

# **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Al Ghazali Tour & Travel Kecamatan Cermee Kabupaten Bondowoso**

**Faisal Ghazali, Budi Santoso, SE, MM, M.Ak, Ahmad Izudin, SE, MM**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Jember

Email : [ghazalifaisal5@gmail.com](mailto:ghazalifaisal5@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Saat ini, jumlah perusahaan ritel tumbuh pesat. Kondisi ini membuat level tinggi Persaingan antara jasa travel dan masing-masing perusahaan harus efektif strategi untuk bertahan dalam bisnis. Selain itu, sejumlah perusahaan besar juga mengambil peluang untuk memperluas bisnis, tidak hanya ke dalam kategori ukuran besar tetapi juga ke ukuran kecil seperti Al Ghazali Travel. Ini bisa menjadi tantangan besar bagi Usaha Kecil Menengah menangani situasi ini. Tujuan dari makalah ini adalah untuk menjelaskan prioritas kepentingan faktor kepuasan pelanggan di Al Ghazali Travel, sebagai strategi bagi perusahaan untuk bertahan hidup bisnis. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, dan diproses dengan menggunakan *Importance-Performance Analysis* (IPA) untuk membandingkan antar pelanggan harapan dan kinerja perusahaan. Ada lima faktor yang harus diperhatikan perusahaan dan itu ditunjukkan dalam Diagram Cartesien.

**Kata kunci:** *Importance Performance Analysis*

## **ABSTRACT**

*Currently, the number of retail companies grow rapidly. This condition makes high level competition between in Bondowoso and each company need to have effective strategy to survive in retail business. Beside, the number of big company also takes opportunity to expand retail business, not only into big size category but also into small size such as Al Ghazali Travel. It can be big challenges for Small Medium Enterprise to handle this situation. The Objective of this paper is to explain the priority of importance the factors of customer satisfaction in a Al Ghazali Travel, as a strategy for company to survive in retail business. Data is collected by spreading the questionnaire to 100 respondents, and processed by using Importance-Performance Analysis (IPA) to compare between customers expectations and company's performances. There are six factors that company must pay attention and it is shown in Cartesian Diagram*

**Keywords:** *Importance Performance Analysis*

## 1. Pendahuluan

Pertumbuhan sektor industri yang sangat pesat memungkinkan perusahaan-perusahaan besar yang memiliki modal kuat dan berskala besar serta menimbulkan ketatnya persaingan antar perusahaan dalam industri. Dalam

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting. Karena dalam memasarkan produk jasa, interaksi antara produsen dan konsumen terjadi secara langsung. Menurut Tjiptono (dalam Aditya, 2011 : 23), Kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipresepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam beak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.

Dengan memperhatikan kegiatan pemasaran maka diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang dilakukan pelanggan melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil. Rasa percaya diri pelanggan atas kepuasan pelanggan yang diambil nya mempresentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusannya memilih suatu produk. Kotler (2000) mengatakan bahwa Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau dikonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004).

Perkembangan teknologi transportasi saat ini yang sangat pesat membuat

kenyataannya, persaingan tersebut bisa dalam bentuk persaingan yang sehat atau kurang sehat yang dapat menjatuhkan pihak lain. Persaingan yang kurang sehat dapat berupa praktik monopoli atau hambatan masuk ke pasar.

persaingan dalam penyediaan jasa transportasi menjadi sangat tajam dan ketat. Salah satunya adalah penyediaan jasa transportasi bagi masyarakat luas agar tercapainya kemudahan dan kepuasan masyarakat luas sebagai konsumen dalam menggunakan jasa transportasi yang sangat penting bagi kehidupan. Terutama dalam era globalisasi dan teknologi yang sudah sangat maju dan berkembang. Sektor transportasi memegang suatu peranan penting karena memudahkan masyarakat dalam hal menjangkau suatu tempat untuk suatu tujuan tertentu. Dengan prospek bisnis yang tidak hanya pada satu tempat atau satu wilayah tertentu saja transportasi sangatlah penting bagi seorang individual ataupun organisasi bisnis untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Berkembangnya pola pikir masyarakat tentang peluang bisnis yang lebih kuat mendorong masyarakat untuk mencapai suatu daerah atau tempat tertentu dengan waktu yang relative singkat. Keinginan untuk berbisnis di suatu wilayah lain dan berkunjung ke daerah yang akan dikunjungi baik untuk kegiatan bisnis maupun untuk merasakan tempat tempat yang indah dan baik untuk dikunjungi.

Al Ghazali *Tour and Travel* yang berlokasi di Cermee Bondowoso merupakan salah satu perusahaan travel yang telah cukup lama berdiri dan juga telah memiliki cukup banyak pelanggan, hal ini dapat dikatakan bahwa dalam proses pemasarannya perusahaan ini telah memiliki nama dan kepercayaan dimata pelanggannya terhadap pelayanan maupun harga yang ditawarkan sehingga banyak

pelanggan yang menyatakan puas dan masyarakat Cermee bukanlah satu-satunya tertarik menggunakan jasa Al Ghazali *Tour and Travel* dalam hal ini adalah jasa transportasi yang siap mengantar konsumen ketempat tujuan. Namun Al Ghazali *Tour and Travel* adalah daftar biro jasa travel yang ada di Kecamatan Cermee Bondowoso dapat dikenal di Bondowoso khususnya dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1: Daftar Biro Jasa Travel Kecamatan Cermee Kabupaten Bondowoso 2019.**

No	Nama Biro Jasa <i>Tour &amp; Travel</i>	Kecamatan	Kabupaten
1	Al Ghazali <i>Tour and Travel</i>	Cermee	Bondowoso
2	Vino Travel	Cermee	Bondowoso
3	Fidi Travel	Cermee	Bondowoso
4	Budi Jaya Travel	Cermee	Bondowoso
5	Sinar Mulya Travel	Cermee	Bondowoso

**Sumber: Al Ghazali *Tour and Travel* 2019**

Berdasarkan tabel 1 diatas, ada lima biro jasa travel yang bersaing di Kecamatan Cermee Kabupaten Bondowoso. Kelima biro jasa travel tersebut berlomba-lomba mendapatkan konsumen sebanyak mungkin dengan berbagai macam upaya. Kualitas layanan yang diterapkan pada kelima biro jasa travel tersebut merupakan strategi cemerlang untuk mendapatkan konsumen yang banyak. Karena kualitas layanan merupakan aspek strategi pemasaran jasa dan layak digunakan pada perusahaan jasa seperti jasa travel. Terdapat 4 kompetitor dari Al Ghazali *Tour and Travel* yang sama-sama berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya.

Konsumen sering menggunakan jasa transportasi Al Ghazali *Tour and Travel*. Ketersediaan fasilitas kendaraan yang cukup banyak, membuat pelanggan ingin menggunakan jasa Al Ghazali *Tour and Travel* untuk bepergian merasa nyaman dan tidak khawatir tidak kebagian kendaraan. Akan tetapi dengan fasilitas dan pelayanan yang telah diberikan masih banyak timbul keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pengguna jasa Al Ghazali *Tour and Travel* yang diungkapkan baik kepada teman ataupun dituangkan pada media sosial. Pada umumnya sebagai konsumen mengeluhkan berbagai ketidak puasannya dalam menikmati pelayanan yang diberikan, seperti perilaku sopir, fasilitas kendaraan yang disediakan, makanan yang diberikan dalam perjalanan dan lain sebagainya yang menimbulkan rasa tidak puas bagi konsumen. Fenomena konsumen yang terus menurun dari setiap tahunnya dikarenakan permasalahan yang terjadi pada Al Ghazali *Tour and Travel* terletak pada kualitas layanannya yang dinilai kurang memuaskan konsumen. Maka untuk memenangkan suatu persaingan dalam perusahaan biro jasa sebuah perusahaan harus mempertimbangkan aspek-aspek untuk memenuhi kepuasan konsumen dan mampu merebut pasar dengan penawaran harga dan pelayanan serta 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 terus maju dan

berkembang dalam persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan data dan fenomena diatas, penulis melakukan penelitian pada Al Ghazali *Tour and Travel* Bondowoso tentang kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) karena penulis merasa bahwa masalah ini menarik dan layak untuk ditelaah lebih lanjut.

### **Rumusan Masalah**

Menurut Martinez dalam Ariyoso (2009) menyebutkan bahwa "IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena

### **2. Metode Penelitian**

Rancangan penelitian merupakan rencana menyeluruh dari penelitian mencakup hal-hal yang akan dilakukan peneliti mulai dari penentuan variabel dan implikasinya secara operasional sampai pada analisis akhir data yang selanjutnya disimpulkan dan diberikan saran. Suatu desain penelitian menyatakan struktur masalah penelitian maupun rencana penyelidikan yang akan dipakai untuk memperoleh bukti empiris mengenai hubungan-hubungan dalam masalah.

Rancangan penelitian ini ditentukan variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian. Ada dua variabel yaitu kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Selanjutnya menentukan instrumen berdasarkan variabel penelitian dan kemudian menentukan responden. Pengumpulan data dilakukan dengan metode sensus. Teknik analisis yang dipergunakan untuk menganalisis data adalah deskriptif kualitatif dan analisis *Importance Performance Analysis*. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan dan langkah terakhir disimpulkan serta diberikan saran (Sugiyono, 2010).

### **3. Pembahasan**

kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja". Penerapan metode IPA pada Al Ghazali *Tour and Travel* Bondowoso merupakan upaya untuk menelaah kinerja kualitas layanan pada kepuasan pelanggan. Dengan didukung teori dan peneliti terdahulu maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana mengukur kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Al Ghazali *Tour and Travel* Bondowoso menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*).

Dimensi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada penelitian kali ini memperoleh angka yang valid dan reliabel. Penelitian pada jasa layanan travel Al-Ghazali Tour dan Travel Bondowoso dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) memperoleh hasil yang Pada gambar 4.2 diatas diketahui Atribut yang masuk pada kuadran I artinya ini memiliki tingkat kinerja dibawah rata-rata tetapi tingkat kebutuhannya cukup tinggi, sehingga tingkat nilai kepuasan konsumen masih kurang atau belum memuaskan. Pada kuadran I nilai rata-rata *importance* sebesar 4.25 dan rata-rata *performance* 4.24, maka atribut yang berada dikuadran I perlu diprioritaskan dan ditingkatkan. Atribut yang masuk pada kuadran II artinya ini memiliki tingkat kinerja diatas rata-rata tetapi tingkat kebutuhannya cukup tinggi, sehingga tingkat nilai kepuasan konsumen harus sangat memuaskan.

Pada kuadran II nilai rata-rata *importance* sebesar 4.28, 4.25, 4.25, 4.36, 4.27, 4.27 dan rata-rata *performance* sebesar 4.3, 4.27, 4.29, 4.32, 4.27, 4.29 maka atribut yang berada dikuadran II perlu pertahankan. Atribut yang masuk pada kuadran III artinya ini memiliki tingkat kinerja dibawah rata-rata tetapi dan

dinilai kurang baik oleh responden dan tingkat kebutuhannya cukup tinggi, sehingga tingkat nilai kepuasan konsumen masih kurang atau belum memuaskan. Pada kuadran III nilai rata-rata *importance* sebesar 4.17, 4.22, 4.19, 4.18, 4.2, 4.22, dan rata-rata *performance* sebesar 4.21, 4.24, 4.23, 4.18, 4.22, 4.22 maka atribut yang berada di kuadran III perlu diprioritaskan. Atribut yang masuk pada kuadran IV artinya ini memiliki tingkat kinerja yang berlebihan. Pada kuadran IV nilai rata-rata *importance* sebesar 4.22, 4.23 dan rata-rata *performance* sebesar 4.27, 4.3 maka atribut yang berada di kuadran IV akan menyebabkan pemborosan pada sumber daya. Hasil perhitungan tingkat kesesuaian responden dari keseluruhan atribut kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati menghasilkan kepuasan 98%-100%. Artinya bahwa tingkat kepuasan pelanggan adalah sangat puas. Pada penelitian ini posisi Al-Ghazali Tour dan Travel Bondowoso berada di posisi kuadran 2, artinya bahwa atribut kualitas layanan patut dipertahankan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

#### 4. Kesimpulan

1. Kuadran I artinya ini memiliki tingkat kinerja dibawah rata-rata tetapi tingkat kebutuhannya cukup tinggi, sehingga tingkat nilai kepuasan konsumen masih kurang atau belum memuaskan. Pada kuadran I nilai rata-rata *importance* sebesar 4.25 dan rata-rata *performance* 4.24, maka atribut yang berada di kuadran I perlu diprioritaskan dan ditingkatkan.
2. Kuadran II artinya ini memiliki tingkat kinerja diatas rata-rata tetapi tingkat kebutuhannya cukup tinggi, sehingga tingkat nilai kepuasan konsumen harus sangat memuaskan. Pada kuadran II nilai rata-rata *importance* sebesar 4.28, 4.25, 4.25, 4.36, 4.27, 4.27 dan rata-

rata *performance* sebesar 4.3, 4.27, 4.29, 4.32, 4.27, 4.29 maka atribut yang berada di kuadran II perlu pertahankan.

3. Kuadran III artinya ini memiliki tingkat kinerja dibawah rata-rata tetapi dan dinilai kurang baik oleh responden dan tingkat kebutuhannya cukup tinggi, sehingga tingkat nilai kepuasan konsumen masih kurang atau belum memuaskan. Pada kuadran III nilai rata-rata *importance* sebesar 4.17, 4.22, 4.19, 4.18, 4.2, 4.22, dan rata-rata *performance* sebesar 4.21, 4.24, 4.23, 4.18, 4.22, 4.22 maka atribut yang berada di kuadran III perlu diprioritaskan.
4. Kuadran IV artinya ini memiliki tingkat kinerja yang berlebihan. Pada kuadran IV nilai rata-rata *importance* sebesar 4.22, 4.23 dan rata-rata *performance* sebesar 4.27, 4.3 maka atribut yang berada di kuadran IV akan menyebabkan pemborosan pada sumber daya.
5. Hasil perhitungan tingkat kesesuaian responden dari keseluruhan atribut kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati menghasilkan kepuasan 98%-100%. Artinya bahwa tingkat kepuasan pelanggan adalah sangat puas. Pada penelitian ini posisi Al-Ghazali Tour dan Travel Bondowoso berada di posisi kuadran 2, artinya bahwa atribut kualitas layanan patut dipertahankan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ferdinand, A.. 2005. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian*

- Manajemen*. Edisi ke 2. Semarang: BP UNDIP.
- Gibson. 2007. *Perilaku organisasi*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Hartono, Bambang. *Manajemen Pemasaran untuk Rumah Sakit*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2010
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi Kontrol Jilid 1*. Prenhalindo, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Kusumastuti, 2011. *Komunikasi Bisnis*. IPB Press. Bogor.
- Lupiyoadi, Rambat, 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2006. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., and Berry, L. (1990). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. Journal of Marketing, Vol. 49, pp. 41-50.
- Pohan. 2007. *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan*. EGC. Jakarta
- Sugiyono, 2010, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2010, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta.
- Swastha, Basu, Irawan. 2011. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu, T. Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Stanton William, J, 2010, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy., dan Chandra G., 2005, *Service, Quality and Satisfaction*, Edisi 4 Andi. Yogyakarta.
- Umar, H. (2007). *Pengertian Jasa*. Jakarta. Gramedia Pustaka Umum.