilang begitu saja, karena tidak dapat disimpan untuk dipergunakan diwaktu yang lain. Hal ini akan menjadi masalah bila permintaannya tetap mudah untuk menyiapkan pelayanan untuk permintaan tersebut sebelumnya.

Tour

Pengertian kata “*Tour*” menurut batasan yang diberikan oleh WATA (*World Assosiation of trvel Agent*) adalah perlawatan keliling yang memakan waktu lebih dari tiga hari yang diselenggarakan oleh suatu *travel agent* di suatu kota dan antra lain acaranya yaitu meninjau keberapa tempat atau kota, baik di dalam negeri maupun diluar negeri.

Jenis dan macam Tour

1) *PackageTour*

- 2) *Independent Tour*
- 3) *Optional Tour*
- 4) *Escorted Tour*
- 5) *Study Tour*
- 6) *Social Tour*
- 7) *Regular Tour*

F₆ : Mengembangkan Jasa atau Pelayanan Komplementer selama waktu sibuk

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya.

Maka dari penelitian pada *Sunrise Holiday Tour and Travel* Malang sangat cocok menggunakan metode penelitian kuantitatif yang model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam (fenomena yang benar-benar terjadi fakta).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor yang beralamatkan di Sarinah *Department Store Complex* Lt. 1, Jl Basuki Rahmat No.2A Kota Malang,

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah:

Penawaran :

- 1 : Faktor Harga Barang atau Jasa
- 2 : Faktor Biaya
- 3 :Faktor Tujuan Perusahaan
- 4 : Faktor Teknologi

Permintaan :

- F₁ : Membiarkan
- F₂ :Mengurangi Permintaan
- F₃ :Meningkatkan Permintaan
- F₄ :Menyimpan Permintaan dengan Sistem Reservasi dan Janji
- F₅ :Menyimpan Permintaan dengan antrian formal

Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan penjelasan diatas maka tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala variabel yang diteliti. Operasional dari penelitian ini adalah:

Penawaran :

- a. Faktor Harga Barang/Jasa adalah harga yang menjadi persaingan dalam menentukan harga barang atau jasa (Barang atau jasa pengganti) dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- b. Faktor Biaya adalah pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan yang berperan penting dalam menentukan biaya produksi.
- c. Faktor Tujuan Perusahaan adalah keinginan suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan maksimal dengan memuaskan pelanggan melalui kapasitas produksinya secara maksimal, dan tidak menanggung resiko yang ada.
- d. Faktor Teknologi adalah mempermudah perusahaan dalam menciptakan barang atau jasa baru dengan meningkatkan produktivitas sehingga mengurangi biaya produksi.

Permintaan :

- a. Membiarkan adalah perusahana yang tidak melakukan hal apa-apa mengenai penambah ataupun pengurangan terhadap permintaan dengan situasi kapasitas tidak memadai, kapasitas memadai dan berlebih dalam permintaan.
 - b. Mengurangi Permintaan adalah suatu cara perusahann melakukan Sesutu pengurangan permintaan puncak serta mempertimbangkan secara cermat elasitas harga dalam suatu permintaan di suatu perusahaan.
 - c. Meningkatkan Permintaan adalah adanya penurunan harga secara selektif pada saat kapasitas berlebih dan memanfaatkan komunikasi dan distribusi dengan menciptakan variasi jasa di dalam perusahaan.

- d. Menyimpan Permintaan dengan Sistem Reservasi dan Janji adalah perusahaan yang melakukan reservasi dan janji dari perusahaan untuk melayani dan menyediakan kebutuhan pelanggan dengan waktu tertentu tanpa harus mengantri lama.
- e. Menyimpan Permintaan dengan Antrian Formal adalah menyimpan permintaan dengan penjagaan secara formal demi menjaga keamanan dan kenyamanan pelanggan pada saat menggunakan jasa atau sedang mengantri.
- f. Mengembangkan Jasa atau Pelayanan Komplementer selama waktu sibuk adalah jasa komplementer yang disediakan perusahaan untuk mengilangkan bosan pelanggan dalam mengantri seperti menyediakan tempat yang membuat mereka nyaman, hal tersebut akan menambahkan penghasilan untuk perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi

Pemaparan diatas menjelaskan bahwa populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan asing yang menggunakan jasa *Sunrise Holiday Tour and Travel*.

Sampel

Pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian wisatawan populasi penelitian yang berjumlah 50 wisatawan atau sampel *Incidental*.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan suatu cara yang digunakan peneliti dalam proses pengambilan sampel dengan teknik sosial. Adapun peneliti mengambil sampel dengan menggunakan *convinance sampling*

Sumber Data

- a. Data primer

Data primer adalah data yang secara khusus di peroleh oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan pertama dari sumber pertama dari riset atau penelitian, dalam penelitian ini data primer yang dikumpulkan adalah hasil yang diperoleh dari hasil kuesioner

data primer yang dikumpulkan adalah hasil yang diperoleh dari hasil wawancara dengan karyawan kantor di perusahaan *Sunrise Holiday* mengenai penawaran paket wisata yang ditawarkan oleh perusahaan travel kepada wisatawan yang akan menggunakan jasa *travel* nantinya.

- b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh oleh peneliti dari media perantara atau secara tidak langsung yang dapat berupa penelitian sebelumnya, literatur atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip.mengenai data kunjungan wisatawan yang pernah menggunakan jasa *travel*, dengan itu akan mempermudah peneliti untuk mengetahui estimasi data kunjungan wisatawan dalam menentukan sampel penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

- 1) Wawancara
- 2) Kuesioner
- 3) Dokumentasi
- 4) Observasi

Instrumen Penelitian

Peneliti menggunakan teknik Skala *Likert* dimana digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, dengan skala *likert* maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator yang akan diukur, dari indikator tersebut dijadikan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan, untuk keperluan analisis kuantitatif.

Tabel 3 Pemberian Skor Skala *Likert*(Sumber: *Sugiyono, 2011: 94*)

Pilihan Jawaban	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	ST	4
Ragu-ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Metode Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan pemaparan diatas maka dalam penelitian ini menggunakan metode analisis statistik deskriptif untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk menggambarkan faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan dalam penawaran pada *Sunrise Holiday Tour and Travel* Malang.

2. Analisis Statistik Inferensial

Berdasarkan pemaparan diatas maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode statistik *inferensial* untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbang dalam permintaan penyewaaan jasa wisatawan asing di *Sunrise Holiday* Malang. Untuk lebih melengkapi hasil penelitian maka penelitian ini juga menerapkan metode analisis faktor.

3. Uji Validitas

Suatu skala dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari person

4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data instrument tersebut sudah baik.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis Statistik Deskriptif

Distribusi Frekuensi Indikator-indikator Penawaran

Faktor Harga Barang atau Jasa

yang menjadi persaingan pada paket wisata yang di tawarkan di *Sunrise Holiday* adalah sangat sering sekali atau 60% adalah paket Bromo-ijen, sering atau 30% adalah paket ijen dan jarang atau 10% adalah Ijen, Kalibaru, Bromo Ijen sangat besar selaku persentasenya karena paket wisatanya,

tempatny *recommend* dan harganya juga cukup terjangkau atau dikatakan lebih murah dari paket yang lainnya.

Faktor Biaya

diketahui bahwa pengeluaran biaya yang dikeluarkan meliputi liburan besar sebesar 100% kenaikan untuk pengeluarannya, dan liburan biasa sebesar 30% kenaikan untuk pengeluarannya, maka dapat disimpulkan pada Tabel 16 bahwa pada musim liburan besar akan menagalami suatu kenaikan yang tinggi sekali dari pada liburan biasa.

Faktor Tujuan Perusahaan

Bahwa tujuan perusahaan meliputi 95% adalah untuk mendapatkan keuntungan dan jaringan (hubungan) dalam melakukan penawaran paket wisata, serta 15% resiko, hal ini katakana bahwa perusahaan menghindari yang namanya resiko yang ada seperti kelalaian wisatawan.

Faktor Teknologi

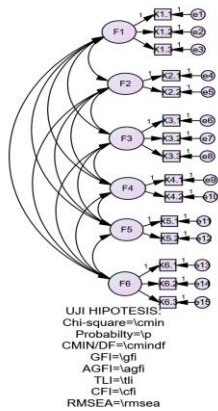
Bahwa teknologi yang digunakan dalam melakukan penawaran antara lain 50% adalah *Guidebook*, 30% adalah *website* dan 20% adalah instagram akan tetapi model penawaran ini tidak mengurangi biaya produksi dalam melakukan penawaran.

Analisis Statistik Inferensial

Distribusi Frekuensi Indikator-indikator Permintaan

Analisis Faktor

Analisis faktor konfirmatori adalah salah satu metode analisis *multivariate* yang dapat digunakan untu menguji atau mengkonfirmasi model yang dihipotesiskan, model yang dihipotesiskan terdiri dari satu atau lebih variabel indikator (Imam Ghozali, 19: 2005). Berikut ini merupakan analisis faktor konfirmatori:



Gambar 1. Nilai *Standardize Estimate Second Order* Permintaan (Sumber : Output AMOS versi 24)

Gambar 4 adalah nilai *Standardize Estimate Second Order* Permintaan dimana dalam gambar tersebut terdiri dari 6 faktor (F1, F2, F3, F4, F5, F6) dan 15 (X1.1, X1.2, X1.3, X2.1, X2.2, X3.1, X.2, X3.3, X4.1, X4.2, X5.1, X5.2, X6.1, X6.2, X6.3) indikator dengan estimasi (e1, e2, e3, e4, e5, e6, e7, e8, e9, e10, e11, e12, e13, e14, e15) yang ada sesuai indikatornya.

Tabel 4 Regression Weights: (Group number II - Default model) (Sumber : Output SPSS AMOS v 24, 2018)

			Estimasi	SE	CR	P
X1.2	<---	F1	-0.149	0.187	0.797	-
X1.3	<---	F	0.365	0.367	0.99	4
X2.2	<---	F	-0.004	0.011	0.343	-
X3.3	<---	F	0.87	0.656	1.32	7
X4.1	<---	F	1.125	0.603	1.86	7
X5.2	<---	F	3.325	8.345	0.39	8
X6.2	<---	F	8.423	29.728	0.28	3
X6.3	<---	F	6.835	22.25	0.30	7

Berdasarkan Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa, X1.2 ←-F1 nilai P (0,425) X1.3←F1 nilai P (0,320), X2.2← F2 nilai P (0,732), X3.3← F3 nilai P(0,185), X4.1 ← F4 nilai P (0,062), X5.2← F5, nilai P (0,690), X6.2← F6 nilai P (0,777), X6.3← F6 nilai P (0,759) dikatakan signifikan karena nilai P lebih besar dari nilai taraf signifikansi 5%, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dari 15 indikator yang ada hanya 8 indikataor (Kapasitas memadai, kapasitas berlebih, menciptakan variasi jasa, membuat sistem reservasi atau janji, memprediksi informasi yang

akurat dan dipercaya, memperoleh penghasilan tambahan dan permintaan yang seragam) yang dipertimbangkan dalam permintaan, untuk indikator yang lainnya seperti (Kapasitas tidak memadai, mengurangi permintaan pada periode puncak, penurunan harga secara selektif, memanfaatkan komunikasi dan distribusi, menjanjikan pelayanan yang baik, menjaga kenyamanan pelanggan, dan jasa komplementer) perlu mempertimbangkannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahsan mengenai analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam penawaran dan permintaan penyewaaan jasa travel (Studi kasus pada *sunrise holiday tour and travel* Malang), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Penawaran

Terdapat 5 faktor yang ada itu snagat dipertimbangkan dalam melakukana penyewaan jasa akan tetapi ada satu faktor yang sedikit sekali untuk dipertimbangkan yakni faktor teknologi mengenai beban biaya produksi ysg semakin berkurang akan tetapi untuk beban biayanya masih tetap standar tidak mengalami pengurangan biaya,

Permintaan

Berdasarkan hal tersebut dapat dijelaskan bahwa, X1.2 ←-F1 nilai P (0,425) X1.3←F1 nilai P (0,320), X2.2← F2 nilai P (0,732), X3.3← nilai P(0,185), X4.1 ← X4.1 nilai P (0,062), X5.2← F5, nilai P (0,690), X6.2← F5 nilai P (0,777), X6.3← F6 nilai P (0,759) dikatakan signifikan karena nilai P lebih besar dari nilai taraf signifikansi 5%, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dari 15 indikator yang ada hanya 8 indikataor yang dipertimbangkan dalam permintaan, untuk indikator yang lainnya perlu mempertimbangkannya.

Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka saran bagi Perusahaann *Sunrise Holiday Tour and Travel* yaitu sebagai berikut:

Perlunya peningkatan lagi dalam menyediakan permintaan yang diinginkan oleh wisatawan. Pada yang permintaan perlu dilakukannya penyediaan kapasitas yang baik dari segi faslitas dan lain-lain serta menciptakan variasi paket wisata yang lebih menarik lagi agar wisatawan ingin mengunjungi tempat tersebut menggunakan jasa travel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Amaliawiati. L & Murni. A. 2017. *Ekonomika Mikro*. Bandung. PT Refika Aditama.
 Apriyani Barus, dkk (2010). *Analisis Permintaan dan Penawaran Kedelai*. Sumatra Utara

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta
- Aris Suprpto. (2005). *Analisis Penawaran dan Permintaan wisata dalam mengembangkan potensi pariwisata di kraton Surakarta Hadiningrat*. Semarang. Magister Teknik Pembangunan Wilayah Dan Kota Universitas Diponegoro.
- Arsyad. L. (1996). *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
- Asmidah. (2013). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Dan Penawaran Jeruk Manis Di Pasar Tradisional Kota Medan Provinsi Sumatera Utara*. Medan. Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara.
- Burhan Bungin. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Rawamangun. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Drs. Oka A. Y oeti. (2001). *Tours and Travel Management*. Jakarta. PT Pradnya Paramita. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayumedia Publishing. Malang Jawa Timur.
- Fandy Tjiptono. (2011). *Strategi Pemasaran*. Malang. Bayumedia Publishing. Malang
- Ghozali. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Smarang.
- Herdi Jayakusumah (2011) *analisis faktor-faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian the celup sariwangi*. Kota Bekasi.
- Jonathan Sarwono. (2006). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, Jakarta
- Muhammad Idris. (2015). *Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menyewa Rumah Susun Rusunawa Purus Di Kota Padang*. Padang. Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan (Stkip) Pgrri Padang Sumatera Barat .
- Pratiwi Lesmana, Ir. Endang Mulyani, MT, Ir. Syahrudin, MT. (2010). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Menyewa Alat Berat Pada Pekerjaan Jalan Dengan Metode Proses Hirarki Analitik (Pha)* . Pontianak. Teknik sipil Untan.
- Purwanto & sulistyastiti. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta. Penerbit Gava Media.
- Sanusi. A. (2011). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Jakarta. Selemba Empat.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sukirno. S. (2013). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta. PT Rajan Grafindo Persada.
- Sukirno, S. (2011). *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta. PT Rajan Grafindo Persada.