

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman era globalisasi ini memberikan kepuasan yang mutlak adalah suatu keuntungan tersendiri bagi sebuah organisasi perusahaan, namun hal ini juga terasa tidak sangat mudah untuk merealisasikan keinginan tersebut sebab banyak pemain di dalam suatu perekonomian yang bermain di dalam suatu pasar perusahaan ,ditambah lagi selera pelanggan itu tidak mungkin sama diantara satu dengan yang lainnya jadi dimungkinkan kepuasan konsumen terhadap suatu barang juga berbeda-beda, dan juga kompetisi perekonomian sangat terasa di semua sektor perekonomian di Indonesia, terutama pelayanan jasa yang sangat dekat dengan masyarakat Indonesia. Dalam kasus ini, tidak hanya harus mempunyai produk yang unggul tetapi juga setiap pemimpin perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas layanannya agar tingkat kepuasan konsumen semakin meningkat dan akan terus memakai jasa perusahaan kita, Rudi (2014).

Produsen semakin menyadari akan arti penting pelayanan, semakin perusahaan akan maju dan berkembang. Hal inilah yang disadari oleh para produsen maka dari itu dengan adanya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan mereka berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen, dengan tujuan agar tetap eksis di dunia bisnis. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan acuan keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen. Kepuasan konsumen dapat dijadikan sebagai pencapaian harapan dari sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen ,Atmaja (2011).

“Keputusan konsumen untuk dapat bersikap loyal atau tidak loyal merupakan akumulasi dari banyak masalah kecil dalam perusahaan. Loyalitas konsumen diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan sangat puas atau senang”, Atmaja (2011)

Kotler, Amstrong (2007) mendefinisikan pelayanan adalah aktiitas atau untuk hal yang menguntungkan tetapi merupakan salah satu bagian penting yang ditawarkan dimana sifatnya tidak terlihat dan hasilnya tidak bersifat kepemilikan siapapun. Dalam salah satu studi mengenai SERVQUAL menurut Zeithaml (Luppiyadi, 2007), terdapat lima dimensi SERVQUAL sebagai berikut :

1. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. Reabilitas (*realibility*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Daya tanggap (*responsiviness*), yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kkesopansatunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam sebuah bisnis untuk meraih sukses. Lebih penting lagi adalah bahwa kepuasan pelanggan menjadi dasar bagi bisnis tersebut untuk tetap bertahan dan terus berkembang. Langkah penting untuk menempatkan sebuah perusahaan jasa agar lebih unggul salah satunya harus dapat menyediakan jasa yang berkualitas bagi pelanggan, Yulianto(2016).

Menciptakan kepuasan konsumen tidak mudah dilakukan oleh suatu perusahaan, namun bagi PT. D'SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER kepuasan konsumen adalah merupakan kewajiban yang harus di lakukan kepada konsumennya. Sesuai dengan motto yang ada pada PT. D'SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER yaitu "Kepuasan adalah Preoritas Kami". Meningkatnya persaingan usaha di bidang biro perjalanan wisata di Kabupaten Jember mendorong untuk meningkatkan kualitas produk yang di miliki PT. D'SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER yang merupakan salah satu biro perjalanan bergerak di bidang jasa yang terdapat di kota Jember. Biro Perjalanan wisata ini muncul dengan berjalanya perkembangan kegiatan pariwisata dan perjalanan bisnis yang dilakukan oleh berbagai macam instansi, lembaga pendidikan yang berada di kota Jember. PT. D'SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER menawarkan berbagai macam layanan jasa, diantaranya adalah paket wisata, pemesanan tiket pesawat, dan perjalanan dinas. Lokasi kantor travel ini terletak di jl. Nusa Indah no 51 Jember, lokasi ini sangat dirasa cukup strategis sebab sangat dekat dengan pusat keramaian kota Jember yaitu dekat dengan Alun – alun kota Jember dan dekat dengan Stasiun Jember sehingga mudah diakses.

Tabel 1.1
 Penjualan Paket Wisata
 PT. D'SAFIER TOUR AND TRAVEL
 Januari – Desember Tahun 2016

NO	BULAN	JUMLAH PENUMPANG	PERSENTASE PERKEMBANGAN PENJUALAN PAKET WISATA
1.	Januari	92	-
2.	Februari	216	1.34
3.	Maret	60	- 0.72
4.	April	50	-0.16
5.	Mei	70	0.28
6.	Juni	349	3.98
7.	Juli	58	- 0.83
8.	Agustus	72	0.19
9.	September	76	0.05
10.	Oktober	60	- 0.21
11.	November	56	- 0.06
12.	Desember	152	1,71

Sumber : PT. D'SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER

Penjualan paket wisata pada PT. D'SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER pada tahun 2016 jumlah penumpangnya tidak stabil, hal ini bisa dilihat dari bulan februari yang terjadi peningkatan penjualan tiket sebesar 216 penumpang atau terjadi penambahan sebesar 1,34 % dari bulan sebelumnya, dan begitupun pada bulan juni sebesar 349 jumlah tiket yang terjual atau terjadi kenaikan sebesar 3,98% dari bulan sebelumnya . Bulan januari, maret, april, mei, juli, agustus, September, oktober, november jumlah penjualan paket wisata di PT. D'SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER jumlahnya standart. Dan pada bulan desember terjadi kenaikan penjualan paket wisata yaitu sebesar 152 atau 1,71% dari bulan sebelumnya, hal ini dikarenakan akhir tahun, pada bulan tersebut banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk liburan keluarga.

Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan evaluasi dari sisi konsumennya. Oleh karena itu melihat permasalahan di atas maka dilakukan penelitian dengan mengambil judul : “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN “(Studi pada Paket Wisata di PT. D’SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER)

Tabel 1.2
Pengukuran Kepuasan Konsumen
PT. D’SAFIER TOUR AND TRAVEL

No	Indikator Kepuasan Konsumen	Kritik	Saran	Hasil
1	-Kesesuaian Kualitas Pelayanan dengan Harapan	-Driver Bus yang ugal-ugalan -Keterlambatan Konsumsi	-Pergantian Driver(pindah Armada) -Tour Leader Harus Lebih Aktif dan lebih disiplin lagi	Puas
2	-Kesesuaian pelayanan dengan kepentingan	-Wawasan yang dimiliki Guide kurang Luas	-Memilih Guide yang lebih berkualitas	Puas
3	-Minat Untuk Kembali Menggunakan Jasa	-Peningkatan Kualitas Pelayanan dan penambahan destinasi Wisata	-Penambahan destinasi wista	Puas

Sumber : PT. D’SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER

Dari table keluhan kepuasan konsumen di PT. D’SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan perlu diperhatikan bahkan ditingkatkan untuk meningkatkan kualitas jasa yang lebih baik lagi dari sebelumnya. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap

kepuasan konsumen. Aspek keluhan terdapat dalam indikator kepuasan konsumen yang terdiri dari kesesuaian kualitas pelayanan dengan harapan, kesesuaian pelayanan dengan kepentingan, minat untuk kembali menggunakan jasa. Aspek keluhan dalam pengguna jasa pelayanan tidak terlalu banyak sehingga hal ini dapat menyebabkan jumlah konsumen semakin meningkat. Berdasarkan data diatas peneliti mencoba mengangkat beberapa faktor yang di asumsikan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang berdampak pada peningkatan jumlah volume penjualan paket wisata PT. D'SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER. adapun faktor tersebut ialah kualitas pelayanan dengan mengacu pada bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas mengungkapkan bahwa dimensi faktor-faktor yang menyebabkan kepuasan konsumen sehingga tercipta kepuasan konsumen , dengan melihat data yang didapat dari penjualan Paket Wisata di PT. D'SAFIER TOUR & TRAVEL JEMBER maka kita dapat mengetahui bahwa tidak semua bulan penjualan berjalan baik, hal ini dilihat dari penjualan yang tidak stabil, mungkin hal ini dikarenakan timbulnya berbagai faktor. Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik sebuah masalah penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen Paket Wisata di PT. D'SAFIER TOUR & TRAVEL di Jember.

Maka pernyataan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah bukti fisik (tangibles) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial?
2. Apakah kehandalan (reliability) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial?
3. Apakah daya tanggap (responsiveness) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial?

4. Apakah jaminan (assurance) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial?
5. Apakah empati (empathy) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor bukti langsung (tangibles) terhadap Kepuasan konsumen secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor kehandalan (reliability) terhadap kepuasan konsumen secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor daya tanggap (responsiveness) terhadap Kepuasan konsumen secara parsial.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor jaminan (assurance) terhadap Kepuasan konsumen secara parsial.
5. Untuk mengetahui empati (empathy) terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Bermanfaat sebagai bahan masukan dan tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat digunakan dalam menentukan kebijakan pelayanan sehingga pelayanan akan semakin baik. Penelitian ini juga dapat dijadikan untuk penelitian lanjutan tentang kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

2. Bagi penelitian selanjutnya

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca dan dapat dijadikan bahan acuan bagi pengembangan penelitian selanjutnya;

3. Bagi Peneliti

Bermanfaat sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang di peroleh dibangku kuliah. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.