

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DAERAH RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN JASA PAKET WISATA
PADA PT INDORAYA MULIA *TOUR AND TRAVEL*
KOTA PEKANBARU, RIAU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



CELINE LIDYA ASRITAMI

NPM : 167210115

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Celine Lidya Asritami
NPM : 167210115
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata Pada PT
Indoraya Mulia *Tour and Travel* Di Kota Pekanbaru,
Riau

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing dalam bab dan sub-bab dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk diuji dalam sidang ujian konferehensif.

Pekanbaru, 13 April 2020

Pembimbing

Dr. Nurman, S.Sos., M.Si.

Turut Menyetujui,
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Ketua

La Ode Syarfan, SE., M.Si.

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Celine Lidya Asritami
NPM : 167210115
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Di Kota Pekanbaru, Riau

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Konferehensif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana.

Pekanbaru, 13 April 2020

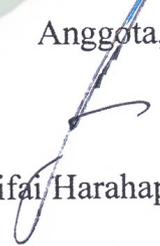
Ketua,

Sekretaris,

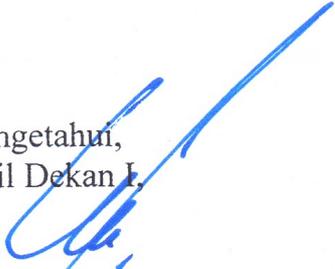

Dr. Nurman, S.Sos., M.Si.


La Ode Syarfan, SE., M.Si.

Anggota,


Arief Rifai Harahap, S.Sos., M.Si.

Mengetahui,
Wakil Dekan I,


Dr. H. Panca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

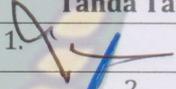
=====

BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor: 095/UIR-Fs/Kpts/2020 tanggal 24 maret 2020 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini, Kamis tanggal, 26 Maret jam 10.00 – 11.00 Wib, bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : Celine Lidya Astriani
NPM : 167210115
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : **Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata pada PT. Indoraya Mulia Tour and Travel.**

Nilai Ujian : Angka : " 82.7 " ; Huruf : " A "
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / Tidak Lulus / Ditunda
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. H. Nurman, S.Sos., M.Si.	Ketua	1. 
2.	La Ode Syarfan, SE., M.Si.	Sekretaris	2. 
3.	Arief Rifai Harahap, S.Sos., M.Si.	Anggota	3. 
4.	Afrizal, SE., M.Si.	Notulen	4. 

Pekanbaru, 26 Maret 2020
An. Dekan,


Dr. H. Panca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si.
Wakil Dekan I Bid. Akademik

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Celine Lidya Asritami
NPM : 167210115
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Di Kota Pekanbaru, Riau

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh Mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administratif dan akademis, oleh karena itu dapat disahkan sebagai sebuah Karya Ilmiah.

Ketua,

Pekanbaru, 13 April 2020

An. Tim Penguji
Sekretaris,

Dr. Nurman, S.Sos., M.Si.

La Ode Syarfan, SE., M.Si.

Turut Menyetujui,

Wakil Dekan I,

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Ketua,

Dr. H. Panca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si.

La Ode Syarfan, SE., M.Si.

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah yang ditulis dalam bentuk naskah skripsi yang sederhana ini ku persembahkan sebagai sedikit tanda bakti dan ucapan terima kasih ku kepada segenap hamba Allah yang ku tulis berikut ini yang telah banyak berjasa dalam perjalanan kehidupanku sampai saat ini.

Khusus untuk Ibunda **Herlina**

bersama Ayahanda **Bustami Alwie** yang tercinta.

Terima kasih atas seluruh limpahan kasih sayang tidak terbatas yang telah beliau curahkan kepadaku, semoga Allah SWT tetap melimpahkan rahmat dan karunia yang tiada terputus kepada mereka, amin...

Kepada yang tersayang Kakanda **Eka Saputra Bush** dan

Adinda **Rachel Amadea Bush** dan **Nia Kirana**

yang telah membantuku baik materil maupun moril, serta memotivasiku dalam menyelesaikan studi.

Terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan, semoga Allah SWT mencatatnya sebagai amal baik beliau dan membalasnya dengan rahmat dan karunia yang setimpal, amin...

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan segala keterbatasan akhirnya karya ilmiah yang ditulis dalam bentuk usulan penelitian ini dapat penulis selesaikan. Usulan penelitian ini berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour And Travel*” ini penulis tulis dan diajukan ke fakultas dalam rangka memenuhi syarat penyusunan skripsi.

Penulis dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menyusun setiap lembar bab perbab usulan penelitian ini sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas. walaupun demikian penulis menyadari bahwa pada lembar tertentu dari naskah usulan penelitian ini mungkin ditemukan berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal itu penulis berharap kemakluman serta masukan dari para pembaca.

Penulis menyadari pula dalam proses studi maupun dalam proses penulisan dan penyelesaian usulan penelitian ini banyak pihak yang turut membantu. Sehubungan dengan itu secara khusus pada lembar ini penulis mengucapkan salud dan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCL., yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di lembaga pendidikan ini.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, Bapak Dr. H. Moris Adidi Yogia, M.Si., yang telah memberikan fasilitas yang memadai dalam proses belajar mengajar dan menjadi pembimbing

akademik yang mampu memotivasi penulis untuk dapat menyelesaikan studi strata satu dengan tepat waktu.

3. Bapak La Ode Syarfan, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis telah memfasilitasi dan sangat membantu penulis dalam penyusunan usulan penelitian ini.
4. Bapak Dr. Nurman, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan proposal dan skripsi yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis selama proses bimbingan berlangsung, serta selaku Dosen Mata Kuliah Teknik Penulisan dan Presentasi Ilmiah yang telah menyediakan waktu dan menularkan pengetahuan kepada penulis terutama selama proses belajar mengajar berlangsung.
5. Ibu Prof. Dr. Rosmayani, S.Sos., M.Si., selaku dosen Dosen Mata Metode Penelitian Sosial yang telah menyediakan waktu dan memberikan pengetahuan kepada penulis selama proses belajar mengajar.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak dapat penuli sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama di bangku perkuliahan dengan mendidik dan mengajar serta memberikan dorongan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan usulan penelitian ini.
7. Bapak dan Ibu, karyawan dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.

8. Ibu Orin selaku manager PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau yang telah memberikan izin dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penulis dalam rangka menyelesaikan tugas akhir perkuliahan ini.
9. Ibu Herlina dan Bapak Bustami Alwie selaku kedua orang tua penulis yang selalu memberikan motivasi dan kerja kerasnya untuk penulis agar dapat menimba ilmu di Universitas Islam Riau.
10. Eka Saputra Bush, Rachel Amadea Bush, dan Nia Kirana selaku abang dan adik yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
11. Keluarga, sahabat, dan kerabat yang selalu memotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir perkuliahan ini secara tepat dan cepat.
12. Seluruh teman seperjuangan di jurusan Administrasi Bisnis kelas A angkatan 2016 yang selalu memberikan motivasi dan kerjasamanya dalam proses belajar.

Penulis bermohon kepada Yang Maha Kuasa semoga jasa baik Beliau tersebut dibalas dengan rahmat dan karunia yang setimpal, amin ya rabbal alamin.

Akhirnya penulis berharap semoga usulan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang cukup berarti kepada setiap para pembacanya.

Pekanbaru, 06 April 2020

Celine Lidya Asritami

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iii
BERITA ACARA UJIAN KONFERENSI SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	25
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	26
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR	27
A. Studi Kepustakaan	27
B. Kerangka Pikir	44
C. Hipotesis	45
D. Konsep Operasional	45
E. Operasionalisasi Variabel	49
F. Teknik Pengukuran	50
BAB III : METODE PENELITIAN	52
A. Tipe Penelitian	52
B. Lokasi Penelitian	52
C. Populasi dan Sampel	53
D. Teknik Penarikan Sampel	54
E. Jenis dan Sumber Data	56
F. Teknik Pengumpulan Data	56
G. Teknik Analisis Data	57
H. Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian	58
BAB IV : DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN	59
A. Sejarah dan Perkembangan PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i> Pekanbaru	59
B. Visi, Misi dan Nilai-Nilai pada PT Indoraya Mulia <i>Tour and</i> <i>Travel</i> Pekanbaru	62
C. Struktur Organisasi PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	63
D. Tugas Setiap Jabatan Pada PT Indoraya Mulia <i>T&T</i>	65
E. Sumber Daya PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	71
F. Produk Jasa pada PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	72

G. Kerangka Kerja PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	73
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
A. Identitas Responden.....	75
B. Analisis Kepuasan Pelanggan Paket Jasa Pada PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i> Pekanbaru	79
C. Faktor Pendukung Kepuasan Pelanggan Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	93
D. Faktor Penghambat Kepuasan Pelanggan Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	94
BAB VI : PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	96
DAFTAR KEPUSTAKAAN	98



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
I.1 : Data perkembangan jumlah biro perjalanan wisata di Kota Pekanbaru.....	2
I.2 : Tujuan, Fasilitas, dan Harga <i>Tour Group dan Family</i> yang Ditawarkan PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	9
I.3 : Tujuan, Rencana Perjalanan, dan Harga <i>Tour Seat In Coach</i> yang Ditawarkan PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	15
I.4 : Data jumlah pengguna paket <i>tour</i> dan jumlah konsumen	19
I.5 : Data perusahaan dan kelompok pribadi sebagai pelanggan tetap PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	22
I.6 : Nama perusahaan pesaing/kompetitor	24
II.1 : Penelitian terdahulu mengenai kepuasan konsumen	42
II.2 : Operasional variabel tentang analisis kepuasan pelanggan pada PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	49
III.1 : Jumlah populasi dan sampel penelitian.....	54
III.2 : Jadwal waktu kegiatan penelitian	58
V.1 : Distribusi Jumlah Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia Kota Pekanbaru Berdasarkan Jenis Kelamin	75
V.2 : Distribusi Jumlah Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia Kota Pekanbaru Berdasarkan Usia.....	76
V.3 : Distribusi Jumlah Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia Kota Pekanbaru Berdasarkan Pendidikan	77
V.4 : Distribusi Jumlah Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia Kota Pekanbaru Berdasarkan Pekerjaan	78
V.5 : Distribusi Jumlah Responden Tanggapan Pelanggan PT Indoraya Mulia Kota Pekanbaru Mengenai Indikator Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>).....	81
V.6 : Distribusi Jumlah Responden Tanggapan Pelanggan PT Indoraya Mulia Kota Pekanbaru Mengenai Indikator Keandalan (<i>Reliability</i>)	83
V.7 : Distribusi Jumlah Responden Tanggapan Pelanggan PT Indoraya Mulia Kota Pekanbaru Mengenai Indikator Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	85
V.8 : Distribusi Jumlah Responden Tanggapan Pelanggan PT Indoraya Mulia Kota Pekanbaru Mengenai Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>).....	87
V.9 : Distribusi Jumlah Responden Tanggapan Pelanggan PT Indoraya Mulia Kota Pekanbaru Mengenai Indikator Empati (<i>Empathy</i>)	90
V.10 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Pelanggan Mengenai Kepuasan Pelanggan Paket Jasa Pada PT Indoraya Mulia Kota Pekanbaru	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
I. 1 : Jumlah Biro Perjalanan Wisata	3
I. 2 : Data Perusahaan dan Kelompok Pribadi sebagai Pelanggan Tetap PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	23
II. 1 : Kerangka Pikir tentang Analisis Kepuasan Pelanggan Pengguna Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia <i>Tour And Travel</i>	45
IV.1 : Struktur Organisasi PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i> Kota Pekanbaru, Riau	65
IV.2 : Kerangka Kerja PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	73
V. 1 : Alur Kerja <i>Tour Guide Freelance</i>	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Daftar wawancara untuk <i>manager tour</i> dan karyawan penelitian tentang analisis kepuasan pelanggan jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	100
2 : Daftar kuesioner untuk pelanggan penelitian tentang analisis kepuasan pelanggan jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	105
3 : Rekap identitas responden sebagai pelanggan paket jasa penelitian tentang analisis kepuasan pelanggan jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	111
4 : Rekap telly data penelitian tentang analisis kepuasan pelanggan jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	113
5 : Dokumentasi penelitian tentang analisis kepuasan pelanggan jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia <i>Tour and Travel</i>	116
6 : Fotocopy surat rekomendasi riset No. 161/E-UIR/27-FS/2020 dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau	120
7 : Fotocopy surat rekomendasi riset No. 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/30481 dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.....	121

SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian konferhensif skripsi yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Celine Lidya Asritami
NPM : 167210115
Jurusan : Ilmu Administrasi
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Di Kota Pekanbaru, Riau

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian konferhensif ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya nyatakan:

1. Bahwa naskah skripsi ini adalah benar asli saya sendiri (tidak plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulis karya ilmiah.
2. Bahwa keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas dan universitas.
3. Bahwa apabila kemudian hari di temukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas persyaratanbutir 1 dan 2 tersebut di atas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konferhensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Faklutas dan Universitas serta Hukum Negara Republik Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 15 Februari 2020

Pembuat pernyataan,

Celine Lidya Asritami

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PAKET JASA
PADA PT INDORAYA MULIA *TOUR AND TRAVEL*
KOTA PEKANBARU, RIAU**

ABSTRAK

Celine Lidya Asritami

Kata kunci : Kepuasan, Pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau. Indikator penilaian kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan yaitu bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Penelitian ini berlokasi pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* di Jalan Gatot Subroto Nomor 11 D, Kota Pekanbaru. Tipe penelitian ini ialah survey deskriptif dengan menggunakan kuesioner dan teknik wawancara sebagai alat pengumpulan data dan di analisis dengan skala ordinal. Responden pada penelitian ini meliputi 1 *manager tour*, 1 karyawan, dan 68 pelanggan paket jasa pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *sampling purposive* dengan pertimbangan tertentu. Hasil penelitian membuktikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan paket jasa pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* berada pada kategori cukup puas dengan persentase penilaian 63,19%. Rekomendasi pembenahan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah perlu adanya penambahan jumlah karyawan untuk mendampingi perjalanan wisata, perusahaan memberikan seragam kepada karyawan, serta penetapan harga hendaknya termasuk biaya asuransi keselamatan.

**ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION PACKAGING SERVICES
IN PT INDORAYA MULIA TOUR AND TRAVEL
PEKANBARU CITY, RIAU**

ABSTRACT

Celine Lidya Asritami

Keywords: Satisfaction, Customers.

This study aims to determine the level of customer satisfaction of tour package services at PT Indoraya Mulia Tour and Travel in Pekanbaru, Riau. Indicators of customer satisfaction assessment based on service quality are tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This research is located at PT Indoraya Mulia Tour and Travel on Jalan Gatot Subroto Number 11 D, Pekanbaru City. This type of research is a descriptive survey using a questionnaire and interview techniques as a data collection tool and analyzed with an ordinal scale. Respondents in this study included 1 tour manager, 1 employees, and 68 service package customers at PT Indoraya Mulia Tour and Travel. The sampling technique used is purposive sampling technique with certain considerations. The results of the study prove that the level of customer satisfaction in the service package at PT Indoraya Mulia Tour and Travel is in the quite satisfied category with an assessment percentage of 63.19%. The recommended improvement at PT Indoraya Mulia Tour and Travel is the need for an increase in the number of employees to accompany travel, companies provide uniforms to employees, and pricing should include safety insurance costs.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring tingginya tingkat kesibukan masyarakat saat ini, kegiatan berlibur telah menjadi kebutuhan untuk menghilangkan kejenuhan terhadap pekerjaan yang terus dilakukan setiap harinya. Untuk itu, setiap orang memiliki pilihan destinasi berlibur masing-masing untuk mendapatkan ketenangan dan kesenangan dalam menghilangkan stres. Selain untuk mengembalikan suasana pikiran dan perasaan, dengan berlibur seseorang juga dapat berkumpul bersama keluarga dan merasakan kebersamaan yang mungkin hilang karena kesibukan akan pekerjaan. Selain itu, terkadang liburan dilakukan juga bersama kerabat ataupun teman satu kantor untuk menyegarkan pikiran bersama-sama.

Dengan dijadikannya liburan sebagai aspek pemuas dalam kehidupan manusia saat ini, tidak jarang seseorang menggunakan bantuan biro perjalanan wisata dan agen perjalanan wisata. Selain untuk mendapatkan tiket pesawat, akomodasi, maupun tempat wisata yang menarik, biro perjalanan wisata pastinya akan memberikan pelayanan lain seperti adanya pemandu wisata (*tour leader*) ataupun disediakan transportasi untuk berpergian. Hal itu dilakukan agar orang tersebut mendapatkan perjalanan yang menarik dan menyenangkan serta ditambah dengan adanya pengetahuan terhadap tempat yang belum pernah dikunjunginya. Dengan begitu, masyarakat yang memiliki rutinitas yang menyita waktu banyak

akan menggunakan biro perjalanan wisata sebagai bentuk keefektifitasan dan efisiensi dalam melaksanakan liburan.

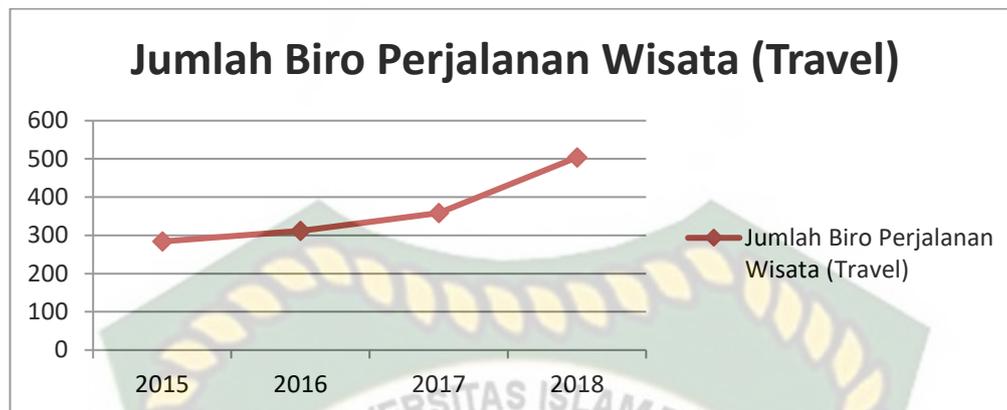
Semakin tingginya minat masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata saat ini, maka menuntut pula adanya peningkatan jumlah biro perjalanan wisata maupun agen perjalan wisata. Pada saat ini perusahaan perjalanan banyak bermunculan di Kota Pekanbaru, nama-nama biro perjalanan wisata tersebut dapat terlihat pada lampiran 1 dan peningkatan jumlah biro perjalanan wisata tergambar pada tabel berikut:

Tabel I.1 : Data Perkembangan Jumlah Biro Perjalanan Wisata di Kota Pekanbaru

Tahun	Jumlah Perusahaan	Persentase Kenaikan
2015	284	-
2016	312	10%
2017	358	15%
2018	504	41%
Rata-rata kenaikan per tahun	364,5	

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, 2019

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa rata-rata tingkat pertumbuhan biro perjalanan wisata di Kota Pekanbaru 365 perusahaan. Berdasarkan data yang penulis peroleh, pada tahun 2015 terdapat 284 perusahaan yang terdata di Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru. Selanjutnya pada tahun 2016 adanya peningkatan jumlah biro perjalanan wisata sebanyak 28 perusahaan dengan tingkat kenaikan dari tahun 2014 sebesar 10%. Kemudian tahun 2017 terjadi peningkatan sebesar 15% atau setara dengan bertambahnya 46 perusahaan. Pada tahun 2018 terjadinya kenaikan sebanyak 146 perusahaan dengan persentasi kenaikan 41%.



Sumber : Data olahan dari tabel I.1, 2019

Gambar I.1 : Data Perkembangan Jumlah Biro Perjalanan Wisata di Kota Pekanbaru

Peningkatan jumlah biro perjalanan yang begitu cepat di Kota Pekanbaru saat ini, menyebabkan perusahaan-perusahaan terus bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik untuk memuaskan pelanggan dan menarik loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Apabila pengguna jasa wisata merasa harapannya terpenuhi oleh biro perjalanan wisata tersebut, maka secara langsung pengguna akan kembali untuk menggunakan jasa ataupun merekomendasikan perusahaan kepada orang lain sesuai dengan pengalaman yang telah dirasakannya selama perjalanan.

Perkembangan perusahaan dibidang pariwisata saat ini, menyebabkan pemerintah menjadikan sektor pariwisata menjadi sumber pendapatan daerah yang menjanjikan saat ini. Dalam rangka menunjang aktivitas dalam sektor pariwisata ini, pemerintah diharapkan mampu menjaga hak-hak konsumen dalam penggunaan jasa dari perusahaan sektor pariwisata. Salah satu yang menjadi perhatian pemerintah dibidang pariwisata ialah keamanan bagi konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen perlu mendapatkan kepastian terhadap perlindungan

keamanan dalam menggunakan jasa pariwisata. Pemerintah perlu mendata seluruh biro perjalanan wisata dan setiap biro perjalanan wajib memiliki izin terhadap pendirian perusahaan pariwisata sebagai bukti adanya jaminan hukum. Dalam pemberian perizinan tersebut, pemerintah perlu mengetahui prosedur pekerjaan, kelayakan transportasi yang digunakan, asuransi yang digunakan oleh perusahaan dalam menjaga keamanan konsumen, maupun hal lain yang menjadi faktor pelindung konsumen.

Setiap biro perjalanan berusaha mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mendapatkan kepercayaan konsumennya dan mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Hal yang dilakukan oleh perusahaan yaitu memenuhi kebutuhan konsumen dan memperoleh kepuasan konsumen dari pelayanan yang diberikan.

Untuk mendapatkan kepuasan konsumen tersebut melalui kualitas pelayanan, maka perusahaan perlu memiliki sumber daya manusia yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan lebih mengenai tempat wisata yang menjadi pilihan destinasi perjalanan yang ditawarkan. Setiap karyawan yang memberikan pelayanan dalam perjalanan wisata diharapkan mampu merespon keluhan konsumen secara cepat, tepat dan tanggap untuk memberikan kesan yang baik terhadap pelanggan. Selain itu, perusahaan juga perlu memberikan rasa nyaman, memberikan jaminan keselamatan selama perjalanan, serta menjamin keselamatan barang-barang konsumen selama perjalanan, serta mengedepankan kepentingan konsumen dalam perjalanan.

Sikap utama yang harus dimiliki oleh seorang karyawan perjalanan wisata yaitu kejujuran, ketelitian, dan komunikatif terhadap segala hal yang berkenaan dengan konsumen. Seorang karyawan perjalan wisata juga harus memberikan fasilitas yang telah dijanjikan sebelumnya kepada konsumen dalam perjalanan, seperti bus yang nyaman dengan adanya ac, wifi, maupun fasilitas lainnya yang dijanjikan. Tidak kalah pentingnya, karyawan juga mempersiapkan kebutuhan untuk pertolongan pertama dalam perjalanan seperti P3K dan kantong plastik bagi yang membutuhkan nantinya.

Dalam dunia usaha dan dunia industri (DU/DI) kepuasan pelanggan menjadi faktor utama untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha. Jika konsumen telah puas terhadap pelayanan dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, maka konsumen tersebut akan menjadi loyal dan berubah menjadi pelanggan tetap. Selain itu, pelanggan juga akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain sehingga perusahaan semakin diminati oleh banyak orang dan akan terus bertahan dalam persaingan. Dengan adanya peningkatan pelanggan pada perusahaan, maka akan berpengaruh pula pada pendapatan perusahaan yang terus meningkat dan perusahaan dapat terus berkembang dengan membuka cabang atau menambah jumlah karyawan. Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, perlu dilakukannya pembenahan terhadap kualitas pelayanan maupun produk secara terus menerus, serta melibatkan konsumen untuk memberikan saran atau kritik bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan juga mampu memberikan kekuatan bagi perusahaan untuk menang dalam persaingan dengan perusahaan sejenis.

Salah satu bentuk biro perjalanan wisata di Kota Pekanbaru ialah PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*, yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto No. 11 D, Kelurahan Kota Tinggi, Kecamatan Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru. PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* adalah sebuah Perusahaan yang bergerak di bidang jasa *travel* yang didirikan pada tahun 1987 dan kemudian mendapatkan keanggotaan penuh ASITA (*Association of The Indonesian Tours & Travel Agencies*) pada tahun 1989.

Pada tahun 1992, PT Indoraya Mulia kemudian menjadi member IATA (*International Air Transport Association*) dan dengan demikian berhak menerbitkan tiket rute International dengan menggunakan *airlines international* seperti *Singapore Airlines*, *Malaysia Airlines*, *Eva Air*, *Qatar Airlines*, dan lainnya. Menjadi anggota dari IATA merupakan suatu nilai lebih bagi PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*, karena di Kota Pekanbaru hanya ada tiga biro *travel* yang bergabung dalam IATA, dan salah satunya adalah PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

Adapun produk jasa yang ditawarkan ialah berupa pengadaan tiket pesawat baik domestik maupun international, reservasi hotel (*inbound* dan *outbound*), pengurusan *travel documents* seperti VISA, Passport, dan lainnya, dan pengadaan paket *tour*. Adapun paket *tour* yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* antarlain:

1. *Tour Seat In Coach (SIC) atau Open Trip*

Paket *tour SIC* ini merupakan paket *tour* yang didalamnya ada kerjasama antara PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dengan biro perjalanan wisata lain, dengan harga lebih murah dari pada paket *private*. Paket ini diberikan oleh pelanggan yang menginginkan harga ekonomis dengan minimal 1 orang penumpang. Terkadang apabila suatu *travel agent* tidak memiliki paket *SIC* maka mereka akan menawarkan paket *private* yang harganya sedikit lebih mahal.

Paket ini terbilang lebih murah dikarenakan *open trip*, di mana peserta dapat bergabung dengan wisatawan lainnya dengan jadwal, akomodasi, transportasi telah ditetapkan oleh perusahaan. Contoh *Tour SIC* pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah berkerjasama dengan *Tour 2Cango.com*. Melalui link yang tersedia, *costumer* dapat mengecek secara mandiri dan memilih destinasi yang dituju, dan akomodasi yang sesuai dengan pilihan mereka. Penetapan harga disesuaikan dengan akomodasi dan negara yang dipilih oleh *costumer*.

2. *Tour Group (GIT)*

Paket *tour GIT* merupakan paket yang ditawarkan oleh perusahaan dengan minimal peserta *tour* 15 orang dengan angka maksimal yang tidak terbatas. Pada paket ini semakin banyak jumlah peserta perjalanan maka akan semakin murah harga yang ditawarkan oleh perusahaan.

Biasanya yang menggunakan paket *GIT* ini ialah peserta dari perusahaan, sekolah, maupun instansi pemerintah.

3. *Private Tour/Family Tour (FIT)*

Pada paket *FIT* ini, pelanggan dapat memesan bentuk perjalanan yang diinginkan dan perusahaan akan mencoba merekomendasi destinasi yang sesuai dengan keinginan pelanggan tersebut. Biasanya untuk *private tour* ini jumlah pesertanya tidak banyak dengan minimal 2 orang peserta untuk *honeymoon* atau wisata keluarga dengan maksimal 14 peserta perjalanan.

Kelebihan dari paket *private* pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ini ialah harga bisa disesuaikan dengan anggaran keuangan pelanggan. Selain itu perusahaan juga memiliki penawaran jasa dengan nama “Solmet Indoraya” yang memiliki kepanjangan solusi hemat jalan-jalan bersama Indoraya. Dengan adanya penawaran paket tersebut, maka tidak selamanya paket *private* lebih mahal dari pada *SIC*.

Dengan berbagai paket *tour* yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*, pastinya pelanggan juga mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan yang menjadi salah satu kunci kepuasan pelanggan ialah harga. Adapaun jenis paket *tour* yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dan harga ialah sebagai berikut:

Tabel I.2 : Tujuan, Fasilitas, dan Harga *Tour Group dan Family* yang Ditawarkan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*

No.	Tujuan	Fasilitas	Harga (start from)	
			GIT (min. 15 pax)	FIT (min. 5 pax)
1	2	3	4	5
1.	<p>Malang, Batu, Bromo <i>tour</i> (4 hari, 3 malam)</p> <p>Hari ke-1: Wisata ke Coban Rondo, Taman Labirin, Museum Angkut, BNS (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-2 : Perjalanan ke Pantai Balaikambang dan Bajul Mati (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-3 : Wisata ke Bukit Penanjakan Gunung Bromo, Bukit Teletubbies, Pasir Berbisik, Kembali ke Batu, Wisata Jatim Park III, Dino Park. (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-4 :Wisata ke Agrowisata, belanja oleh-oleh. (<i>included</i> makan pagi dan siang)</p>	<p>1. Transportasi (Bus dan jeep/hardtop), <i>driver</i>, BBM</p> <p>2. Hotel *3 (Whiz Prime Hotel/El Hotel/Grand Palace)</p> <p>3. Tiket masuk semua objek wisata</p> <p>4. Parkir semua lokasi</p> <p>5. <i>Snack box</i></p> <p>6. Spesial gift (kempluk dan sarung tangan bromo)</p> <p>7. <i>Fee driver</i></p> <p>8. P3K, masker</p> <p>9. Asuransi</p>	Rp 5.000.000	Rp5.700.000
2.	<p>Bali – Lombok (5 hari, 4 malam)</p> <p>Hari ke-1: Kedatangan ke Bali, <i>check in</i> hotel, makan malam</p>	<p>1. Tiket pesawat citilink PP</p> <p>2. Hotel *3 (Swissbel Expres Kuta & Idoop Mataram)</p>	Rp 7.000.000	Rp 8.000.000

1	2	3	4	5
	<p>Hari ke-2 : Pantai Pandawa, Uluwatu <i>tour</i> (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-3 : Wisata ke Wanagiri, Bedugul, melihat matahari tenggelam di Tanah Lot (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-4 : <i>check out</i> hotel di Bali, wisata ke Gili Trawangan, ke Lombok (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-5 : <i>check out</i> hotel, menuju Sasak Village, Pantai Kuta, bandara (<i>included</i> makan pagi dan siang)</p>	<p>3. Transportasi, BBM dan <i>driver</i></p> <p>4. Pemandu wisata</p> <p>5. Tiket wisata dan parkir sesuai program</p> <p>6. Makan sesuai program</p> <p>7. Air mineral saat <i>tour</i></p> <p>8. Tiket Fast Boat Bali – Gilitrawangan (one way)</p> <p>9. Spead Boat private Gilitrawangan – Lombok (one way)</p>		
3.	<p>Yogyakarta (4 hari, 3 malam)</p> <p>Hari ke-1 : Wisata Candi Prambanan, Pantai Indrayanti, Candi Ratu Boko, Bukit Bintang. (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-2 : Puncak Mangunan, Bukit Mojo, Hutan Pinus, Pantai Parangtritis, Alun-alun Kidul. (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p>	<p>1. Tiket pesawat citilink PP</p> <p>2. Akomodasi hotel *3 (Abadi Hotel, Senopati Malioboro Hotel, Burza Hotel, atau sejenisnya)</p> <p>3. Transportasi bus, tip guide, BBM, <i>driver</i></p> <p>4. Makan sesuai program</p> <p>5. Objek wisata sesuai program</p>	Rp 4.300.000	Rp 5.000.000

1	2	3	4	5
	<p>Hari ke-3 : Museum Ullen Sentalu, jeep lava <i>tour</i>, Bukit Klamong, Malioboro. (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-4: Keraton, Tamansari, Sentra Batik, dan pusat oleh-oleh. (<i>included</i> makan pagi dan siang)</p>			
B. Paket Internasional				
1.	<p>Malaysia & Pattaya <i>tour</i> (4 hari, 3 malam)</p> <p>Hari ke-1 : Pekanbaru ke Malaysia, wisata ke KLCC Twin Tower, Dataran Merdeka, Batu Cave, menuju Putra Jaya. Penerbangan Malaysia ke Thailand, menuju Pattaya dan <i>check in</i> Hotel. (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam menu pesawat)</p> <p>Hari ke-2 : Mengunjungi Erawadee Herb, Wold Gem, The Legend of Siam, Floting Market, Laser Budha Hill, Silver Like, Grape Farm, Dried Food Center, Icon Siam Mall, Sook Siam Market. (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-3 : <i>Tour</i> ke Chaopraya River Cross</p>	<p>1. Hotel *3 : 1 malam Malaysia, 1 malam Bangkok, 1 Malam Pattaya</p> <p>2. Tiket pesawat PP Air Asia</p> <p>3. Bagasi pulang Bangkok – PKU perorang 10 kg</p> <p>4. Bagasi kabin 7 kg</p> <p>5. Makan sesuai program</p> <p>6. Program <i>tour</i> dan kunjungan objek wisata</p> <p>7. Mobil Van 18 <i>seat</i>, include <i>driver</i>, dan BBM</p> <p>8. Tips <i>guide</i> dan <i>driver</i></p>	Rp 5.000.000	Rp 5.500.000

1	2	3	4	5
	<p>menggunakan boat ke Wat Arun (Tample of Dawn), Frost Magisc of Ice, Honey Bee Farm, MBK Mall/Platinum Mall, ke bandara menuju Malaysia. (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-4 : Kembali ke Pekanbaru.</p>			
2.	<p>Malaysia <i>tour</i> (5 hari, 4 malam)</p> <p>Hari ke-1 : Perjalanan Pekanbaru ke Malaysia, menuju Penang dan <i>Check in</i> hotel. (<i>included</i> makan siang dan malam)</p> <p>Hari ke-2: <i>Check out</i> hotel, menuju Penang Bridge, Penang Hill, Penang Esplanade. Menuju Cameroon Highland dan <i>check in</i> hotel. (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-3: <i>Check out</i> hotel, menuju wisata Kebun Teh, Rose Garden, dan Local Strawberry. Menuju Batu Cave, Istana Negara KL. (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-4: Menuju Genting, ke KL (wisata ke Petronas Twin</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiket pesawat PP Air Asia 2. Bagasi kabin 7 kg 3. Hotel *3 (1 malam di Hotel Cititel Express Penang, 1 malam Hotel Royal Pasadena di Cameroon Highland, 2 malam di KL) 4. Makan sesuai program 5. Program <i>tour</i> dan kunjungan objek wisata 6. Mobil Van 18 <i>seat</i>, include <i>driver</i>, dan BBM 7. Asuransi 	Rp 4.500.000	Rp 5.000.000

1	2	3	4	5
	<p>Tower, KLCC, Dataran Merdeka, belanja di kawasan Sungai Wang/Bukit Bintang/Mesjid India. (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-5: <i>Check out</i>, menuju Putra Jaya, kembali ke Pekanbaru. (<i>included</i> makan pagi dan siang)</p>			
3.	<p>Vietnam <i>tour</i> (5 hari, 4 malam)</p> <p>Hari ke-1: Perjalanan dari Pekanbaru – Kuala Lumpur (Malaysia) – Ho Chi Min (Vietnam). (<i>included</i> makan di pesawat)</p> <p>Hari ke-2: Wisata ke War Kemnant Museum, Saigon Notre-Dame-Baslica, Reunificatin Palace (Independence Palace). (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam)</p> <p>Hari ke-3: Menuju Hoian mengunjungi Japanese Bridge, Phuc Kien Communal House, Tan Ky Traditional House, Handicraftsman at work, berbelanja di Hoi An. Menuju Da Nang, mengunjungi Marble Mountain, Non Nuoc Stone Village. (<i>included</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akomodasi 2. Tiket Air Asia (bagasi kabin 7 kg) 3. Pemandu <i>tour</i> 4. Makanan sesuai program Vietnam dan Chinese <i>food</i> (halal <i>food</i>) 5. Show dan <i>tour</i> sesuai jadwal 6. Tansportasi Ac private 7. 1 botol air mineral/orang /hari 8. Sampan in Parfume River in Hue 9. Cable Car in Ba Na Hill 	Rp 8.500.000	Rp 11.000.000

1	2	3	4	5
	makan pagi, siang, dan malam) Hari ke-4: Mengunjungi Vong Nguyet Villa, Wine Cellar, Linh Ung Pagoda, Monumen Sakyamuni Buddha, Sontra, kembali menggunakan cable car. (<i>included</i> makan pagi, siang, dan malam) Hari ke-5: Penerbangan pulang ke Pekanbaru (Indonesia).			

Sumber : PT Indoraya Mulia Tour and Travel, 2019

Tabel diatas menjelaskan beberapa rencangan perjalanan wisata yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* kepada pelanggannya. PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memberikan fasilitas, tujuan destinasi wisata, transportasi, serta akomodasi sesuai dengan tarif yang diinginkan oleh pelanggannya. Tarif yang diberikan sesuai dengan harga tiket pesawat, akomodasi, transportasi, fasilitas dan destinasi yang diinginkan oleh pelanggannya. Harga diatas merupakan harga pada tahun 2019. Perusahaan juga memberikan diskon harga berdasarkan kuantitas untuk menunjang peningkatan pengguna jasa paket wisata di Indoraya. Strategi harga yang digunakan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah strategi *bundling price*. *Bundling price* merupakan penetapan harga berdasarkan gaungan beberapa produk jasa dalam satu buah paketpenjualan. Dalam kata lain, *bundling price* ialah harga yang tersedia pada bentuk paket. Hal ini dilakukan dengan syarat semakin banyak

jumlah pelanggan yang menggunakan paket wisata pada satu kali keberangkatan, maka akan semakin murah pula harga yang diberikan oleh perusahaan bagi setiap pelanggannya.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* biasanya memberikan pelayanan tambahan tanpa ada kesepakatan terlebih dahulu dengan pelanggan. Biasanya perusahaan memberikan *upgrade* kamar secara gratis, harga yang diberikan sudah termasuk asuransi, maupun memberikan snack (makanan ringan) selama perjalanan. Selain itu jika ada waktu yang tersisa sebelum berangkat ke bandara untuk balik ke daerah asal, *tour leader* akan mengajak pelanggan mengunjungi destinasi wisata yang belum dikunjungi dan tidak termasuk destinasi yang harus dikunjungi sesuai perjanjian awal.

Selanjutnya selain menyediakan paket jasa wisata untuk domestik dan internasional, PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* juga bekerjasama dengan perusahaan lain dalam menyediakan paket jasa wisata. Salah satunya yaitu perusahaan 2cango.com yang menyediakan pakaet perjalanan wisata secara individual. Adapun beberapa paket wisata yang ditawarkan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* bersama 2 cango.com pada tahun 2019 ialah sebagai berikut:

Tabel I.3 : Tujuan, Rencana Perjalanan, dan Harga *Tour Seat In Coach* yang Ditawarkan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*

No.	Tujuan	Recana Perjalanan	Include	Harga (start from)
1	2	3	4	5
1.	Singapur (travel periode Oct '19- Mar '20)	4 hari, 3 malam Hari ke-1 : Perjalanan menuju Singapur dan <i>chec in</i> hotel sesuai	1. 3 malam di hotel *2 (harga tergantung hotel) 2. Sarapan di hotel (kecuali hotel yang	Rp 2.550.000,-

1	2	3	4	5
		<p>pesanan.</p> <p>Hari ke-2: Pagi ke Pulau Sentosa, Sore ke National Gallery Singapore, Supreme Court Building, City Hall, Merlion Park, Thian Hock Keng Temple, China Town, Singapore Botanic Gardens, National Orchid Garden, dan Little India.</p> <p>Hari ke-3 : memilih <i>tour SIC</i> ke Singapore Island/River Safari/ Night Safari.</p> <p>Hari ke-4: Kembali ke Pekanbaru.</p>	<p>menggunakan ruangan saja)</p> <p>3. Tiket Sentosa Island, tiket Singapore Island/River Safari/ Night Safari</p> <p>4. <i>Tour leader</i> (berbahasa inggris)</p>	
2.	<p>Hongkong (travel periode: august '19 – 02 Jan '20)</p>	<p>6 hari, 5 malam</p> <p>Hari ke-1: Tiba di Hongkong dan dijemput mulai pukul 08.00 – 21.00.</p> <p>Hari ke-2: ke Hongkong Disneyland.</p> <p>Hari ke-3: mengunjungi Aberdeen Fishing Village, Bauhinia Square, Victoria Peak, Souvenir shop, Tsim Sha Tsui East. Diantar</p>	<p>1. Hotel *3: 2 malam di Hong Kong, 2 malam di Shenzhen, 1 malam di Macau</p> <p>2. Tiket masuk Disneyland Hong Kong</p> <p>3. Transportasi: pengantaran airport – hotel – airport, <i>city tour</i>, Disneyland</p> <p>4. Kereta (MRT) 2 arah (Hongkong – Shenzhen – Hongkong) Ferry (Shenzhen – Macau dan Macau – Hongkong)</p> <p>5. Gratis Visa on Arrival Shenzhen</p>	Rp 8.080.000,-

1	2	3	4	5
		<p>ke Shenzhen.</p> <p>Hari ke-4: Mengunjungi 2 Shopping Stop (Mineral Museum & Pearl Shop), Splendid China, China Folk Culture Village dan show. (included makan pagi/siang)</p> <p>Hari ke-5: Menuju Macau menggunakan ferry. Wisata ke Penha Hill, St. Paul Church, A-ma Temple dan Venetian Resort. (included makan pagi/siang)</p> <p>Hari ke-6 : Berangkat ke Hongkong.</p>	<p>untuk min. 2 orang dewasa dengan melampirkan detail paspor saat booking (tidak berlaku saat event tertentu)</p>	
3.	Korea (Seoul City Tour, Periode: July '19 – March '20)	<p>3 hari, 2 malam</p> <p>Hari ke-1: Tiba di Jeju Airport, dijemput oleh <i>driver</i> dan di antar ke hotel.</p> <p>Hari ke-2: Perjalanan keliling kota.</p> <p>Hari ke-3: Acara bebas hingga waktu penjemputan kembali ke airport</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2 malam penginapan di Seoul and Dongdaemun Hotel (termasuk makan pagi) 2. Transportasi dari airport – hotel – airport 3. <i>Guide</i> berbahasa Inggris atau Mandarin 4. <i>free city tour</i> setiap Selasa dan Sabtu (Pk. 09.00 – 18.00) 5. Program sesuai jadwal yang direncanakan. 	Rp 1.850.000,-

4.	Taiwan (Taipei, Periode : Jul – Dec '19)	3 hari, 2 malam Hari ke-1 : Tiba di Bandara International Taipei, diantar ke hotel, acara bebas. Hari ke-2: Acara bebas. Hari ke-3: Acara bebas hingga waktu penjemputan kembali ke airport.	1. 2 malam menginap di hotel Lio Ximen Taipei (termasuk makan pagi) 2. Sarapan di hotel 3. Makan sesuai program 4. Penjemputan airport – hotel –airport bersama tamu lain (SIC) 5. Perjalanan sesuai jadwal	Rp 1.250.000,-
----	--	---	---	----------------

Sumber : 2Cango.com, 2019

PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* juga menawarkan paket wisata *seat in coach* di mana perjalanan dilakukan bersama wisatawan lainnya. Pada tabel diatas menunjukkan beberapa tujuan destinasi wisata yang ditawarkan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* melalui kerjasama dengan 2cango.com. Penetapan harga *SIC tour* berdasarkan lama perjalanan, objek wisata, dan penginapan yang dipilih. Sedangkan waktu perjalanan telah ditetapkan oleh perusahaan. Hanya saja tiket keberangkatan dan kepulangan dari daerah asal ke daerah tujuan ataupun sebaliknya tidak termasuk dalam fasilitas yang ditanggung perusahaan. Harga yang ditetapkan hanya untuk fasilitas yang disediakan selama liburan saja. Saat melakukan perjalanan bersama 2cango.com, PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* hanya sebagai perantara untuk menawarkan produk dari 2cango.com kepada pelanggan.

Paket *seat in coach (SIT)* merupakan cara yang dilakukan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dalam menciptakan kepuasan pelanggannya. Dengan paket

SIC ini pelanggan akan mendapatkan harga yang relatif lebih murah, dikarenakan destinasi yang ditawarkan telah ditetapkan, penginapan yang ditawarkan dimulai dari harga yang terendah pada setiap negara, dan harga tidak tergantung pada jumlah orang yang berangkat. Hal ini dikarenakan harga telah ditetapkan sedemikian rupa tanpa perlu adanya tawar menawar dengan perusahaan.

Faktor utama yang menjadi indikator yang mengukur kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa tentunya kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggannya. Pada dasarnya kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kesan yang baik di hati pelanggan terhadap jasa yang telah ditawarkan perusahaan. Oleh karena itu sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, PT Indoraya Mulia memahami arti penting terhadap kepuasan pelanggan. Atas dasar tersebut, perusahaan selalu mengutamakan pelayanan terbaik dan menjamin kepuasan para pengguna jasa dan mengedepankan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.

Pada tabel I.4 dibawah ini merupakan jumlah konsumen yang menggunakan jasa dari PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* :

Tabel I.4 : Data Jumlah Pengguna Paket Tour dan Jumlah Konsumen PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*

Tahun	Jumlah Paket Tour (Grup/Rombongan)			Jumlah Konsumen (orang)	Persentase Kenaikan /Penurunan
	GIT	FIT	SIC		
2014	5	3	5	240	-
2015	2	3	8	161	(32,92%)
2016	2	1	6	111	(31,06%)
2017	4	6	12	216	94,59%
2018	6	6	10	280	29,63%

Sumber: Data Prasurevei pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*, 2019

Keterangan:

1. **GIT (*Tour Group*)** : Jumlah kelompok yang melakukan perjalanan dengan minimal 15-40 orang dalam satu kelompok.
2. **FIT (*Private Tour/Family Tour*)** : Jumlah kelompok perjalanan *private* atau keluarga, dengan jumlah anggota perjalanan 2-14 orang.
3. **SIC (*Tour Seat In Coach*)** : Jumlah kelompok yang mengikuti perjalanan gabungan dengan wisatawan lain, dengan minimal pengguna paket 1 orang.

Dari tabel jumlah konsumen tersebut dapat terlihat bahwasanya pada tahun 2015 terjadinya penurunan jumlah pengguna paket wisata sejumlah 79 orang dengan persentase penurunan (32,92%) dibandingkan tahun 2014. Kemudian pada tahun 2016 terjadi pengurangan jumlah konsumen sebanyak 50 orang dibandingkan dengan tahun 2015 dengan persentase penurunan (31,06%).

Beberapa alasan yang mengakibatkan penurunan jumlah konsumen saat itu menurut *manager tour* pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* berdasarkan kuisisioner yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya, yaitu harga yang ditawarkan oleh perusahaan lebih tinggi dari pada perusahaan kompetitor, didalam perjalanan *tour leader* kurang interaktif dan komunikatif dengan peserta perjalanan sehingga perjalanan terasa membosankan, kondisi transportasi dan akomodasi yang kurang nyaman bagi peserta perjalanan, terkadang *tour leader* kurang cepat dalam menanggapi permintaan tamu dalam hal permintaan tiket

pesawat namun pemesanan tidak langsung dilakukan, dan juga masalah mengenai menu makanan yang ditawarkan tidak sesuai dengan selera pelanggan.

Namun bagi PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*, setiap kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan dijadikan sebagai masukan dan pelajaran untuk perusahaan di masa depan agar dapat memberikan pelayanan prima. Hal ini terlihat dari data jumlah konsumen di atas, bahwasanya pada tahun 2017 dan 2018 terjadi peningkatan pelanggan. Peningkatan pelanggan ini diasumsikan karena adanya penawaran produk *tour* dengan harga yang terjangkau melalui *tour SIC* dan juga tingkat kualitas pelayanan yang lebih baik dari pada tahun sebelumnya.

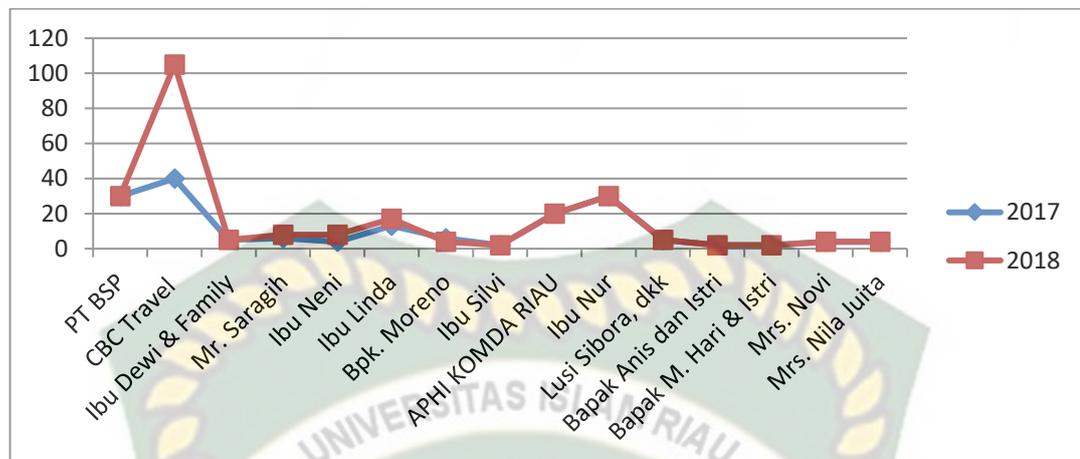
Bentuk dari peningkatan pelayanan yaitu terlihat dari *tour leader* yang pandai berinteraksi selama perjalanan, seperti membuat kuis berhadiah dan permainan. Selain itu perusahaan juga memberikan layanan tambahan tanpa tambahan biaya, seperti *upgrade* kamar hotel, memberikan asuransi perjalanan secara gratis, yaitu asuransi ACA untuk perjalanan domestik dan asuransi Allianz untuk perjalanan keluar negeri. Semua dilakukan perusahaan untuk mendapatkan minat pelanggan untuk menggunakan jasa dari PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dan berharap menjadi pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi terhadap perusahaan.

Pada saat ini PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memiliki beberapa perusahaan maupun kelompok pribadi yang menjadi pelanggan tetap dalam melakukan perjalanan wisata. Adapun pelanggan tetap ini PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah sebagai berikut:

Tabel I.5 : Data Perusahaan dan Kelompok Pribadi sebagai Pelanggan Tetap PT Indoraya Mulia Tour and Travel

No.	Nama Perusahaan	Paket Tour	Jumlah Pelanggan Per Tahun (orang)	
			2017	2018
1.	PT Bumi Siak Pusako (BSP)	GIT	30	30
2.	CBC Travel	GIT	40	105
3.	Ibu Dewi & Family	FIT	5	5
4.	Mr. Saragih, dkk	FIT	6	8
5.	Ibu Neni, dkk	FIT	4	8
6.	Ibu Linda, dkk	FIT	13	17
7.	Bpk. Moreno, dkk	FIT	6	4
8.	Ibu Silvi	FIT	2	2
9.	APHI KOMDA RIAU	GIT	20	20
10.	Ibu Nur Bayangkari, dkk	GIT	30	30
11.	Lusi Sibora, dkk	SIC	5	5
12.	Bapak Anis dan Istri	SIC	2	2
13.	Bapak M. Hari & Istri	SIC	2	2
14.	Mrs. Novi	SIC	4	4
15.	Mrs. Nila Juita	SIC	4	4
Jumlah Pelanggan			173	246
Rata-Rata Pelanggan Per Tahun			210	
Persentase Kenaikan Jumlah Pelanggan			42,19%	

Sumber: Data Prasurvei pada PT Indoraya Mulia Tour and Travel, 2019



Sumber : Data olahan dari tabel I.5, 2019

Gambar I.2 : Data Perusahaan dan Kelompok Pribadi sebagai Pelanggan Tetap PT Indoraya Mulia Tour and Travel

Dari data jumlah konsumen yang melakukan pengulangan dalam penggunaan paket wisata yang ditawarkan oleh PT Indoraya *Tour and Travel* dalam 2 tahun terakhir terlihat meningkat. Pada tahun 2017 jumlah pelanggan yang menggunakan paket wisata yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* berjumlah 173 orang. Selanjutnya pada tahun 2018 terjadi peningkatan pelanggan sebanyak 73 orang. Pada tabel diatas disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan yang melakukan pengulangan penggunaan jasa pada 2 tahun terakhir yaitu paket *private tour* atau *family tour*, dengan persentase kenaikan jumlah pelanggan sebesar 42,19%.

Kenaikan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ini dapat menjelaskan bahwa tingkat kepuasan konsumen yang diberikan oleh perusahaan dinilai baik. Kepuasan pelanggan disini dapat dinilai dari tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Karena pada dasarnya apabila pelayanan yang diberikan kurang memuaskan pelanggan, maka pelanggan

akan berusaha mencari perusahaan perjalanan wisata lainnya yang dapat memenuhi keinginan mereka, sehingga akan mempengaruhi tingkat pendapatan perusahaan yang menurun dan tidak sesuai target yang ditetapkan.

Dengan banyaknya kompetitor saat ini, kualitas pelayanan menjadi hal utama untuk menjamin loyalitas pelanggan. Adapun perusahaan kompetitor PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah sebagai berikut:

Tabel I.6 : Nama-nama Perusahaan Pesaing/Kompetitor PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*

No.	Nama Perusahaan	Alamat
1.	Sanel <i>Tour and Travel</i>	Jl. Teuku Umar No. 43
2.	Dwidaya <i>Tour</i>	Jl. Riau No. 58
3.	PT Nova Taruna Wisata	Jl. Riau No. 189 E
4.	PT Elitt International <i>Tour and Travel</i>	Jl. Riau No. 26 A

Sumber: Data Prasurvei pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa perusahaan pesaing memiliki kualitas yang baik dalam perusahaannya, sehingga dapat dikatakan sebagai kompetitor yang dapat membahayakan bagi PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* apabila tidak memperhatikan keluhan pelanggan dan harus segera memperbaiki kesalahan yang pernah terjadi.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan beberapa fenomena yang menjadi permasalahan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*, antaralain:

1. Terdapat 3 (tiga) jenis paket wisata yang menjadi alternatif pilihan bagi pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau.

2. Sebagian pelanggan PT Indoraya Mulai *Tour and Travel* pada tahun 2017-2018 lebih tertarik menggunakan paket *private tour* atau *family tour (FIT)*.
3. Dari tahun 2017 hingga 2018 adanya fluktuasi permintaan pelanggan, namun cenderung adanya peningkatan jumlah pelanggan terlihat pada tabel I.5.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* pada saat ini diasumsikan mulai membaik. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan yang diberi judul “**Analisis Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Paket Wisata PT Indoraya Mulia *Tour and Travel***”.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan fenomena yang telah dijabarkan dalam latar belakang, penelitian ini guna mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang diukur melalui indikator kualitas pelayanan berdasarkan persepsi konsumen. Maka berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, permasalahan yang dirumuskan ialah “Bagaimana Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Paket Wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*”.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pelanggan jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Guna teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai pengukuran tingkat kepuasan konsumen melalui indikator kualitas pelayanan.
- b. Guna praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* sebagai bahan informasi dan perbandingan mengenai kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan yang diberikan.
- c. Guna akademisi, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya dan dapat bermanfaat bagi para akademisi jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Riau.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA FIKIR

A. Studi Kepustakaan

1. Konsep Administrasi

Ilmu administrasi merupakan cabang ilmu sosial yang bersifat universal. Hal ini dikarenakan penerapan prinsip-prinsip, dalil-dalil, dan rumus-rumusya didasarkan pada pendekatan adaptasi supaya memberikan hasil yang diharapkan. Tujuan utama administrasi ialah penentuan tujuan organisasi dan menentukan kebijaksanaan umum yang mengikat seluruh organisasi.

Menurut pengertian dasarnya administrasi berasal dari bahasa Latin “*ad*” yang artinya pemberian jasa atau bantuan dan “*ministrate*” artinya melayani, membantu, memenuhi. Administrasi merujuk pada kegiatan atau usaha untuk membantu, melayani, mengarahkan atau mengatur semua kegiatan di dalam mencapai suatu tujuan. Administrasi dalam arti sempit adalah kegiatan yang meliputi: catatan, surat menyurat, pembukuan ringan, mengetik, agenda, dan sebagainya administrasi teknis.

Menurut Siagian (2017;2), administrasi adalah keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya ia mengatakan bahwa administrasi niaga ialah keseluruhan kegiatan organisasi, mulai dari produksi barang dan/atau jasa sampai tibanya barang atau jasa tersebut di tangan konsumen.

Dari defenisi tersebut dijelaskan bahwa administrasi memiliki unsur-unsur tertentu yaitu adanya dua manusia atau lebih, adanya tujuan yang hendak dicapai, adanya tugas-tugas yang harus dilaksanakan, adanya peralatan dan perlengkapan yang digunakan untuk melaksanakan tugas tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa administrasi merupakan proses kerjasama antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu dengan mempergunakan peralatan dan perlengkapan dalam melaksanakan tugasnya berupa pencatatan, pengetikan, pengarsipan, maupun pekerjaan yang dilakukan secara sistematis.

2. Konsep Organisasi

Secara sederhana organisasi dapat diartikan sebagai tempat atau wadah berkumpulnya beberapa orang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama dengan adanya struktur kerja, pembagian kerja dan adanya aturan yang mengatur terlaksananya sistem kerja yang sesuai dengan harapan organisasi. Hakikatnya, organisasi terbagi atas dua sudut pandang yaitu, organisasi dipandang sebagai wadah kegiatan administrasi dan manajemen, dan organisasi dipandng sebagai proses dimana adanya analisis interaksi antara orang-orang yang menjadi anggota organisasi.

Berbagai macam defenisi organisasi dikemukakan oleh beberapa ahli, salah satunya yaitu menurut Siagian (2017;6) defenisi organisasi diartikan sebagai berikut:

Organisasi merupakan setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja bersama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang terdapat

seorang/beberapa orang yang disebut atasan dan seorang/sekelompok orang yang disebut bawahan.

Defenisi tersebut menjelaskan bahwa organisasi dapat dilihat dari dua segi pandangan yaitu, organisasi sebagai wadah di mana kegiatan administrasi dilaksanakan, dan organisasi sebagai rangkaian hierarki dan interaksi antara orang-orang dalam suatu ikatan formal. Sehingga dalam organisasi tersebut terbentuknya adanya jabatan, tugas, dan wewenang tiap orangnya.

Secara sederhana organisasi dikelompokkan menjadi organisasi bisnis dan organisasi publik. Di mana keduanya memiliki perbedaan pada pencapaian tujuan. Organisasi bisnis bertujuan untuk mencapai keuntungan/profit seperti adanya perusahaan berupa perseroan terbatas, firma, koperasi maupun bentuk perusahaan lainnya, sedangkan organisasi publik bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat secara baik dan benar.

Jadi dapat disimpulkan, bahwa organisasi merupakan tempat/ruang lingkup yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan penggunaan sumber daya organisasi demi tercapainya tujuan tersebut.

3. Konsep Manajemen

Dalam suatu organisasi tentunya ada kegiatan-kegiatan yang perlu dilakukan demi tercapainya tujuan dari organisasi tersebut. Segala kegiatan yang mengatur hingga tercapainya tujuan tersebut disebut dengan manajemen. Menurut James A. F. Stoner dan Charles Wankel (dalam Siswanto, 2015;2), manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan

pengendalian upaya anggota organisasi dan penggunaan seluruh sumber daya organisasi lainnya demi tercapainya tujuan organisasi. Selanjutnya Siswanto (dalam Wedayanti, 2018;3) memberikan batasan defenisi manajemen yaitu manajemen adalah seni dan ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian, dan pengendalian terhadap orang dan mekanisme kerja untuk mencapai tujuan.

Dalam pelaksanaan tugas manajemen terdapat beberapa fungsi-fungsi manajemen. Menurut George R. Terry (dalam Siagian, 2017;85) dalam bukunya yang berjudul *Priciple of Management*, fungsi-fungsi manajemen diklasifikasikan menjadi akronim “POAC” yang terdiri dari :

a. *Planning* (perencanaan)

Planning didefenisikan sebagai keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang tentang hal-hal yang dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Organizing adalah keseluruhan proses pengelompokkan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggung jawab, dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

c. *Actuating* (penggerakan)

Actuating dapat didefenisikan sebagai keseluruhan proses pemberian dorongan bekerja kepada para bawahan sedemikian rupa sehingga mereka

mau bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis.

d. *Controlling* (pengawasan)

Controlling adalah proses pengamatan pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan yang sedang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya.

Jadi secara sederhana, dari penjelasan diatas maka dapat diartikan bahwa manajemen merupakan ilmu, seni, usaha, cara, metode, teknik untuk mencapai tujuan dilakukan dengan cara mengkoordinasi kegiatan orang lain melalui fungsi-fungsi manajemen. Adapun secara sederhana, fungsi manajemen tersebut terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

4. Konsep Manajemen Pemasaran

Pemasaran dalam bahasa Inggris disebut dengan marketing. Aktivitas pemasaran menyangkut berbagai kegiatan seperti membeli, menjual dengan berbagai macam cara, mengangkut barang, menyortir, menyimpan, dan kegiatan lainnya. Oleh karena itu pemasaran memiliki arti yang luas dan bukan hanya menawarkan barang.

Menurut Philip Kotler and Amstrong (dalam Herlambang dan Marwoto, 2014;108) mengartikan manajemen pemasaran sebagai berikut:

Manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Selanjutnya William J. Shultz (dalam Alma, 2018;131) mendefinisikan bahwa manajemen pemasaran ialah merencanakan, pengarahan dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan atau pun bagian dari perusahaan.

Dari penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa manajemen pemasaran merupakan seni untuk mengatur, mengelola, mengendalikan, merencanakan program yang dirancang untuk menciptakan dan mempertahankan kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan target sasaran pasar sehingga perusahaan tetap mencapai tujuan yaitu profit/keuntungan.

5. Konsep Jasa

William J. Stanton (dalam Alma, 2018;245) mengartikan bahwa jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan benda-benda yang berwujud atau tidak. Menurut Kotler (dalam Tjiptono, 2017;6) menyebutkan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa dapat berbentuk pelayanan yang dierikan kepada konsumen.

Jadi dapat diartikan bahwa jasa adalah segala hal yang tidak berwujud namun tetap bisa memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan hidup manusia. Jasa juga dapat diartikan sebagai pemberian layanan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Keberhasilan perusahaan dibidang jasa ditentukan oleh moral karyawan yang memberikan layanan. Hal ini dikarenakan layanan

diberikan kepada konsumen secara langsung. Layanan yang baik terhadap konsumen dapat membentuk hubungan baik dengan konsumen sehingga menjadikan konsumen sebagai pelanggan. Selain itu, jasa dapat diartikan sebagai segala sesuatu berupa tindakan atau perbuatan yang tidak berwujud, yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia.

6. Konsep Pelayanan Jasa Paket Wisata

Pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan yang menawarkan jasa. Menurut Gronroos (dalam Ratminto dan Atik, 2005) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Jadi yang dapat dikatakan pelayanan merupakan aktivitas yang dilakukan antara produsen dan konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen.

Salah satu perusahaan jasa merupakan biro perjalanan atau travel biro. Menurut Effendi (dalam Alma, 2018:353) mendefinisikan travel biro adalah suatu perusahaan yang mempunyai tujuan untuk menyiapkan suatu perjalanan bagi orang-orang yang berencana mengadakannya. Sedangkan menurut Youti (dalam Alma, 2018:354) mendefinisikan travel biro suatu perusahaan yang menyelenggarakan, merencanakan dan mengurus segala sesuatu mengenai

perjalanan, pengadaan penginapan, dan hiburan bagi para wisatawan atau orang-orang yang mengadakan perjalanan. Berdasarkan defenisi dari ahli di atas dapat disimpulkan bahwa biro perjalanan wisata atau travel biro merupakan perusahaan yang merencanakan suatu perjalanan wisata, mengurus dan menyelenggarakan perjalanan, dan memperoleh pendapatan dari orang yang menggunakan jasanya.

Pada biro perjalanan tersebut menawarkan suatu produk yang disebut dengan paket wisata. Paket wisata (*package tour*) adalah produk perjalanan yang dijual oleh suatu biro perjalanan ataupun yang telah bergabung dengan perusahaan perjalanan lainnya yang menawarkan harga perjalanan yang telah mencakup biaya perjalanan, penginapan ataupun fasilitas lainnya selama perjalanan. Biasanya biro perjalanan wisata menawarkan paket perjalanan berupa paket *tour* secara berkelompok maupun perorangan yang dianggap lebih ekonomis. Paket perjalanan wisata dibuat untuk meningkatkan ketertarikan konsumen agar menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harga yang lebih minim. Setiap perusahaan menawarkan berbagai paket wisata dengan harga yang berbeda-beda pula tergantung pada tingkat perekonomian seperti nilai mata uang dollar, harga tiket pesawat, biaya akomodasi dan tujuan wisata.

Jadi pelayanan jasa paket wisata merupakan layanan yang diberikan oleh biro perjalanan wisata kepada konsumennya mengenai paket perjalanan wisata dengan harga yang sudah termasuk biaya transportasi, akomodasi, dan fasilitas lainnya yang didapatkan selama perjalanan. Pelayanan ini diberikan oleh perusahaan perjalanan wisata agar konsumen dapat berlibur dengan harga yang lebih efisien, tanpa harus memikirkan biaya selama perjalanan.

7. Konsep Pelanggan

Pelanggan merupakan faktor utama dalam mengukur tingkat kepuasan dalam menjalankan suatu usaha. Berdasarkan ISO 9000:2000 memberikan persyaratan adanya pusat perhatian kepada pelanggan (*customers focus*) sebagai salah satu prinsip dalam menjalankan manajemen pelayanan dalam meningkatkan kinerja. Pada dasarnya organisasi tentunya perlu bergantung kepada pelanggan dan perusahaan perlu memahami kebutuhan dari pelanggan baik masa ini maupun masa depan. Selain itu, perusahaan hendaknya perlu memenuhi keinginan pelanggan bahkan diharapkan untuk melampaui harapan pelanggan.

Menurut *Cambridge International Dictionares* (dalam Lupiyoadi, 2013; 211) mendefenisikan pelanggan adalah seseorang yang membeli suatu barang atau jasa. Sedangkan menurut *Webster's 1928 Dictionary* (dalam Lupiyoadi, 2013; 211), pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan; atau pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk memenuhi apa yang diinginkan.

Jadi dari defenisi pelanggan yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah seseorang atau konsumen yang melakukan pembelian produk atau penggunaan jasa secara berulang demi memnuhi kebutuhan hidup mereka. Atau pelanggan juga dapat dikatakan sebagai seseorang yang secara berulang atau kontinu datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginan mereka dan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa serta melakukan pembayaran terhadap produk atau jasa yang telah didupatkannya.

8. Konsep Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan tentunya mengharapkan nilai yang ditawarkannya berakhir pada kepuasan yang dirasakan oleh para pelanggannya. Menurut Oliver (dalam Supranto; 2011;233), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya sesuai harapan. Sedangkan menurut Rangkuti (2003;30), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Berdasarkan definisi di atas dapat dijelaskan bahwa kepuasan merupakan perasaan seseorang yaitu pengguna jasa terhadap suatu pekerjaan yang dilakukan oleh orang lain sehingga sesuai dengan pengharapan pengguna jasa tersebut. Apabila pelanggan tidak puas maka pelanggan akan kecewa, tetapi apabila kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas.

Menurut Fornell (dalam Lupiyoadi; 2013; 228) menyatakan bahwa:

Banyak manfaat bagi perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang tinggi, di mana akan meningkatkan loyalitas pelanggan, mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan mewujudkan kepuasan pelanggan maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang banyak juga. Karena pada dasarnya apabila pelanggan merasa puas akan kinerja yang ditawarkan oleh perusahaan tentunya akan menciptakan loyalitas pelanggan

dan juga pelanggan menjadi media promosi bagi perusahaan dengan adanya promosi melalui *word of mouth*.

Menurut Day (dalam Tjiptono, 2002;146) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang telah dirasakan setelah pemakaiannya.

Pada dasarnya kepuasan pelanggan tentunya dapat terlihat apabila konsumen telah melakukan proses pembelian terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini sesuai dari pendapat dari Zikmund, McLeod dan Gilbert (dalam Sinaga, 2010;31) menyatakan bahwa kepuasan ialah sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya.

Sesuai pendapat Philip Kotler (dalam Pratiwi, 2010;37) menyatakan bahwa kunci mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan:

1. Melakukan pembelian ulang
2. Mengatakan hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain (rekomendasi)
3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Jadi dapat disimpulkan bahwa apabila pelanggan telah puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan maka pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan dan tidak memperhatikan produk pesaing lainnya yang

mungkin memiliki harga lebih murah atau adanya produk sama dengan yang perusahaan tawarkan.

9. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat melakukan beberapa metode pengukuran. Menurut Kotler (dalam Tjiptono, 2008;34) terdapat 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan tentunya memberikan kesempatan kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan ialah seperti kotak saran yang telah disediakan ditempat-tempat strategis dan terlihat oleh pelanggan, menyediakan layanan *call center* atau saluran telepon khusus untuk mendengarkan keluhan atau pendapat pelanggan, serta cara-cara lainnya.

2. *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli produk perusahaan. Lalu *ghost shopper* menyampaikan laporan mengenai kekuatan dan kelemahan kinerja karyawan, produk, serta pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian produk atau jasa.

3. *Lost customer analysis*

Metode ini dilakukan dengan cara perusahaan menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli produk atau jasa yang telah ditawarkan atau telah beralih pemasok. Hal ini dilakukan agar perusahaan mengetahui penyebab terjadinya peralihan minat pelanggan kepada produk pesaing. Metode ini sangat baik bagi perusahaan untuk melakukan pembenaran dalam rangka mempertahankan kepuasan pelanggan.

4. Survei kepuasan pelanggan

Mengukur kepuasan pelanggan tentunya dapat dilakukan melalui survey, baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Dengan menggunakan survei, perusahaan akan mendapatkan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sebagai bentuk perhatian perusahaan terhadap para pelanggannya.

10. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan tentunya dilihat dari tingkat pemenuhan harapan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman berbelanja di masa lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing (menurut Kotler dan Armstrong, dalam Tjiptono, 2002;150).

Pelanggan yang puas tentunya akan melakukan pembelian berulang dan merokemendasikan perusahaan kepada orang lain. Namun, sebagian perusahaan juga memiliki pelanggan yang tidak puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Ada beberapa kemungkinan tindakan yang bisa dilakukan pelanggan yang tidak puas, diantaranya:

1. Tidak melakukan apa-apa.

Pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka tidak membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.

2. Melakukan komplain

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:

- a. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan
- b. Tingkat ketidakpuasan pelanggan
- c. Manfaat yang diperoleh
- d. Pengetahuan dan pengalaman
- e. Sikap pelanggan terhadap keluhan
- f. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi
- g. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain

Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Lupiyoadi; 2013; 228) faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Selain itu menurut Christopher (dalam Rangkuti, 2003;18) menemukan konsumen mempunyai kriteria yang pada dasarnya identik dengan beberapa jenis jasa yang memberikan kepuasan kepada pelanggan. kriteria tersebut adalah:

1. *Reliability* (Keandalan), kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan.
 2. *Responsiveness* (Cepat Tanggap), kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai yang diinginkan oleh konsumen.
 3. *Assurance* (Jaminan), pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri.
 4. *Empathy* (Empati), karyawan harus memberikan perhatian secara individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen.
 5. *Tangible* (Kasat Mata), penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan alat-alat komunikasi.
- Selain itu, menurut Parasuraman, et al. (dalam Tjiptono, 2002;69)

mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa. Kesepuluh faktor tersebut meliputi:

1. *Reliability*, mencakup konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*).
2. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
3. *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
4. *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain.
5. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para *contact personnel* (seperti resepsionis, operator, dan lain-lain).
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
8. *Security*, yaitu aman dari bahaya, risiko, atau keraguan-keraguan.
9. *Understanding/Knowing the Customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa (misalnya kartu kredit plastik).

Dalam perkembangan selanjutnya, Pasuraman, et al. (dalam Tjiptono, 2002;70) merangkum sepuluh dimensi kualitas jasa menjadi 5 dimensi, diantaranya:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko, dan keraguan.
5. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Berdasarkan uraian bebrapa dimensi diatas, maka peneliti menggunakan 5 faktor sebagai pengukur tingkat kepuasan pelanggan untuk kepentingan penelitian dan disesuaikan dnegan permasalahan yang diteliti oleh peneliti. Adapun faktor yang digunakan sebagai indikator dalam penelitian yaitu: 1) faktor Bukti langsung (*tangibles*), 2) faktor Keandalan (*reliability*, 3) faktor Daya tanggap (*responsiveness*), 4) faktor Jaminan (*assurance*), dan 5) faktor empati.

Tabel II.1 : Penelitian Terdahulu Mengenai Analisis Kepuasan Konsumen

No	Nama, Tahun	Judul	Variabel & Indikator	Tipe Penelitian	Lokasi	Kesimpulan
1	2	3	4	5	6	7
1.	Yunita Sari (2017)	Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Raja Tour and Travel Jember	X = Kualitas Pelayanan a. Keandalan (<i>reliability</i>) b. Daya Tanggap (<i>responsive</i>) c. Jaminan (<i>assurance</i>) d. Empati (<i>empathy</i>) e. Bukti Fisik	1. Tipe penelitian : Kuantitatif Korelasi. 2. Metode penentuan sampel : <i>purposive Samplin</i> 3. Metode pengumpul an data :	Raja Tour and Travel Jember	Hasil penelitian adanya pengaruh signifikan antara Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

1	2	3	4	5	6	7
			f. (<i>tangible</i>) Y = Kepuasan Konsumen a. Pemakaian Ulang b. <i>Word of Mouth</i>	angket, wawancara dokumentasi		
2.	Yetri (2018)	Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Jasa (Pelayanan) Akademik Fakultas Tarbiyah dan Keguruan IAIN Raden Intan Lampung	X= Kualitas Pelayanan a. <i>Reliability</i> b. <i>Responsive</i> c. <i>Assurance</i> d. <i>Empathy</i> e. <i>Tangible</i>	1. Tipe penelitian : kualitatif deskriptif. 2. Metode penentuan sampel : teknik <i>propotiona le stratified random sampling</i> 3. Metode pengumpul an data : angket, wawancara , observasi	Fakultas Tarbiyah Keguruan IAIN Raden Intan Lampung	Hasil penelitian menunjukkan pencapaian pada dimensi <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsive</i> , <i>assurance</i> dan pencapaian pada dimensi <i>empathy</i> menunjukkan cukup baik.
3.	Juang Novria nto (2016)	Analisis Kepuasan Pelanggan pada Restoran Sop Tunjang Pertama (M1) di Pekanbaru	X = Kepuasan Pelanggan a. <i>Tangible</i> b. <i>Reliability</i> c. <i>Responsiv</i> d. <i>Assurance</i> e. <i>Empathy</i>	1. Tipe penelitian : kuantitatif 2. Metode penentuan sampel : <i>random sampling</i>	Restoran Sop Tunjang Perta (M1) di Pekan- baru.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kuliner bernilai memuaskan

Sumber : Olahan Peneliti, 2019

Pada peneitian ini penulis memilih judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* di Kota Pekanbaru, Riau”. Variabel yang digunakan yaitu kepuasan pelanggan, dengan indikator yaitu bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Tipe penelitian yang digunakan

penulis yaitu kuantitatif deskriptif. Lokasi penelitian ini dilakukan di PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* di Kota Pekanbaru, Riau.

B. Kerangka Pikir

Dalam dunia usaha saat ini terutama perusahaan jasa, kepuasan pelanggan menjadi faktor utama dalam menciptakan keberlangsungan usaha. Karena dengan adanya kepuasan pelanggan akan menciptakan berbagai manfaat bagi perusahaan. Bukan hanya profit yang terus bertambah namun juga akan menciptakan loyalitas pelanggan, bahkan akan menghasilkan konsumen baru karena adanya rekomendasi pelanggan yang telah puas terhadap perusahaan.

Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Lupiyoadi; 2013; 228) faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Pada perusahaan jasa, pelayanan merupakan faktor utama mengukur kepuasan pelanggan. Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat dari 5 indikator yaitu: bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (menurut Parasuraman, et al., dalam Tjiptono, 2002;70). Oleh karena itu, 5 indikator tersebut menjadi acuan utama dalam kerangka pikir dalam penelitian ini.

Kerangka pikir diartikan sebagai gabungan beberapa konsep yang akan diteliti oleh penulis. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*. Adapun kerangka pikir pada penelitian ini akan terlihat sebagai berikut:

Gambar II. 1 : Kerangka Pikir Tentang Analisis Kepuasan Pelanggan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*



Sumber : Modifikasi penelitian Tahun 2019

C. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini ialah diduga bahwa kepuasan pelanggan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ditentukan oleh faktor 1) bukti langsung (*tangibles*), 2) keandalan (*reliability*), 3) daya tanggap (*responsiveness*), 4) jaminan (*assurance*), dan 5) empati.

D. Konsep Operasional

Untuk menghasilkan kesatuan pendapat mengenai konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan terhadap penerjemahan konsep teoritis yang digunakan dalam proses penelitian. Oleh karena itu, peneliti menjelaskan pemakaian konsep-konsep penelitian untuk

menghindari perbedaan pendapat. Adapun konsep yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

1. Administrasi merupakan proses kerjasama antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu dengan mempergunakan peralatan dan perlengkapan dalam melaksanakan tugasnya berupa pencatatan, pengetikan, pengarsipan, maupun pekerjaan yang dilakukan secara sistematis yang dilakukan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.
2. Organisasi merupakan tempat/ruang lingkup yang digunakan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
3. Manajemen diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk mengatur segala sumber daya didalam PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Manajemen pemasaran diartikan sebagai kegiatan mempromosikan, menjual, membeli dan menawarkan paket jasa pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.
5. Jasa diartikan sebagai pelayanan yang diberikan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dalam bentuk pelayanan pemberian informasi mengenai paket wisata, kecepatan pemesanan paket wisata, maupun pelayanan selama perjalanan wisata yang dapat dinilai oleh kosumen.
6. Pemasaran jasa paket wisata diartikan sebagai kegiatan menawarkan, mempromosikan, mendistribusikan paket wisata berupa paket *group tour (GIT)*, *family tour atau private tour (FIT)*, dan *Seat In Coach (SIC)* yang

ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* kepada calon konsumen, konsumen maupun pelanggan.

7. Pelanggan adalah individu atau kelompok yang telah menggunakan jasa paket wisata secara berulang minimal 2 kali pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.
8. Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan senang ataupun tidak senang yang dirasakan oleh pelanggan sebagai pengguna jasa paket wisata yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*, sebagai bentuk perbandingan antara kinerja perusahaan yang dirasakan oleh pelanggan dengan harapan yang sebelumnya diinginkan yang dilihat dari 5 indikator yaitu: bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).
9. Bukti langsung (*tangibles*) yang dimaksud dalam penelitian ini ialah penilaian terhadap kondisi fisik yang disediakan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* untuk melayani pelanggan paket jasa. Penilaian kepuasan diukur berdasarkan kondisi fasilitas transportasi dan akomodasi yang digunakan selama perjalanan wisata, kerapian penampilan karyawan, ID card karyawan sebagai tanda pengenal, serta sarana komunikasi yang digunakan dalam melayani pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.
10. Keandalan (*reliability*) yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kemampuan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memberikan pelayanan sesuai kesepakatan dengan pelanggan. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan keandalan ini dapat diukur melalui penyediaan

fasilitas perjalanan sesuai kesepakatan seperti menyediakan transportasi, akomodasi dan menu makanan bagi pelanggan, dan kemampuan karyawan menciptakan situasi yang menyenangkan selama perjalanan wisata.

11. Daya Tanggap (*responsiveness*) yang dimaksud pada penelitian ini ialah kemampuan karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dalam memberikan pelayanan selama perjalanan wisata secara cepat. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan kemampuan karyawan untuk memberikan pertolongan pada pelanggan yang sakit selama perjalanan wisata, persediaan kotak P3K dan obat-obatan, dan kecepatan karyawan PT Indoraya Mulai *Tour and Travel* dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan selama perjalanan wisata.
12. Jaminan (*assurance*) pada penelitian ini ialah kemampuan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memberikan jaminan keselamatan selama perjalanan wisata kepada pelanggannya sehingga pelanggan percaya untuk menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Indikator jaminan pada penelitian ini diukur melalui kemampuan sopir mengemudikan transportasi, kemampuan pengetahuan karyawan mengenai obyek wisata yang dikunjungi, dan pihak *travel* memberikan jaminan asuransi keselamatan kepada setiap pelanggannya.
13. Empati (*empathy*) pada penelitian ini ialah kemampuan karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memberikan perhatian kepada pelanggan selama melakukan perjalanan wisata. Indikator empati dapat diukur melalui penilaian pelanggan terhadap kemampuan karyawan melayani

pelanggan selama perjalanan secara ramah dan sopan seperti memberi salam, menyapa, tersenyum dan berbaur dengan konsumen selama perjalanan, kemampuan karyawan memberikan pelayanan waktu istirahat, shalat, dan makan, serta kemampuan karyawan dalam memberikan rekomendasi tempat berbelanja buah tangan atau oleh-oleh.

E. Operasional Variabel

Variabel dan indikator yang dianalisis dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut:

Tabel II. 2 : Operasional Variabel Penelitian tentang Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*

Konsep	Variabel	Indikator	Dimensi (subindikator)	Skala Ukuran
1	2	3	4	5
Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai harapan. (Oliver, dalam Supranto, 2011; 233)	Kepuasan pelanggan	1. Bukti langsung (<i>tangibles</i>)	1. Fasilitas transportasi 2. Fasilitas akomodasi 3. Kerapian penampilan karyawan 4. ID card karyawan 5. Sarana komunikasi pelayanan	Ordinal
		2. Keandalan (<i>reliability</i>)	1. Transportasi 2. Akomodasi 3. Menu makanan 4. Kemampuan karyawan menciptakan situasi menyenangkan	Ordinal
		3. Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	1. Penanganan pelanggan yang sakit 2. Penyediaan kotak P3K dan obat-	Ordinal

1	2	3	4	5
			obatan 3. Kecepatan karyawan menjawab pertanyaan	
		4. Jaminan (<i>assurance</i>)	1. Kemampuan sopir mengemudi 2. Pengetahuan karyawan mengenai obyek wisata 3. Asuransi keselamatan	Ordinal
		5. Empati (<i>empathy</i>)	1. Sikap karyawan 2. Pemberian pelayanan ishoma 3. Kemampuan karyawan merekomendasikan tempat berbelanja	Ordinal

Sumber: Modifikasi Peneliti, 2019

F. Teknik Pengukuran

Dalam penelitian ini kepuasan konsumen menjadi variabel bebas. Untuk mengukur dan menganalisa data yang terkumpul dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengukuran skala likert. Menurut Sugiyono (2012;132) skala likert merupakan skala pengukuran yang mengatur sikap dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Variabel mengenai kepuasan pelanggan yang akan diteliti memiliki 5 indikator yaitu: bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada penelitian ini, peneliti mengajukan 18 (delapan belas) item subindikator berdasarkan nilai persentase yang ditetapkan untuk 68

orang responden. Maka hasil penilaian terhadap 5 indikator dalam variabel kepuasan pelanggan dikategorikan berdasarkan persentase penilaian dapat berbentuk sebagai berikut:

Puas : Apabila jumlah persentase penilaian mengenai bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) yang diperoleh dari kuisioner berada pada jarak 67%-100%.

Cukup Puas : Apabila jumlah persentase penilaian mengenai bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) yang diperoleh dari kuisioner berada pada jarak 34%-66%.

Kurang Puas : Apabila jumlah persentase penilaian mengenai bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) yang diperoleh dari kuisioner berada pada jarak 1%-33%.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan peneliti ialah survey deskriptif dengan penggunaan metode kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan karena dapat menggambarkan keadaan sebenarnya saat penelitian dengan cara mengumpulkan data dan menganalisa data dengan mendeskripsikan sesuai dengan masalah yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2017:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai berikut:

Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto No. 11 D, Kelurahan Kota Tinggi, Kecamatan Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru. Yang menjadi objek penelitian ialah pelanggan yang menggunakan paket wisata yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

Alasan peneliti memilih PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dikarenakan perusahaan ini telah berdiri dari 1987 hingga saat ini dan merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang telah terdaftar dalam IATA (*International Air Transport Association*). Selain itu perusahaan ini memiliki jumlah pengguna paket wisata yang fluktuatif, sehingga peneliti berkeinginan untuk mengetahui cara yang digunakan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dalam menjalankan aktivitas organisasinya walaupun banyak perusahaan kompetitor sejenis saat ini. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisa kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017;115).

Jadi yang dapat dikatakan populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan jasa paket wisata yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* secara berulang atau disebut juga dengan pelanggan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012;116). Sampel diartikan sebagai sebahagian dari populasi yang digunakan sebagai objek penelitian yang memiliki karakteristik yang sama dan bersifat representatif (mewakili).

Tabel III. 1 : Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian

No.	Jenis Populasi	Populasi (orang)	Sampel (orang)
1.	Manager	2	1
2.	Karyawan Tetap	7	1
3.	Pelanggan	210	68
	Jumlah	219	70

Sumber : Data Modifikasi Peneliti 2019

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini ialah pelanggan pengguna jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dan yang menjadi sampel pada penelitian ini berjumlah 68 orang pelanggan pengguna paket wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*. Sedangkan *manager* dan karyawan dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini.

D. Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam penelitian ini ialah teknik *sampling purposive*. Teknik *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012;122). Teknik penarikan sampel berdasarkan teori Slovin (Surjaweni, 2018:66) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

Dengan populasi 210 orang dengan batas kesalahan yang ditoleransi 10% maka sampel penelitian ini antarlain:

$$n = \frac{210}{1 + 210 (0,1^2)} = 67,74$$

Berdasarkan perhitungan menurut teori Slovin di atas maka sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 67,74 dibulatkan menjadi 68 pelanggan pengguna paket jasa wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

Dalam melakukan penarikan sampel pada penelitian ini, cara yang dilakukan oleh penulis yaitu memberikan kuesioner kepada konsumen yang telah menggunakan paket perjalanan wisata yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dengan minimal penggunaan jasa sebanyak 2 kali perjalanan.

Cara penulis menemukan dan memberikan kuesioner kepada pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* yaitu dengan mendatangi perusahaan tersebut dan menunggu pelanggan yang sesuai untuk diberikan kuesioner. Penulis

melakukan kegiatan ini selama 3 minggu atau 18 hari kerja, yang dimulai pukul 09.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB.

E. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, data primer meliputi hasil pengisian kuesioner yang dibagikan kepada responden dan wawancara antara peneliti dengan responden mengenai indikator kepuasan pelanggan yaitu 1) bukti langsung (*tangibles*), 2) keandalan (*reliability*), 3) daya tanggap (*responsiveness*), 4) jaminan (*assurance*), dan 5) empati (*empathy*).

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan ialah data yang diperoleh dari PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dalam rangka mendukung analisis dalam penelitian yang terkait dengan kepuasan pelanggan, serta data yang bersumber dari literatur buku dan jurnal penelitian mengenai konsep administrasi, organisasi, manajemen, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara yaitu melakukan tanya jawab secara langsung untuk mendapatkan data dan informasi dari informan yang terkait dalam PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

2. Kuesioner yaitu cara yang digunakan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan informasi. Pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini dibuat berdasarkan 14 (empat belas) sub indikator yang telah ditetapkan dan akan diberikan kepada pelanggan pengguna paket wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.
3. Dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan mengambil data melalui catatan, dokumentasi yang sesuai dengan indikator permasalahan yang diteliti pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

G. Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif dan kemudian disimpulkan. Penelitian ini berkenaan dengan kepuasan pelanggan pengguna jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*. Metode deskriptif ini ialah analisa data dengan pengelompokkan data dan kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian berkaitan dengan permasalahan yang ada pada suatu perusahaan.

H. Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian

Tabel III. 2 : Jadwal dan Waktu Kegiatan Penelitian Tentang “ Analisis Kepuasan Pelanggan Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel Di Kota Pekanbaru, Riau*”

No	Jadwal Kegiatan	Bulan dan Minggu Ke																											
		Mei 2019				September 2019				Oktober 2019				November 2019				Februari 2020				Maret 2020							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Penyusunan UP	■	■	■	■																								
2	Seminar UP					■	■	■	■																				
3	Revisi Proposal									■																			
4	Kuesioner									■																			
5	Rekomendasi Survey									■																			
6	Survey Lapangan									■	■	■	■																
7	Analisis Data													■															
8	Penyusunan Laporan Hasil Penelitian													■															
9	Konsultasi Revisi Skripsi																	■	■										
10	Ujian Komprehensif Skripsi																	■	■	■	■								
11	Revisi Skripsi																					■	■						
12	Pengadaan Skripsi																									■	■	■	■

Sumber : Modifikasi Penelitian, 2019

BAB IV DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah dan Perkembangan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Pekanbaru

PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa *travel agent* yang didirikan pada tahun 1987 dan merupakan *travel agent* pertama dan terbesar di Kota Pekanbaru. Awalnya posisi kantor PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* berada di Jalan Sudirman No. 106, Kota Pekanbaru. Perusahaan ini dibangun oleh Ibu Lidya dan Bapak Jhone Sadily. Selain berada di pusat kota, PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* juga memiliki cabang perusahaan di Bandara Sultan Syarif Qasim II dengan pemilik perusahaan yang sama.

Pada tahun 1989 PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* kemudian mendapatkan keanggotaan penuh ASITA (*Association of The Indonesian Tours & Travel Agencies*). Selanjutnya pada tahun 1992, PT. Indoraya Mulia *Tour and Travel* kemudian menjadi member IATA (*International Air Transport Association*) dan dengan demikian berhak menerbitkan tiket rute International dengan menggunakan Airlines - Airlines International seperti Singapore Airlines, Malaysia Airlines, Eva Air, Qatar Airlines, dan lain-lain. Menjadi anggota IATA merupakan daya tarik yang baik dimiliki oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*. Hal ini dikarenakan di Kota Pekanbaru hanya 3 *travel agent* yang menjadi anggota IATA yaitu Angkasa *Tour and Travel*, Kota Piring Kencana *Tour and Travel* dan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

Pada saat awal membuka usaha *travel agent* pertama di Kota Pekanbaru, PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memiliki lebih dari 10 karyawan *ticketing*. Hal ini dikarenakan pekerjaan masih dilakukan secara manual yaitu dengan menerbitkan tiket yang masih ditulis tangan. Jadi, setiap maskapai penerbangan memiliki minimal 1 karyawan *ticketing* yang harus menulis tiket yang dipesan oleh konsumen PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

Namun pada saat ini karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* berjumlah 7 orang dengan berbagai bidang pekerjaan, 1 orang direktur dan 1 orang direktur utama. PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* saat ini dipimpin oleh anak dari Bapak Jhone Sadily dan Ibu Lidya yang bernama Angeline Sadily sebagai direktur utama PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dan Eveline Sadily selaku direktur PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*. Sedangkan Bapak Jhone selaku komisaris perusahaan.

Seiring perkembangan era globalisasi dibidang bisnis, saat ini untuk tetap mendirikan suatu perusahaan di Bandara Sultan Syarif Qasim II akan membutuhkan biaya yang besar. Oleh karena itu, Bapak Jhone Sadily melakukan merger dengan perusahaan sejenis untuk tetap berbisnis di kawasan bandara tersebut. Namun nama perusahaan yang digunakan di Bandara SSQ II bukan lagi PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* melainkan nama perusahaan lain, tetapi didalam manajemen perusahaan tersebut masih terdapat Bapak Jhone Sadily selaku pemilik PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

Adapun produk jasa yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah berupa pengadaan tiket pesawat baik domestik maupun international, reservasi hotel (*inbound* dan *outbound*, pengurusan travel dokumen (seperti VISA, Passport, dan lain-lain), serta pengadaan paket *tour* baik domestik dan internasional. Paket *tour* yang disediakan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah paket *Tour Seat In Coach (SIC)* atau *Open Trip, Tour Group (GIT)*, dan *Private Tour* atau *Family Tour (FIT)*.

Dengan menjadi salah satu *travel agent* terlama berdiri di Kota Pekanbaru, PT. Indoraya Mulia *Tour and Travel* telah menangani berbagai keperluan dalam hal *tour and travel* bagi beberapa perusahaan besar di Riau dan juga perorangan. PT. Indoraya Mulia *Tour and Travel* telah pula beberapa kali mendapatkan *awards*/penghargaan dari Airlines berdasarkan hasil penjualan/*sales*, dan manajemen PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* percaya keberhasilan ini tidak akan dapat peroleh tanpa campur tangan pelanggan yang senantiasa memberikan kepercayaannya untuk terus menjalin kerjasamanya bersama PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*. Adapun beberapa perusahaan yang menjadi rekan kerja di awal berdirinya PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah seperti: PT Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP), PT Pertamina (Persero) Dumai, PT Summit Oto Multifinance, Caltex, dan lain-lainnya. Pada saat ini sebagian besar pelanggan menggunakan jasa PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* untuk melakukan pengadaan tiket. Sedangkan untuk jasa pengadaan *tour* sebagian besar diminati oleh perorangan dan organisasi.

B. Visi, Misi dan Nilai-Nilai pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Pekanbaru

1. Visi PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Pekanbaru

Menjadi *travel agent* yang selalu mengutamakan pelayanan terbaik, menjamin kepuasan para pengguna jasa dan mengedepankan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.

2. Misi PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Pekanbaru

- a. Menjadikan konsumen sebagai *partner* dalam bekerjasama agar mampu memberikan jasa sesuai kebutuhan.
- b. Manajemen PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* selalu mendengar, memahami, menerima masukan dan mengerjakan pekerjaan dengan sungguh-sungguh, sehingga dapat memuaskan pelanggan secara baik.

3. Nilai-Nilai pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Pekanbaru

- a. Kejujuran: Jujur pada diri sendiri maupun kepada orang lain.
- b. Adil: Merupakan nilai yang mendasari langkah menuju win-win solusi dalam bermitra.
- c. Profesional: Kompeten, tanggung jawab, kerja keras dan berusaha selalu memberikan pelayanan terbaik.

C. Struktur Organisasi PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Pekanbaru

Dalam suatu perusahaan atau organisasi tentu adanya struktur organisasi sebagai penunjuk atas jabatan, tugas, tanggung jawab, serta wewenang yang dimiliki oleh setiap orang yang bekerja didalamnya. Indoraya Mulia *Tour and Travel* merupakan suatu perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas atau PT yang tentunya memiliki struktur organisasi yang digunakan untuk mengetahui tugas dan tanggung jawab demi tercapainya tujuan perusahaan. Dengan kata lain struktur organisasi merupakan kerangka yang memberikan gambaran mengenai kedudukan atau jabatan, tugas, wewenang, tanggung jawab, garis komando, maupun garis koordinasi antar orang yang bekerja dalam organisasi tersebut.

Menurut Hasibuan (2010;150) bentuk struktur organisasi berdasarkan hubungan didalamnya terbagi atas 5 jenis, antarlain:

1. Organisasi Garis (*Line Organization*)

Dalam organisasi ini memiliki garis wewenang dan kekuasaan yang menghubungkan langsung secara vertikal dari atasan menuju bawahan menyebabkan tugas perencanaan, pengawasan serta pengawasan berada pada satu tangan yaitu pimpinan.

2. Organisasi Garis dan Staff (*Line and Staff Organization*)

Bentuk organisasi ini merupakan campuran antara bentuk organisasi garis dan fungsional. Di mana pendelegasian wewenang dan asas komando dilakukan secara vertikal yaitu dari pimpinan puncak menuju pimpinan dibawahnya. Pimpinan puncak memiliki hak untuk menetapkan keputusan, kebijaksanaan dan merealisasikan tujuan yang telah dibuat. Selanjutnya

pimpinan dibantu oleh beberapa staf yang bertugas untuk menyumbangkan pemikirannya dalam memberikan ide, saran, hingga informasi sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan atas dalam mengambil keputusan.

3. Organisasi Fungsional (*Functional Organization*)

Pada bentuk organisasi fungsional ini pembagian kerja menjadi perhatian khusus serta pekerjaan dilakukan berdasarkan spesialisasi dan setiap pekerja melakukan pekerjaan dan menjalankan tugas hanya sesuai dengan kemampuan dan pengetahuannya.

4. Organisasi Lini, Staf dan Fungsional

Bentuk organisasi ini merupakan campuran dari bentuk organisasi lini, staf dan fungsional yang biasanya dilakukan oleh organisasi besar dan kompleks. Pada tingkat dewan komisaris diterapkan bentuk organisasi lini dan staf, sedangkan pada tingkat *middle manager* diterapkan bentuk organisasi fungsional.

5. Organisasi Komite

Bentuk organisasi komite merupakan struktur organisasi yang didalamnya setiap anggota mempunyai wewenang yang sama dan pimpinan yang kolektif. Bentuk ini dapat bersifat formal dan informal dengan tugas-tugas dan wewenang yang dibagikan secara khusus.

Sesuai dengan penjabaran diatas, struktur organisasi pada PT Indorya Mulia *Tour and Travel* berbentuk lini dan staff. Hal ini tergambar sebagai berikut:

**Gambar IV. 1 : Struktur Organisasi PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*
Kota Pekanbaru, Riau.**



Sumber : *PT Indoraya Mulia Tour and Travel, 2019.*

D. Tugas Setiap Jabatan Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*

Di dalam organisasi setiap karyawan tentunya memiliki tugasnya masing-masing untuk mencapai tujuan bersama. Adapun tugas tiap jabatan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah sebagai berikut:

1. Direktur Utama

Tugas dari direktur utama PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* sebagai berikut:

- a. Menetapkan strategi bisnis agar tetap bertahan dalam persaingan dibidang *tour* dan *travel*.
- b. Melakukan koordinasi dan mengendalikan kegiatan dibidang keuangan, administrasi, serta pengadaan perlengkapan dan peralatan dengan direktur PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

- c. Sebagai perwakilan perusahaan dalam hal menjalin hubungan kerja sama dengan perusahaan lain di luar negeri.
- d. Melakukan koordinasi dengan pemilik perusahaan terkait dengan penentuan tujuan perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta standar kerja Menentukan dan memutuskan kebijakan dan peraturan di PT *Indoraya Mulia Tour and Travel*.
- e. Bertanggung jawab atas kerugian dan keuntungan yang diterima PT *Indoraya Mulia Tour and Travel*.

2. Direktur

Tugas direktur pada PT *Indoraya Mulia Tour and Travel* ialah sebagai berikut:

- a. Menentukan dan memutuskan kebijakan dan peraturan di PT *Indoraya Mulia Tour and Travel*.
- b. Bertanggung jawab atas kerugian dan keuntungan yang diterima PT *Indoraya Mulia Tour and Travel*.
- c. Mewakili perusahaan dan mengadakan perjanjian dengan pihak lain di dalam negeri untuk melakukan kerjasama dibidang perjalanan wisata.
- d. Merencanakan dan mengawasi tugas karyawan untuk mengukur produktivitas tiap karyawan yang bekerja.
- e. Mengangkat dan memberhentikan karyawan.
- f. Mengawasi penggunaan dana perusahaan.

- g. Melakukan koordinasi dengan direktur utama PT Indoraya *Mulia Tour and Travel*.
- h. Mejalankan perintah dari direktur utama.
- i. Melakukan koordinasi dengan setiap karyawan PT Indoraya *Mulia Tour and Travel*.
- j. Memberikan motivasi, solusi serta menerima keluhan dan saran dari karyawan PT Indoraya *Mulia Tour and Travel* terkait kendala yang dirasakan karyawan setiap hari.

3. Administrasi

Tugas karyawan bagian administrasi pada PT Indoraya *Mulia Tour and Travel* antara lain sebagai berikut:

- a. Melakukan kegiatan administrasi seperti membuat surat, membalas surat maupun e-mail, membuat data entri perusahaan, membuat agenda pimpinan dan lain-lain.
- b. Memeriksa dan memesan persediaan alat tulis kantor
- c. Menyusun rencana kegiatan pimpinan
- d. Melakukan hubungan baik dengan pelanggan perusahaan, pemerintah maupun berkoordinasi dengan seluruh karyawan PT Indoraya *Mulia Tour and Travel*.

4. Accounting

Tugas karyawan bagian administrasi pada PT Indoraya *Mulia Tour and Travel* antara lain sebagai berikut:

- a. Mengelola kas kecil perusahaan
- b. Membuat dan mencetak *invoice*/faktur sebagai bentuk penagihan pada pelanggan
- c. Mengelola keuangan perusahaan
- d. Menyusun, mengoreksi dan bertanggung jawab atas laporan keuangan bulanan dan tahunan
- e. Menyusun anggaran pengeluaran perusahaan tiap bulan.

5. Manager Tour

Tugas *manager tour* pada PT Indoraya *Mulia Tour and Travel* antara lain sebagai berikut:

- a. Mempromosikan dan memasarkan paket wisata yang ada pada PT Indoraya Mulai *Tour and Travel*
- b. Mempresentasikan kepada konsumen atau pelanggan mengenai fasilitas yang ditawarkan, tempat wisata yang dikunjungi, pemaparan harga yang fleksibel bagi konsumen, surat menyurat yang diperlukan, dan hal lainnya yang berkaitan dengan *tour*.
- c. Mengelola anggaran perjalanan wisata sesuai permintaan pelanggan.
- d. Menyusun jadwal perjalanan sesuai yang diharapkan pelanggan.

- e. Melakukan kesepakatan dengan konsumen, pelanggan maupun perusahaan lain yang akan menggunakan jasa *tour* bersama PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

6. Tour Leader

Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* posisi *tour leader* masih ditempati oleh *manager tour*. Adapun tugas dari *tour leader* tersebut antara lain:

- a. Memimpin perjalanan wisata
- b. Memberikan informasi mengenai destinasi dan daerah wisata yang dikunjungi
- c. Menciptakan interaksi dan suasana yang menyenangkan selama perjalanan.
- d. Menciptakan kepuasan konsumen yang menggunakan jasa paket wisata.
- e. Memberikan rekomendasi tempat yang menarik bagi konsumen pengguna paket wisata yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*
- f. Memenuhi keinginan konsumen atau pelanggan selama perjalanan.
- g. Membuat laporan mengenai pemasukan dan pengeluaran dari perjalanan wisata, dan dipertanggung jawabkan padabagian accounting.

7. Tour Operator

Tugas *tour operator* pada PT Indoraya *Tour and Travel* ialah :

- a. Mempromosikan dan menjual paket wisata tour baik dalam negeri maupun luar negeri kepada masyarakat melalui media sosial.
- b. Memberikan penawaran kembali mengenai paket wisata kepada konsumen yang pernah melakukan perjalanan bersama PT Indoraya *Mulia Tour and Travel*
- c. Membantu manager tour untuk membuat rencana perjalanan kosumen.
- d. Mempersiapkan fasilitas yang dibutuhkan selama perjalanan, seperti pemesanan tiket, pembelian asuransi, pembuatan visa dan pasport, serta penyewaan transportasi selama perjalanan.

8. Manager Ticketing

Tugas manager ticketing pada PT Indoraya *Mulia Tour and Travel* adalah sebagai berikut:

- a. Menjalin hubungan baik dengan para konsumen dan pelanggan.
- b. Memberikan pengarahan kepada karyawan agar memberikan pelayanan terbaik dan cepat.
- c. Mempromosikan dan menjual tiket perjalanan
- d. Memberikan promo-promo mengenai tiket yang dijual pada PT Indoraya *Mulia Tour and Travel*.
- e. Membuat laporan mengenai pemasukan dan pengeluaran dari penjualan tiket dan dipertanggung jawabkan padabagian accounting.

9. Ticketing

Tugas karyawan pada bagian ticketing pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan hubungan baik dengan konsumen dan pelanggan yang telah menggunakan jasa PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dalam pengadaan tiket.
- b. Memberitahukan kepada pelanggan mengenai tiket promo
- c. Memesan, mencetak dan mendistribusikan tiket kepada konsumen
- d. Melayani konsumen baik secara langsung maupun online.
- e. Melakukan pengecekan harga tiket pesawat yang diminta oleh konsumen.

E. Sumber Daya PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru

Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* terdapat beberapa sumber daya organisasi yang menunjang kegiatan penjualan tiket dan paket wisata, sumber daya organisasi tersebut antarlain:

1. Manajemen PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* didukung oleh tenaga kerja yang berkompeten dibidangnya masing-masing. Jumlah karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah sepuluh orang terdiri dari direktur, 2 orang manager, dan 7 karyawan tetap. Selain itu, terdapat juga karyawan tidak tetap yang bertugas untuk membantu bagian perjalanan wisata.

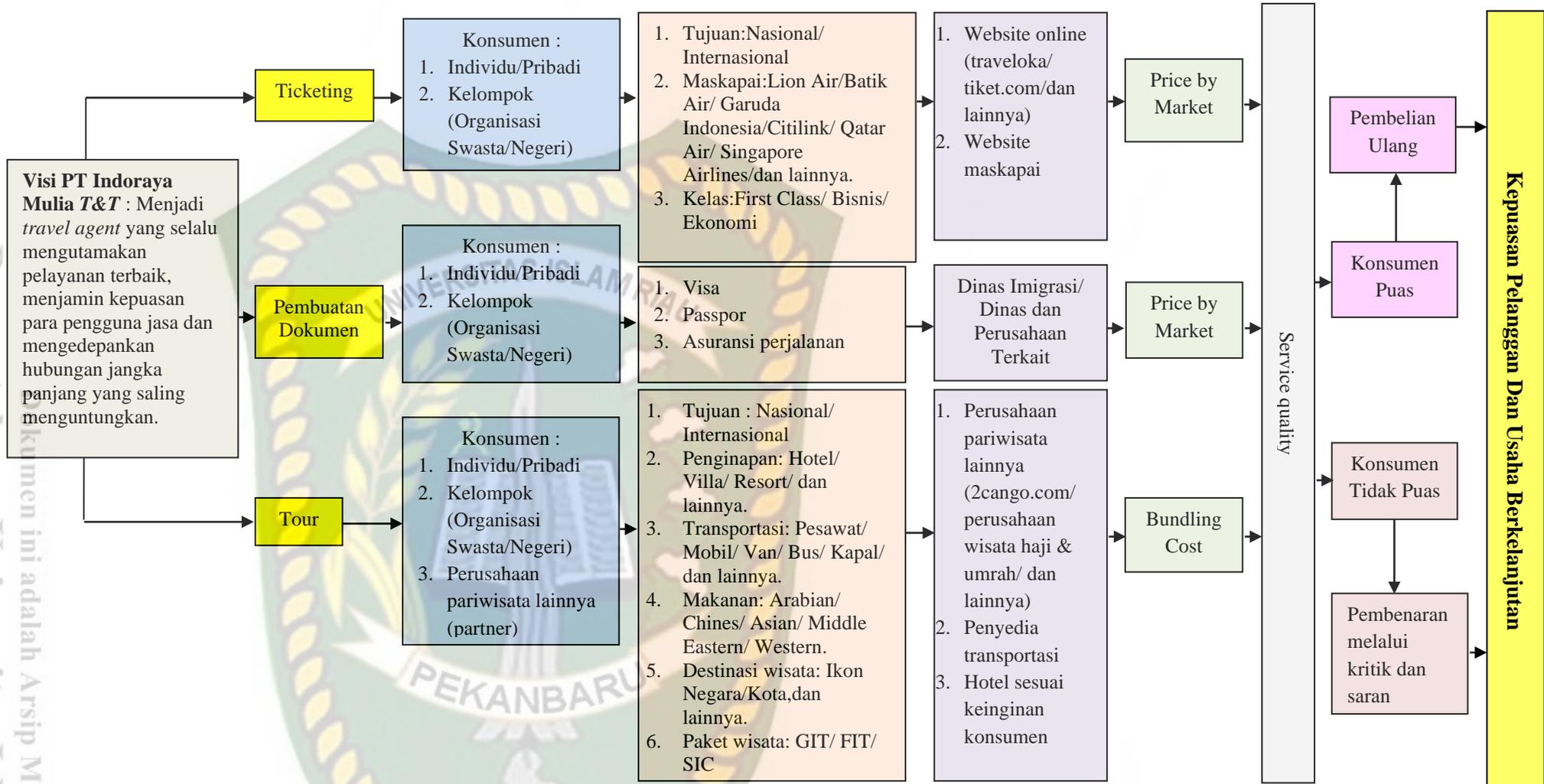
2. Adapun mesin yang terdapat di kantor PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* yang digunakan untuk memperlancar kegiatan administrasi ialah seperti adanya 5 komputer, 1 mesin pencetak *invoice*, 2 mesin printer, dan 2 telepon. Selain itu terdapat 1 kursi direktur, 5 kursi karyawan, 7 kursi untuk konsumen, dan 1 sofa pada ruang tunggu bagi konsumen.
3. PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* juga menyediakan tempat tinggal bagi karyawan yang berasal dari luar kota. Tempat tinggal tersebut berada pada lantai 2 kantor PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*. Saat ini terdapat 2 orang karyawan yang menetap di kantor tersebut yang berasal dari luar Kota Pekanbaru.

F. Produk Jasa Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru

Adapun produk jasa yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulai *Tour and Travel* Kota Pekanbaru ialah sebagai berikut:

1. Paket Perjalanan Wisata, yaitu paket *seat in coach (SIC)*, *group tour (GIT)*, dan *family tour* atau *private tour (FIT)*.
2. Pengurusan dokumen perjalanan, seperti VISA dan paspor.
3. Pembuatan jadwal rencana perjalanan.
4. Penyediaan tiket transportasi, akomodasi, dan tiket masuk obyek wisata.

G. Kerangka Kerja PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau



Gambar IV. 2 : Kerangka Kerja PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau

Pada gambar IV. 2 tersebut dapat terlihat bahwa tujuan dari PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau ialah mencapai kepuasan pelanggan dan usaha terus berkelanjutan serta dapat bersaing secara kompetitif. Pada gambar tersebut terlihat bahwa PT Indoraya Mulai *Tour and Travel* menawarkan 3 produk jasa yaitu *ticketing*, pembuatan dokumen perjalanan, dan juga *tour*.

Adapun pengguna produk jasa ialah individu/pribadi dan juga kelompok organisasi baik swasta maupun negeri. Namun selain itu, produk jasa juga diminati oleh perusahaan sejenis. Hal ini dilakukan perusahaan sejenis untuk mendapatkan harga yang sesuai dengan keinginan konsumennya, sehingga PT Indoraya bekerja sama dengan perusahaan tersebut dan bertanggung jawab melayani konsumen dari perusahaan lain tersebut.

PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* selalu berusaha memberikan pelayanan sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan menawarkan segala yang produk jasa agar konsumen merasa puas. Selain itu, perusahaan juga menawarkan harga *tour* yang telah dikombinasikan dengan produk jasa lainnya, sehingga produk jasa *tour* ditawarkan dengan sistem *bundling price*. Selain itu, untuk mewujudkan keinginan pelanggannya, perusahaan bekerjasama dengan perusahaan lain seperti maskapai penerbangan, transportasi, hingga akomodasi untuk mendapatkan harga relatif lebih murah dari biasanya.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Pada bab ini penulis memaparkan data-data yang dibutuhkan untuk menarik kesimpulan dalam melaksanakan penelitian mengenai Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau. Adapun data-data yang didapatkan dari responden pelanggan paket wisata PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, sedangkan *manager tour*, dan karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* sebagai informan dalam penelitian ini. Responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Data dan hasil tanggapan responden tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.1 : Distribusi Jumlah Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	34	50%
2.	Perempuan	34	50%
Jumlah		68	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Dilihat pada tabel V.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah responden keseluruhan ialah 68 orang. Responden berdasarkan jenis kelamin berjumlah sama dengan jumlah laki-laki 34 orang (50%) dan perempuan 34 orang (50%). Hal ini dikarenakan kebanyakan pelanggan paket jasa berasal dari suatu perusahaan atau

badan usaha lainnya, sehingga pelanggan paket jasa wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* bervariasi. Rata-rata yang menggunakan paket *tour* ialah para pekerja baik swasta maupun negeri, sehingga tidak ada batasan mengenai jenis kelamin

2. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan ukuran dari lamanya seseorang hidup yang dihitung sejak awal dilahirkan. Usia berkaitan dengan tingkat kedewasaan seseorang dalam menghadapi masalah dan memilih sesuatu. Adapun identitas responden berdasarkan usia dapat terlihat pada tabel berikut ini, yaitu:

Tabel V.2 : Distribusi Jumlah Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	17 – 26 Tahun	22	32,35%
2.	27 – 36 Tahun	16	23,53%
3.	37 – 46 Tahun	18	26,47%
4.	≥ 47 Tahun	12	17,65%
Jumlah		68	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Pada tabel V.2 terlihat bahwa responden berdasarkan usia didominasi oleh usia 17-26 tahun yang merupakan usia dewasa pemula dan masih senang melakukan perjalanan atau berlibur untuk menghilangkan stres setelah sekian lama belajar ataupun bekerja. Jumlah responden berdasarkan usia dikategorikan menjadi 4 (empat), yaitu usia 17-26 tahun dengan jumlah 22 orang (32,35%), usia 27-36 tahun berjumlah 16 orang (23,53%), usia 37-46 tahun berjumlah 18 orang (26,47%), dan usia ≥47 tahun berjumlah 12 orang (17,65%). Rata-rata orang menggunakan paket perjalanan wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah untuk berlibur bersama keluarga, teman, maupun rekan kerja. Responden

dengan umur 17-26 tahun menjadi kategori tertinggi bisa saja dikarenakan pada umur tersebut keinginan untuk melakukan perjalanan bersama rekan kerja dan keluarga menjadi prioritas untuk menghilangkan stres. Selain itu, pada umur tersebut, rata-rata responden belum berkeluarga sehingga tidak ada penghalang untuk melakukan perjalanan wisata.

3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Faktor pendidikan responden merupakan hal penting bagi peneliti dalam memperoleh jawaban dari responden. Hal ini dikarenakan semakin tinggi pendidikan seseorang tentunya akan memiliki pemikiran yang lebih luas dan bijaksana dalam memberikan jawaban dari pada seseorang yang memiliki pendidikan yang lebih rendah. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa pendidikan mempengaruhi pole pikir seseorang dalam melakukan sesuatu. Berdasarkan penelitian, identitas responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat terlihat sebagai berikut:

Tabel V.3 : Distribusi Jumlah Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia Tour and Travel Kota Pekanbaru Berdasarkan Pendidikan

No.	Umur	Jumlah	Persentase
1.	SMA/Sederajat	32	47,06%
2.	Diploma	9	13,23%
3.	S1	27	39,71%
Jumlah		68	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Pada tabel V.3 terlihat bahwa jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan terbagi atas 3 (tiga) kategori yaitu SMA, diploma, dan S1 (Strata 1). Jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yaitu SMA berjumlah 32 orang (47,06%), tingkat diploma berjumlah 9 orang (13,23), dan tingkat S1 berjumlah 27 orang (39,71%). Dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan

tingkat pendidikan didominasi oleh tingkat SMA/Sederajat. Biasanya perusahaan memberikan *reward* jalan-jalan kepada karyawan yang produktif dalam bekerja, atau dalam beberapa periode beberapa unit atau bagian dalam perusahaan mengajak karyawannya untuk berlibur, dan hal ini dilakukan oleh perusahaan tanpa memandang tingkat pendidikan akhir karyawan.

4. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pelanggan paket wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru sebagai responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel V.4 : Distribusi Jumlah Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru Berdasarkan Pekerjaan

No.	Umur	Jumlah	Persentase
1.	Pegawai Negeri	21	30,88%
2.	Pegawai Swasta	24	35,30%
3.	Wiraswasta	20	29,41%
4.	Ibu Rumah Tangga	1	01,47%
5.	Pelajar/Mahasiswa	2	02,94%
Jumlah		68	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Pada tabel V.4 dapat terlihat bahwa responden dikategorikan kedalam beberapa pekerjaan yaitu pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta, ibu rumah tangga, dan pelajar/mahasiswa. Jumlah responden ialah 68 orang dengan jumlah responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 21 orang (30,88%), pegawai swasta 24 orang (35,30%), wiraswasta 20 orang (29,41%), ibu rumah tangga 1 orang (1,47%), dan pelajar/mahasiswa 2 orang (2,94%).

Responden tertinggi memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta yaitu sebanyak 24 orang. Hal ini karena beberapa pelanggan paket jasa wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* ialah perusahaan-perusahaan yang menggunakan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* untuk berlibur bersama rekan

kerja. Perusahaan yang menjadi pelanggan tetap PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* saat ini seperti, PT Bumi Siak Pusako (BSP), *CBC travel*, PT Hutama Karya, PT Swadaya Perkasa, PT Summit Oto Multifinance, dan PT Eastindo Services.

B. Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau

Dalam dunia bisnis tentunya yang menjadi tujuan perusahaan ada 2 pilihan yaitu antara mendapatkan keuntungan atau menciptakan kepuasan konsumen terlebih dahulu agar perusahaan terus berlanjut. Pada dunia usaha dibidang jasa untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar tentu perlu adanya konsumen yang telah menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan dapat menjadi tujuan utama yang harus dicapai agar perusahaan terus mendapatkan keuntungan sesuai yang diharapkan.

Konsumen yang telah menggunakan produk jasa secara berulang disebut dengan pelanggan. PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* merupakan perusahaan yang menawarkan produk jasa *tour* dan *travel* baik pemesanan tiket transportasi, paket wisata, hingga pembuatan passport, visa dan hal lainnya yang berkenaan dengan perjalanan. Yang menjadi fokus pada penelitian ini ialah mengenai kepuasan pelanggan pada produk jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*. Pelanggan yang puas tentunya akan terus melakukan hubungan baik dengan perusahaan Indoraya dalam hal penggunaan paket wisata.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat dinilai dari beberapa faktor seperti harga, promo yang ditawarkan, hingga pelayanan yang diberikan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan indikator kualitas pelayanan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*. Kualitas pelayanan menjadi tolak ukur utama dalam menciptakan kepuasan konsumen dalam bisnis jasa. Jika pelayanan tidak baik tentunya perusahaan akan kehilangan pelanggannya dan akan kalah dalam persaingan yang semakin ketat di dunia usaha *tour dan travel*.

Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan senang ataupun tidak senang yang dirasakan oleh pelanggan sebagai pengguna jasa paket wisata yang ditawarkan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*, sebagai bentuk perbandingan antara kinerja perusahaan yang dirasakan oleh pelanggan dengan harapan yang sebelumnya diinginkan yang dilihat dari 5 indikator yaitu: bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empaty*).

Untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa paket wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Tarvel* maka peneliti melakukan penilaian terhadap beberapa indikator yaitu sebagai berikut:

1. Bukti Langsung (*Tangibles*)

Bukti langsung (*tangibles*) yang dimaksud dalam penelitian ini ialah penilaian terhadap kondisi fisik yang disediakan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* untuk melayani pelanggan paket jasa. Penilaian kepuasan diukur berdasarkan kondisi fasilitas transportasi dan akomodasi yang digunakan selama perjalanan

wisata, kerapian penampilan karyawan, ID *card* karyawan sebagai tanda pengenal, serta sarana komunikasi yang digunakan dalam melayani pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

Hasil pengumpulan data dari responden yaitu pelanggan paket wisata PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* mengenai indikator bukti langsung (*tangibles*) dapat terlihat sebagai berikut:

Tabel V.5 : Distribusi Tanggapan Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru Mengenai Indikator Bukti Langsung (*Tangibles*)

No.	Sub Indikator	Kategori Penilaian			Jumlah
		Puas	Cukup Puas	Kurang Puas	
1.	Fasilitas Transportasi	33	35	0	68
2.	Fasilitas Akomodasi	46	22	0	68
3.	Kerapian Penampilan Karyawan	32	36	0	68
4.	ID <i>card</i> Karyawan	40	28	0	68
5.	Sarana Komunikasi	32	36	0	68
Jumlah		183	157	0	340
Rata-Rata		36,6	31,4	0	68
Persentase		53,82%	46,18%	0%	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan penilaian dari 68 orang pelanggan paket wisata dari PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* kategori penilaian puas dengan persentase 53,82% dari jumlah persentase keseluruhan, kategori cukup puas berada pada persentase 46,18%, sedangkan untuk kategori penilaian kurang puas berada pada persentase 0%. Berdasarkan hasil persentase pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa indikator bukti langsung (*tangibles*) pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* sudah memuaskan.

Berdasarkan pendapat beberapa responden dalam kuesioner menyebutkan bahwa kenyamanan transportasi serta akomodasi yang diberikan kepada konsumen sesuai standar. Hal ini dikarenakan transportasi menggunakan *air conditioning* atau pendingin ruangan, tersedia wifi, dan kursi yang nyaman dengan jarak antar kursi yang cukup luas. Selain itu, pelanggan juga merasakan nyaman dengan penginapan yang diberikan dengan fasilitas yang memadai dan tempat tidur yang nyaman. Selanjutnya, penilaian terhadap kerapian karyawan dianggap sudah rapi serta sarana komunikasi yang memadai sehingga mudah untuk memesan paket perjalanan wisata.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 4 Februari 2020 dengan manager tour PT Indoraya Mulia Tour and Travel, ia mengatakan bahwa bukti langsung (tangibles) menurutnya telah mampu memuaskan para pelanggan. hal ini dikarenakan Indoraya selalu memberikan yang terbaik untuk pelanggannya. Selanjutnya sarana komunikasi yang telah disediakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumennya sudah tersedia secara online yaitu dengan adanya pemesanan melalui via whatsapp, e-mail, maupun telephone. Pemesanan juga dapat dilakukan secara 24 jam melalui via whatsapp. Hanya saja, perusahaan belum mengeluarkan seragam terbaru bagi karyawan sehingga ketika memandu perjalanan wisata, karyawan tidak menggunakan seragam formal dari perusahaan”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan para responden, maka dapat dikatakan indikator bukti langsung (*tangibles*) sudah berada pada kategori memuaskan. Adapun saran pada indikator bukti langsung yaituselain kartu tanda pengenal karyawan, perusahaan juga perlu memberikan seragam bagi karyawan yang bertugas dalam bidang *tour*. Hal ini sebagai bentuk adanya identitas perusahaan dan juga sebagai sarana promosi kepada masyarakat mengenai perusahaan Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*reliability*) yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kemampuan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memberikan pelayanan sesuai kesepakatan dengan pelanggan. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan keandalan ini dapat diukur melalui penyediaan fasilitas perjalanan sesuai kesepakatan seperti menyediakan transportasi, akomodasi dan menu makanan bagi pelanggan, dan kemampuan karyawan menciptakan situasi yang menyenangkan selama perjalanan wisata.

Hasil dari tanggapan pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* sebagai responden mengenai indikator keandalan (*realibility*) ialah sebagai berikut:

Tabel V.6 : Distribusi Tanggapan Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru Mengenai Indikator Keandalan (*Reliability*)

No.	Sub Indikator	Kategori Penilaian			Jumlah
		Puas	Cukup Puas	Kurang Puas	
1.	Transportasi	48	20	0	68
2.	Akomodasi	52	16	0	68
3.	Menu makanan	49	19	0	68
4.	Kemampuan karyawan menciptakan situasi menyenangkan	44	24	0	68
Jumlah		193	79	0	272
Rata-Rata		48,25	19,75	0	68
Persentase		70,96%	29,04%	0%	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Pada tabel V.6 pelanggan yang menjadi responden berjumlah 68 orang dengan tingkat persentase tertinggi pada kategori memuaskan dengan persentase 70,96%. Berdasarkan nilai persentase pada tabel diatas dapat dikatakan bahwa indikator keandalan (*realibiliy*) pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* telah

mampu memuaskan pelanggannya. Yang dimaksudkan keandalan pada perusahaan Indoraya Mulia ialah perusahaan mampu memberikan segala fasilitas perjalanan wisata sesuai dengan janji. Adapun fasilitas tersebut berupa transportasi, akomodasi, dan menu makanan. Selain itu, karyawan pendamping pelanggan selama perjalanan juga telah mampu menciptakan suasana yang menyenangkan selama perjalanan.

Menurut beberapa responden menjelaskan bahwa PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* fasilitas yang diterimanya selama perjalanan wisata berlangsung, sesuai dengan apa yang dipresentasikan sebelumnya. Hal ini dijelaskan dengan pendapat yang mengatakan transportasi yang diberikan berbentuk bus atau mobil van, akomodasi dan menu makanan sesuai kesepakatan dengan konsumen sebelum keberangkatan. Selama perjalanan karyawan pendamping perjalanan berusaha menciptakan situasi yang menyenangkan dengan mengadakan quiz, bernyanyi bersama, hingga merayakan ulang tahun salah satu pelanggan di perjalanan.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 4 Februari 2020 dengan manager tour PT Indoraya Mulia Tour and Travel, ia mengatakan bahwa selama melakukan presentasi sebelum akan melakukan perjalanan, manager tour selalu menyampaikan fasilitas secara benar dan pelanggan berhak memilih dan menentukan transportasi, akomodasi dan menu makanan yang mereka inginkan. Selain itu, selama perjalanan, karyawan berusaha untuk menciptakan suasana yang menyenangkan agar pelanggan tidak bosan selama perjalanan”.

Berdasarkan hasil kuisisioner dan wawancara dapat disimpulkan bahwa indikator keandalan (*reliability*) pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* sudah mampu memuaskan pelanggan yang menggunakan paket wisata. Selain itu, pelanggan sudah merasa percaya menggunakan jasa perusahaan untuk melakukan

perjalanan wisata. Hal ini dikarenakan perusahaan selalu memberikan fasilitas perjalanan sesuai kesepakatan bersama.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap (*responsiveness*) yang dimaksud pada penelitian ini ialah kemampuan karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dalam memberikan pelayanan selama perjalanan wisata secara cepat. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan kemampuan karyawan untuk memberikan pertolongan pada pelanggan yang sakit selama perjalanan wisata, persediaan kotak P3K dan obat-obatan, dan kecepatan karyawan PT Indoraya Mulai *Tour and Travel* dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan selama perjalanan wisata.

Penilaian responden pelanggan jasa wisata mengenai indikator daya tanggap (*responsiveness*) sebagai berikut:

Tabel V.7 : Distribusi Tanggapan Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru Mengenai Indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*)

No.	Sub Indikator	Kategori Penilaian			Jumlah
		Puas	Cukup Puas	Kurang Puas	
1.	Penanganan pelanggan yang sakit	36	32	0	68
2.	Penyediaan kotak P3K dan obat-obatan	59	9	0	68
3.	Kecepatan karyawan menjawab pertanyaan	40	28	0	68
Jumlah		135	69	0	204
Rata-Rata		45	23	0	68
Persentase		66,18%	33,82%	0%	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel V.7 diatas dapat terlihat bahwa penilaian indikator daya tanggap pada kategori puas berada pada tingkat persentase 66,18%, kategori penilaian cukup puas 33,82%, dan kurang puas 0%. Pada persentase tersebut, nilai

pada kategori puas merupakan persentase tertinggi. Sehingga dapat dikatakan pelayanan dengan mempertimbangkan daya tanggap atau kecepatan karyawan selama perjalanan telah dinilai memuaskan bagi pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

Bedasarkan alasan beberapa pelanggan yang mengisi kuesioner menjelaskan bahwa faktor keandalan yang diteliti pada penelitian ini dianggap telah memuaskan. Hal ini dikarenakan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memberikan pelayanan secara cepat kepada pelanggannya selama perjalanan, baik menolong pelanggan yang sakit ataupun menjawab pertanyaan pelanggan yang dengan bergantian. Hanya saja, menurut beberapa pelanggan karyawan yang ikut dalam perjalanan dianggap masih kurang dalam segi kuantitas untuk melayani pelanggan. Beberapa pelanggan berpendapat hanya 1 orang *tour leader* yang menemani selama perjalanan, sehingga ketika *tour leader* tersebut sibuk mengurus sesuatu maka pelanggan akan sibuk masing-masing.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 04 Februari 2020 dengan manager tour PT Indoraya Mulia Tour and Travel, ia mengatakan bahwa daya tanggap (responsiveness) yang dilakukan oleh karyawan selama melakukan perjalanan wisata mampu menciptakan rasa memuaskan bagi pelanggannya. Hal ini dikarenakan karyawan selalu memperhatikan pelanggan selama perjalanan dan bersedia untuk membantu pelanggan secara cepat. Selama perjalanan hanya ada 1 tour leader yang memimpin perjalanan, namun ketika jumlah konsumen paket wisata harus menggunakan lebih dari 1 bus maka akan ada karyawan tambahan yang ikut mengikuti perjalanan wisata”.

Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa indikator daya tanggap (*responsiveness*) yang diberikan karyawan selama perjalanan berada pada kategori penilaian memuaskan dikarenakan karyawan

memberikan kesenangan selama perjalanan wisata, dan karyawan dianggap cepat dalam menangani keluhan dari pelanggan selama perjalanan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*assurance*) pada penelitian ini ialah kemampuan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memberikan jaminan keselamatan selama perjalanan wisata kepada pelanggannya sehingga pelanggan percaya untuk menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Indikator jaminan pada penelitian ini diukur melalui kemampuan sopir mengemudikan transportasi, kemampuan pengetahuan karyawan mengenai obyek wisata yang dikunjungi, dan pihak *travel* memberikan jaminan asuransi keselamatan kepada setiap pelanggannya.

Hasil tanggapan dari pelanggan sebagai responden jasa paket wisata mengenai indikator jaminan (*assurance*) dapat terlihat sebagai berikut:

Tabel V.8 : Distribusi Tanggapan Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru Mengenai Indikator Jaminan (*Assurance*)

No.	Sub Indikator	Kategori Penilaian			Jumlah
		Puas	Cukup Puas	Kurang Puas	
1.	Kemampuan sopir mengemudi	47	21	0	68
2.	Pengetahuan karyawan mengenai obyek wisata	37	31	0	68
3.	Asuransi Keselamatan	33	28	7	68
Jumlah		117	80	7	204
Rata-Rata		39	26,67	2,33	68
Persentase		57,35%	39,22%	3,43%	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel V.8 terlihat bahwa indikator jaminan (*assurance*) dengan penilaian kategori puas berada pada persentase 57,35%, kategori cukup puas 39,22%, dan kurang puas 3,43% dari total keseluruhan persentase penilaian. Dari

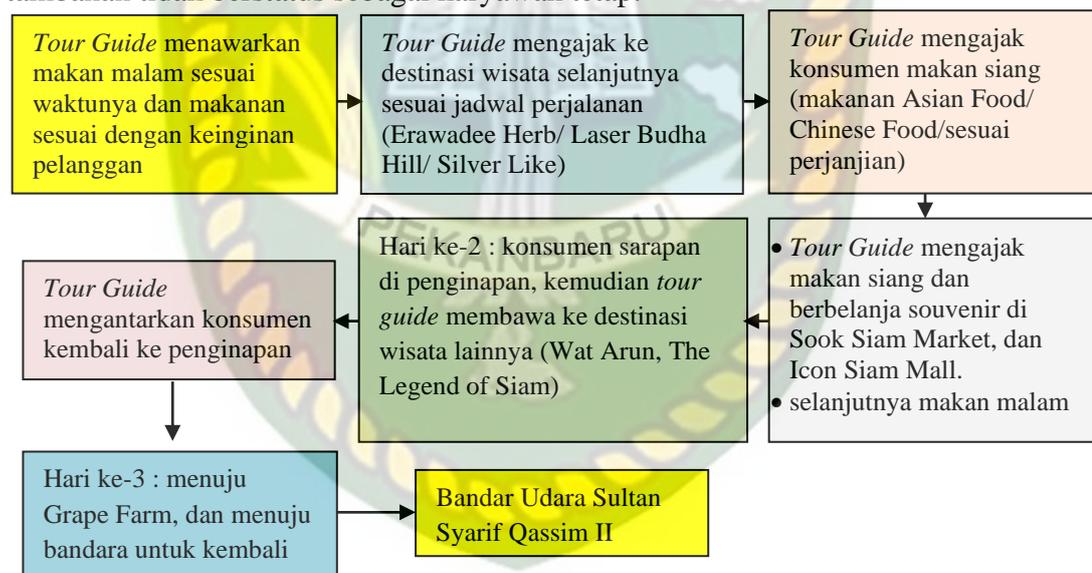
hasil persentase di atas maka dapat dijelaskan bahwa indikator jaminan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* telah mampu memuaskan pelanggannya.

Beberapa responden memberikan alasan pada kuesioner mengenai pengetahuan *tour leader* yang dianggap perlu ditingkatkan karena karyawan masih tidak mengetahui beberapa informasi yang pasti dari obyek wisata yang dikunjungi. *Tour leader* dari PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* sering menemani pelanggan paket wisata berkunjung ke luar negeri seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand, namun *tour leader* juga masih kurang mengingat nama obyek wisata dan sejarahnya. Mengenai asuransi sebagai jaminan keselamatan beberapa pelanggan menjelaskan bahwa perlu adanya dana tambahan untuk mendapatkan asuransi selama perjalanan. Sebagian pelanggan terkadang tidak menggunakan asuransi selama perjalanan wisata agar harga lebih murah.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 4 Februari 2020 dengan manager tour PT Indoraya Mulia Tour and Travel, ia mengatakan bahwa indikator jaminan (assurance) dinilai telah mampu memberikan rasa puas kepada pelanggan. Hal ini dikarenakan perusahaan berusaha memberikan jaminan keselamatan kepada pelanggan dengan mempertimbangkan kemampuan mengemudi sopir yang dipilih, dan adanya penawaran asuransi keselamatan bagi pelanggan”.

Berdasarkan hasil dari kuesioner dan wawancara diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa indikator jaminan (*assurance*) yang diberikan oleh PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* selama melakukan perjalanan wisata dinilai telah memuaskan pelanggan. Hanya saja beberapa pelanggan keberatan untuk menambah biaya perjalanan untuk mendapatkan asuransi keselamatan selama perjalanan wisata.

Untuk mengatasi minimnya pengetahuan *tour leader* dari perusahaan mengenai obyek wisata di suatu daerah dan negara, maka yang harus dilakukan perusahaan yaitu mempekerjakan *tour guide* yang berasal dari daerah atau negara yang menjadi destinasi wisata. Sehingga diharapkan *tour guide* tersebut memiliki pengetahuan yang lebih mengenai obyek wisata. Adapun keuntungan dari mempekerjakan *tour guide* dari daerah tujuan wisata yaitu meminimalisir beban gaji. Hal ini dikarenakan *tour guide* tersebut hanya digunakan disaat dibutuhkan dan bukan sebagai karyawan tetap yang harus di gaji setiap periodenya. Dengan begitu maka akan menciptakan harga yang kompetitif dikarenakan karyawan tambahan tidak berstatus sebagai karyawan tetap.



Gambar V.1 Alur Kerja *Tour Guide Freelance*

Fasilitas yang disediakan oleh *tour guide freelance* harus sesuai dengan standar pelayanan perusahaan selama *tour* yaitu menyediakan air mineral, kotak P3K, penyediaan transportasi, akomodasi, makanan, dan destinasi wisata sesuai dengan keinginan konsumen. *Tour guide* bertanggung jawab melayani dan memberikan informasi obyek wisata secara benar kepada konsumen *tour*.

5. Empati (*Empathy*)

Empati ialah keadaan yang membuat seseorang merasakan keadaan perasaan atau pemikiran dari orang lain. Empati (*empathy*) pada penelitian ini ialah kemampuan karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memberikan perhatian kepada pelanggan selama melakukan perjalanan wisata.

Indikator empati dapat diukur melalui penilaian pelanggan terhadap kemampuan karyawan melayani pelanggan selama perjalanan secara ramah dan sopan seperti memberi salam, menyapa, tersenyum dan berbaur dengan konsumen selama perjalanan, kemampuan karyawan memberikan pelayanan waktu istirahat, shalat, dan makan, serta kemampuan karyawan dalam memberikan rekomendasi tempat berbelanja buah tangan atau oleh-oleh.

Hasil dari tanggapan pelanggan paket jasa wisata mengenai indikator empati (*empathy*) ialah sebagai berikut:

Tabel V.9 : Distribusi Tanggapan Responden Pelanggan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru Mengenai Indikator Empati (*Empathy*)

No.	Sub Indikator	Kategori Penilaian			Jumlah
		Puas	Cukup Puas	Kurang Puas	
1.	Sikap karyawan	52	16	0	68
2.	Pemberian pelayanan ishoma	51	17	0	68
3.	Kemampuan karyawan merekomendasikan tempat berbelanja	35	33	0	68
Jumlah		138	66	0	204
Rata-Rata		46	22	0	68
Persentase		67,65%	32,35%	0%	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa indikator empati (*empathy*) menurut penilaian responden nilai tertinggi berada pada kategori puas dengan persentase

67,65%. Selanjutnya diikuti oleh kategori cukup puas yaitu 32,35% dan tidak ada responden yang menilai kurang puas terhadap empati yang diberikan oleh karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

Rasa puas tersebut dirasakan oleh responden dikarenakan karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memiliki sikap yang ramah selama membawa pelanggan melakukan perjalanan wisata diperlihatkan dengan selalu tersenyum, berbaur dengan seluruh pelanggan, dan selalu menjaga sopan santun saat berbicara. Selain itu, karyawan juga memperhatikan waktu istirahat, shalat dan makan para pengguna jasanya. Dalam hal berbelanja, karyawan juga merekomendasikan tempat berbelanja oleh-oleh yang banyak variasi dan harga yang ditawarkan lebih ekonomis.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 04 Februari 2020 dengan manager tour PT Indoraya Mulia Tour and Travel, ia mengatakan bahwa karyawan selalu memberikan pelayanan secara maksimal. Selama perjalanan karyawan harus memberikan perhatian kepada pelanggan, agar pelanggan merasa diperdulikan dan dihargai selama perjalanan. Waktu istirahat selalu menjadi perhatian penting bagi karyawan agar pelanggan dapat beristirahat sejenak selama perjalanan, makan dengan tepat waktu, dan melaksanakan shalat dengan tepat waktu. Terkadang karyawan juga membawa pelanggan untuk shalat di masjid terbaik disuatu daerah sehingga dapat beristirahat sambil wisata religi sejenak di masjid tersebut”.

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada kuesioner dan hasil wawancara dengan *manager tour* mengenai indikator empati (*emphaty*), peneliti mengambil kesimpulan bahwa indikator empati pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* sudah memuaskan pelanggan paket jasa.

Hasil rekapitulasi mengenai kepuasan pelanggan paket wisata PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dapat terlihat sebagai berikut:

Tabel V.10 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Pelanggan Mengenai Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru

No.	Sub Indikator	Kategori Penilaian			Jumlah
		Puas	Cukup Puas	Kurang Puas	
1.	Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)	36,6	31,4	0	68
2.	Keandalan (<i>reliability</i>)	48,25	19,75	0	68
3.	Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	45	23	0	68
4.	Jaminan (<i>assurance</i>)	39	26,67	2,33	68
5.	Empati (<i>empathy</i>)	46	22	0	68
Jumlah		214,85	122,82	2,33	340
Rata-Rata		42,97	24,56	0,47	68
Persentase		63,19%	36,12%	0,69%	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Dari tabel rekapitulasi tanggapan responden mengenai Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia *Tour And Travel* Kota Pekanbaru, Riau yang dinilai berdasarkan indikator bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) dapat terlihat bahwa penilaian pada kategori puas berada pada persentase 63,19%, kategori cukup puas yaitu 36,12%, dan untuk kategori kurang puas yaitu 0,69% dari jumlah keseluruhan persentase penilaian.

Berdasarkan hasil tanggapan dari 68 responden yang merupakan pelanggan paket jasa pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan paket wisata PT indoraya Mulia *Tour and Travel* berada pada kategori memuaskan. Dengan hasil ini diartikan bahwa PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru dipercayai sebagai perusahaan yang menyediakan jasa paket perjalanan wisata secara baik, sehingga

konsumen tidak perlu ragu dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan selama melakukan perjalanan wisata.

C. Faktor Pendukung Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau

1. Bukti Langsung (*tangibles*)

PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* memberikan fasilitas perjalanan akomodasi dan transportasi yang sesuai dengan harga yang ditawarkan. Selain itu pemesanan tiket dan paket wisata dapat dilakukan secara online melalui media *whatsapp*, e-mail, ataupun telepon baik ke nomor perusahaan ataupun nomor karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel*.

2. Keandalan (*reliability*)

Manajemen PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* selalu memberikan informasi mengenai produk jasa paket wisata secara benar sejak awal dipresentasikannya produk kepada pelanggan yang akan menggunakan paket wisata dan perusahaan juga memberikan akomodasi, transportasi dan menu makanan sesuai keinginan pelanggan. Selain itu, terkadang PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* juga memberikan produk jasa tambahan kepada pelanggan seperti *upgrade* kamar hotel gratis, ataupun harga paket jasa yang telah termasuk asuransi perjalanan wisata.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Tour leader PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* selalu berusaha menangani keluhan pelanggan selama perjalanan secara cepat, terutama

bagi pelanggan yang sakit dan perusahaan selalu menyediakan kotak P3K dan obat-obatan sebagai antisipasi ketika ada pelanggan yang sakit. Selanjutnya karyawan juga berusaha menjawab pertanyaan secara cepat.

4. Jaminan (*assurance*)

Selama perjalanan wisata karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* selalu berusaha menciptakan rasa aman dengan menggunakan sopir yang telah mahir mengemudi, dan menawarkan jaminan asuransi keselamatan sebelum keberangkatan.

5. Empati (*empathy*)

karyawan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* selalu memperhatikan jadwal ibadah pelanggannya, jadwal makan pelanggan perjalanan wisata, dan memberikan waktu istirahat bagi pelanggannya. Selain itu, karyawan merekomendasikan tempat berbelanja yang lebih baik sesuai dengan pengetahuan dan pengalamannya.

D. Faktor Penghambat Kepuasan Pelanggan Jasa Paket Wisata Pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau

1. Bukti Langsung (*tangibles*)

Dari segi kerapian karyawan dalam segi tata rambut masih dianggap kurang rapi oleh beberapa pelanggan. Selain itu, sebaiknya perusahaan memberikan seragam bagi karyawan yang mendampingi pelanggan selama perjalanan wisata sehingga karyawan menggunakan pakaian seragam dan terlihat lebih rapi.

2. Keandalan (*reliability*)

Kurangnya inovasi karyawan untuk menciptakan situasi yang menyenangkan selama perjalanan.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Kecepatan karyawan menanggapi keluhan pelanggan selama perjalanan wisata terkadang masih kurang cepat. Hal ini dikarenakan saat perjalanan *tour leader* hanya bekerja sendiri tanpa ada karyawan lain yang membantu.

4. Jaminan (*assurance*)

Kurangnya pengetahuan karyawan mengenai informasi obyek wisata, dan apabila pelanggan ingin mendapatkan asuransi keselamatan selama perjalanan maka harus memberikan dana tambahan untuk perjalanan.

5. Empati (*empathy*)

Dikarenakan *tour leader* bekerja sendiri, maka dalam memberikan perhatian kepada pelanggan selama perjalanan dan memahami kebutuhan pelanggan secara baik dilakukan kurang maksimal oleh *tour leader*.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 04 Februari 2020 dengan manager tour PT Indoraya Mulia Tour and Travel, ia mengatakan bahwa faktor lain yang menjadi penghambat terciptanya kepuasan pelanggan paket jasa di PT Indoraya Mulia Tour and Travel ialah faktor harga. Hal ini dikarenakan saat ini harga tiket penerbangan yang naik terkhususnya untuk penerbangan domestik, sehingga harga paket wisata yang ditawarkan juga akan naik mengikuti harga tiket penerbangan. Selain itu, faktor pembayaran bagasi pada pesawat yang menjadi pertimbangan pemberian harga paket wisata pada pelanggan”.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dan analisa pada bab sebelumnya menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan paket jasa pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau berada pada kategori cukup puas dengan persentase 63,19% dari total persentase keseluruhan. Hal ini bermakna bahwa kepuasan pelanggan paket wisata pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru tidak dapat dinilai hanya dengan melihat fluktuasi permintaan dari pelanggan paket wisata, namun kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa faktor penghambat kepuasan pelanggan pada PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru, Riau ialah karyawan tidak menggunakan seragam sebagai identitas perusahaan, kurangnya kuantitas karyawan yang memandu perjalanan wisata, kurangnya pengetahuan karyawan mengenai obyek wisata yang dikunjungi, serta perlu adanya tambahan biaya untuk mendapatkan asuransi perjalanan wisata.

B. Saran

Adapun saran yang peneliti sampaikan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Pimpinan PT Indoraya Mulia *Tour and Travel* Kota Pekanbaru harus meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperbaiki faktor penghambat kepuasan pelanggan, seperti:
 - a. Memberikan seragam bagi setiap karyawannya agar karyawan memiliki identitas perusahaan saat bekerja sehingga terlihat profesional.
 - b. Memperhatikan kecakapan, keramahan, dan kecepatan karyawan dalam melayani konsumen dengan cara apabila terdapat konsumen

yang merasa tidak mendapatkan pelayanan dengan baik, maka pimpinan berhak memberikan *punishment* sebagai efek jera agar karyawan bekerja lebih baik. Selain itu, apabila karyawan melayani dengan baik sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan, maka karyawan tersebut berhak mendapatkan *reward* sebagai pemacu semangat kerjanya.

- c. Pada bagian *tour* perlu adanya karyawan tambahan agar dapat membantu *tour leader* dalam memandu perjalanan wisata, atau dengan cara memperbanyak relasi dengan mahasiswa atau *tour leader* di daerah lainnya yang benar-benar menguasai obyek wisata di daerah tersebut.
2. Dalam penelitian ini hanya menggunakan 5 indikator yaitu bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) untuk menilai kepuasan pelanggan jasa paket wisata, jadi disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperbanyak variabel penelitian, untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain variabel kualitas pelayanan tersebut.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alma, Buchari, 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, Cetakan Ke-13. Bandung, Alfabeta
- Hasibuan, 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta, Bumi Aksara
- Herlambang, Susatyo dan Bambang Heru Marwoto, 2014. *Pengantar Ilmu Bisnis*. Yogyakarta, Parama Publishing.
- Kasmir, 2005. *Etika Customer Service*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Lind, Douglas A, 2016. *Teknik-Teknik Statistika Dalam Bisnis Dan Ekonomi*, Cetakan Ke-4. Jakarta, Salemba Empat
- Lind, Douglas A, 2017. *Teknik-Teknik Statistika Dalam Bisnis Dan Ekonomi*, Cetakan Ke-3. Jakarta, Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3. Jakarta, Salemba Empat
- Novrianto, Juang, 2016. *Analisis Kepuasan Pelanggan pada Restoran Sop Tunjang Pertama (MI) di Pekanbaru*, Jurnal Valuta, Vol. 2 No.2, Hal. 171-189
- Pratiwi, Dinar Ika, 2010. *Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited di Semarang*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Rangkuti, Freddy, 2003. *Measuring Satisfaction*. Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama
- Ratminto & Atik Septi Winarsih, 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar
- Sari, Yunita. 2017. *Pengaruh Persepsi tentang Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Raja Tour and Travel Jember*
- Siagian, Sondang P, 2017. *Filsafat Administrasi*, Edisi Ke-10. Jakarta, PT Bumi Aksara
- Sinaga, Partua Pramana Hamonangan. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Warnet Chamber Semarang)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Siswanto, H. B, 2015. *Pengantar Manajemen*, Edisi Ke-11. Jakarta, PT Bumi Aksara
- Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta, Andi Offset
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Ke-3, Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Ke-3, Bandung, Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2018. *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta, Pustakabarupress

- Supranto, 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta, Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy, 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta, Andi
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-3. Yogyakarta, Andi
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2017. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Andi
- Wedayanti, Made Devi, 2018. *Manajemen Corporate Social Responsibility*, Cetakan Pertama. Pekanbaru, Marpoyan Tujuh
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta, Ekonisia Kampus
- Yetri. 2018. *Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Jasa (Pelayanan) Akademik Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan IAIN Raden Intan Lampung*, Jurnal Kependidikan Islam, Vol. 8 No. 2, Hal. 186-198. Lampung.
- Zulkifli, et. al, 2013. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi Dan Kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru, Badan Penerbit FISIPOL UIR