

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

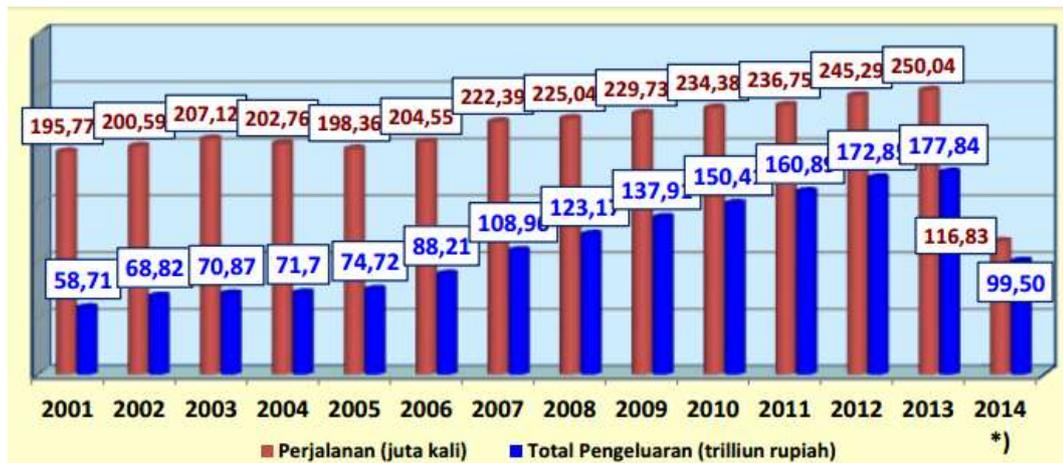
Pada era globalisasi saat ini, Produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2007).

Salah satu persaingan yang dapat dirasakan saat ini adalah di bidang Pariwisata. Pariwisata saat ini telah menjadi suatu bagian industri yang sangat diandalkan oleh Negara Indonesia. Pendapatan pada sektor tersebut dinilai memiliki dampak yang signifikan kepada pertumbuhan ekonomi negara. Hal tersebut ditandai dengan meningkatnya aktivitas perjalanan yang dilakukan masyarakat di dalam negeri (Domestik), perjalanan ke luar negeri (Internasional) dan kedatangan wisatawan mancanegara yang ingin mengunjungi destinasi - destinasi wisata serta beragam macam motivasi perjalanan lainnya. Peningkatan

aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh masyarakat untuk perjalanan domestik maupun internasional membuat pemerintah Indonesia sangat gencar dalam meningkatkan sarana dan prasarana yang ada dalam menunjang kebutuhan wisatawan yang sedang melakukan kegiatan perjalanan. Baik untuk keperluan berwisata maupun beragam motivasi tertentu.

Pertumbuhan masyarakat kelas menengah di Indonesia terbilang sangat pesat dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Pertumbuhan kelas menengah ditengarai sebagai salah satu pemutar roda perekonomian. Mereka telah membuat tren konsumsi dalam negeri meningkat yang secara bertahap akan menjadi sumber pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan disertai dengan peningkatan daya beli masyarakat, maka hal ini akan mendorong meningkatnya penduduk Indonesia untuk melakukan perjalanan wisata atau yang biasa dinamakan wisatawan nusantara (wisnus). Berikut disajikan gambaran wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan di seluruh wilayah teritori Indonesia. Gambaran tersebut diperoleh berdasarkan Survei Profil Wisatawan Nusantara Tahun 2014 yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bersama dengan Badan Pusat Statistik (BPS).

Gambar I.1
Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara dan Total Pengeluaran, Tahun
2001 - 2014



Sumber: Badan Pusat Statistik

Gambar I.1 di atas memperlihatkan perkembangan jumlah perjalanan dan juga total pengeluaran yang dilakukan penduduk Indonesia selama kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Jumlah perjalanan wisatawan nusantara selama tahun 2013 mencapai sebanyak 250,04 juta perjalanan atau meningkat 1,93 persen dibandingkan tahun 2012 dengan jumlah 245,29 perjalanan, sedangkan pengeluaran tahun 2013 mencapai sebesar 177,84 triliun rupiah atau meningkat 2,89 persen dibandingkan tahun 2012 sebesar 172,85 triliun.

Gambar I.2

Perkembangan Wisatawan Nasional Tahun 2011 - 2016

TAHUN	WISATAWAN NASIONAL		RATA-RATA PENGELUARAN PER ORANG (USD)		RATA-RATA LAMA TINGGAL (HARI)	TOTAL PENGELUARAN SELAMA DI LUAR NEGERI (juta USD)
	Jumlah	Pertumbuhan (%)	PER KUNJUNGAN	PER HARI		
2011	6,750,416	8.26	934.50	121.53	7.67	6,308.26
2012	7,453,633	10.42	926,20**)	127,00**)	7,67**)	6,903.55
2013	8,024,876	7.66	912.31	140.39	6.49	7,321.21
2014*	7,899,070	-1.57	Data tidak tersedia			
2015*	7,908,534	0.12	Data tidak tersedia			
2016* (Jan-Okt)	6,677,918	1.97	Data tidak tersedia			

Sumber: Badan Pusat Statistik

Sedangkan pada gambar Gambar I.2 di atas memperlihatkan perkembangan jumlah perjalanan ke luar negeri dan juga total pengeluaran selama kurun waktu lima tahun terakhir dimana berkisar antara tujuh sampai delapan juta perjalanan setiap tahunnya dengan total pengeluaran antara 6 juta sampai 7 juta dolar setiap tahunnya.

Peningkatan aktivitas perjalanan yang terjadi di Indonesia dijadikan sebuah peluang bagi pemerintah khususnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, untuk mensosialisasikan agar setiap daerah di seluruh Indonesia membuat berbagai macam kegiatan (*Event*) dengan memanfaatkan sumber daya alam dan kebudayaan yang mereka miliki masing-masing sebagai salah satu bentuk usaha promosi tersendiri dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia.

Dampak dari meningkatnya aktivitas perjalanan domestik maupun internasional, menjadikan peran sebuah biro perjalanan menjadi amat penting

dalam memberikan layanan jasa terbaiknya. Baik menyediakan jasa pelayanan transportasi, pembuatan paket perjalanan maupun pengurusan dokumen-dokumen penunjang seperti paspor dan visa.

Biro perjalanan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa, artinya ketika menjual berbagai macam produk pemasok seperti maskapai, hotel dan objek wisata komponen servis menjadi suatu komponen yang amat penting diperhatikan oleh sebuah perusahaan yang bergerak di bidang tersebut. Sebagai mitra dari para pemasok, biro perjalanan wajib memberikan pelayanan terbaiknya kepada calon wisatawan yang akan membeli sebuah produk di biro perjalanan tersebut. Karena pelayanan yang diberikan akan sangat mempengaruhi calon wisatawan dalam proses pengambilan keputusan terhadap pembelian produk seperti, jasa pemesanan tiket pesawat, jasa pengurusan paket perjalanan maupun jasa pengurusan dokumen penting seperti paspor dan visa. Selain itu pelayanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan jasa dari sebuah biro perjalanan tersebut. Kepuasan pelanggan akan datang dengan sendirinya jika pelayanan yang diberikan baik dan dapat memenuhi harapan pelanggan (*Customer Expectations*). Sebaliknya jika biro perjalanan tersebut tidak dapat memenuhi keinginan pelanggan, maka mereka akan kehilangan rasa percaya (*Trust*) kepada biro perjalanan yang menangani kebutuhan mereka.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan

pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004).

Faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Bukti fisik adalah berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat. Kehandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yg dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Daya tanggap adalah Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Jaminan adalah pengetahuan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan. Empati adalah Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual kepada konsumen dgn berupaya memahami keinginan konsumen.

Kepuasan seseorang untuk menggunakan biro jasa wisata merupakan suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, selain kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya, perusahaan harus mempunyai kelebihan seperti menetapkan harga yang kompetitif dan juga sarana dan prasarana yang diberikan. Perusahaan jasa transportasi dalam hal ini

menyediakan sebuah alat transportasi, akomodasi maupun paket perjalanan. Biasanya konsumen dalam menggunakan layanan jasa akan membandingkan harga, memilih layanan jasa atau yang harga dasarnya murah, memilih layanan jasa atau produk yang harganya sebanding dengan kualitasnya atau berbagai alasan lainnya (Caecaria Dan Budi, 2011). Namun dengan fasilitas dan harga yang telah diberikan masih banyak timbul keluhan-keluhan yang dirasakan oleh para pengguna jasa yang diungkapkan baik kepada teman, kerabat, maupun yang dituangkan dalam media elektronik.

Maka untuk memenangkan suatu persaingan dalam perusahaan biro jasa wisata sebuah perusahaan harus mempertimbangkan aspek-aspek untuk memenuhi kepuasan konsumen dan mampu merebut pasar dengan penawaran harga dan fitur yang diberikan. Penetapan kualitas pelayanan diharapkan dapat membantu para pelaku bisnis dalam memberikan kepuasan bagi konsumen, dan dapat menyusun strategi agar perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang kuat, sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus maju dalam persaingan dunia usaha yang semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya keterkaitan yang lebih spesifik antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta. Tujuan secara terperinci dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati terhadap kepuasan konsumen Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta dan untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan yang paling

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta.

Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta merupakan salah satu biro perjalanan yang cukup terkenal di Yogyakarta yang didirikan pada tanggal 1 januari 1992. Turindo Tour & Travel menyediakan layanan jasa seperti, pemesanan tiket pesawat doestik maupun internasional, *Special interest Tour, Meeting, Incentive, Convention, Event, Hotel Reservation serta FIT dan GIT Tour Packages*. Turindo Tour & Travel memiliki visi menjadi perusahaan industri pariwisata yang senantiasa mampu bersaing dan tumbuh berkembang di tengah-tengah globalisasi ekonomi. Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satunya kualitas pelayanan Turindo Tour & Travel itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen merasa terpuaskan.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta".

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini agar cakupan masalah tidak terlalu luas dan melebar, maka dari itu penulis membuat batasan masalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima aspek yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.
2. Wilayah dalam penelitian ini dilakukan di Turindo Tour & Travel cabang sutomo yang beralamat di jalan Dr. Sutomo 45 Danurajen Yogyakarta.
3. Konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini dibatasi pada Karyawan Bank BPD DIY Kantor Cabang Bantul yang telah mengikuti *Group Tour Family Gathering* ke Bali dimana Turindo *Tour & Travel* cabang sutomo sebagai penyedia dan penyelenggara program paket group tour Family Gathering ke Bali.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.
2. Bagaimana pengaruh Kehandalan terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.
3. Bagaimana pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.
4. Bagaimana pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.
5. Bagaimana pengaruh Empati terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.

6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.
7. Diantara variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kehandalan terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.
3. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.
4. Untuk mengetahui pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.
5. Untuk mengetahui pengaruh Empati terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.

7. Untuk mengetahui diantara variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel Cabang Sutomo.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang dilakukan oleh Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta dan diharapkan dari hasil penelitian ini kualitas pelayanan yang diberikan menjadi semakin baik. Serta dapat mengukur kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan yang berikan.
2. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana penghubung bagi konsumen Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta untuk dapat memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta selama ini.
3. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang mendalam mengenai kualitas pelayanan khususnya pada Turindo Tour & Travel cabang sutomo Yogyakarta.

4. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini dijelaskan tentang profil perusahaan dan gambaran umum perusahaan.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.