

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Untuk mendukung keberhasilan program-program pemerintah terutama di bidang kepariwisataan dibutuhkan kerjasama semua pihak. Kesadaran dan peran serta semua pihak yang terkait baik itu swasta maupun pemerintah sangat dibutuhkan demi suksesnya pembangunan kepariwisataan. Menurut Undang Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisata, definisi pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Selain itu, pariwisata sangat berpengaruh terhadap penerimaan negara melalui devisa dan pajak, dan juga berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan penduduk setempat (Widoyono, 2006). Pengembangan pariwisata cukup potensial ini tidak lepas dari strategi dan cara pemasaran yang baik serta komitmen bersama. Pemerintah Kota juga harus bekerjasama dengan pihak swasta khususnya biro perjalanan wisata (tour and travel) untuk turut serta berpromosi. Peran biro perjalanan dalam memasarkan produk tersebut sangat dominan karena usaha ini memiliki jaringan yang cukup luas (armada, hotel, dan lainnya), media promosi yang luas (brosur/pamflet, koran, majalah, dan lainnya), dan customer atau pengguna jasa yang dapat dipersuasi agar tertarik.

Biro Perjalanan Wisata merupakan elemen yang penting dalam proses pelayanan terhadap wisatawan. Sebagian besar wisatawan menggunakan jasa Biro Perjalanan Wisata (Yoeti, 2002). Dalam hal ini, biro perjalanan wisata menyediakan produk transportasi, akomodasi, dan paket perjalanan (package tour). Pengertian Biro Perjalanan Wisata sendiri adalah perusahaan atau badan usaha yang memberikan pelayanan lengkap terhadap seseorang ataupun kelompok orang yang ingin melakukan perjalanan baik di dalam negeri maupun ke luar negeri.

Menurut Tjiptono (2001) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kepuasan pelanggan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Langkah penting untuk menempatkan sebuah perusahaan jasa agar lebih unggul salah satunya harus dapat menyediakan jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Kepuasan seseorang untuk menggunakan jasa merupakan suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh

beberapa faktor, diantaranya kualitas layanan selain kualitas layanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya, perusahaan harus mempunyai kelebihan seperti menetapkan harga yang kompetitif. Biasanya konsumen dalam menggunakan layanan jasa akan membanding-bandingkan harga, memilih layanan jasa yang harga dasarnya murah, memilih layanan jasa yang harganya sebanding dengan kualitasnya atau berbagai alasan lainnya

Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (intangibility) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan (Philip Kotler dan Gary Amstrong, 2004). Persepsi konsumen mengenai service didefinisikan sebagai sesuatu yang khusus, dengan memahami harapan dan keinginan konsumen dari suatu layanan jasa atau service maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Dari uraian di atas kualitas suatu layananbisa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian mengenai bagaimana pengaruh dari sebuah layanan terhadap kepuasan konsumen.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen?

## **1.3. Batasan Masalah**

Mengingat ruang lingkup masalah ini masih terlalu luas, maka penelitian ini akan dibatasi antara lain dari segi :

Materi : Pengaruh kualitas layanan staf tiketingdomestik

Waktu : Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2013- Juli 2013.

Tempat: Penulis melakukan penelitian di PT. Patent Iksatya Tour&Travel Jalan Diponegoro no 52-60, Salatiga.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui seberapa besar permasalahan mengenai pengaruh kualitas layanan staf tiketing terhadap tingkat kepuasan konsumen yang dihadapi oleh perusahaan Patent Ikatasya Tour and Travel
- b. Untuk mengetahui bagaimana cara mengatasi permasalahan mengenai pengaruh kualitas layanan staf tiketing terhadap tingkat kepuasan konsumen yang sering dihadapi oleh perusahaan Patent Ikatasya Tour and Travel
- c. Untuk meneliti seberapa besar kualitas layanan mempengaruhi kepuasan para konsumen Patent Ikatasya Tour and Travel

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini digolongkan menjadi 2 dimensi yaitu :

- a. Praktis  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan di Patent Ikatasya Tour & Travel mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Teoritis  
Hasil penelitian ini berguna bagi penulis, karena bisa memberikan gambaran tentang pengaruh kualitas layanan staf terhadap kepuasan konsumen

- a. Permasalahan apa yang biasa dihadapi oleh staff tiketing di perusahaan Patent Iksatya Tour and Travel dan bagaimana cara mengatasinya?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas layanan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yang datang di perusahaan Patent Iksatya Tour and Travel ?.

#### **1.6. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah :

- a. Wawancara  
Untuk memperoleh informasi yaitu dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada beberapa karyawan dan konsumen. Dengan mengajukan beberapa pertanyaan dan diharap akan dijawab menurut pendapat masing-masing karyawan dan beberapa konsumen serta menyertakan pendapat dari Pimpinan perusahaan.
- b. Observasi  
Melakukan pengamatan langsung yakni bagaimana cara kerja karyawan dalam perusahaan, dari situ akan diperoleh data yang tepat.

## 1.7. Teknik Penulisan

Teknik penulisan dalam penelitian ini dibagi kedalam 5 bab yaitu sebagai berikut :

a. Bab I

Bab ini berisikan pendahuluan yang membahas latar belakang penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, pertanyaan penelitian, metode dan teknik dalam penulisan.

b. Bab II

Bab ini berisi kajian pustaka yang berisi tentang teori dasar yang menjadi acuan penulis dalam menyusun Tugas Akhir.

c. Bab III

Bab ini berisikan data-data teori yang sudah di peroleh penulis terkait dengan penelitian yang sudah dilakukan.

d. Bab IV

Bab ini membahas tentang analisa yang telah di peroleh dari bab III

e. Bab V

Bab ini merupakan kesimpulan dari keseluruhan bab yang telah di bahas sebelumnya dan menjelaskan hasil akhir yang di peroleh penulis dalam penelitiannya.