

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan ekonomi diarahkan untuk mengembangkan kehidupan ekonomi rakyat yang bertumpu pada mekanisme ekonomi pasar yang seimbang dengan prinsip persaingan sehat dan memperhatikan pertumbuhan ekonomi, nilai-nilai keadilan dalam berusaha dan bekerja. Dalam hal ini setiap orang mempunyai kesempatan yang sama dalam berbisnis. Perkembangan bisnis semakin meningkat dan semakin kompleks sehingga menyebabkan persaingan.

Seperti halnya pada saat ini persaingan dibidang usaha terutama dibidang jasa semakin kompetitif. Hal ini diikuti dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat dan membawa pengaruh lingkungan yang cukup besar menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Keadaan ini tampak dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan konsumen dalam pernyataan misi, tujuan dan iklan. Selain itu, banyaknya perusahaan yang menyadari bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tuntutan dari komitmen sehingga perusahaan mau tak mau harus memberikan atau mewujudkannya dengan berbagai macam strategi agar dapat mempertahankan pelanggannya.

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, kualitas pelayanan sangat penting dikelola perusahaan dengan baik. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler,

1997;99). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasar persepsi pelanggan yang merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa, Menurut Kotler & Armstrong (2001;214) persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.

Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa harus mampu melaksanakan kegiatan pemasaran secara aktif dalam menarik konsumen, yaitu melalui pelayanan. Artinya, perusahaan tersebut harus memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan keinginan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Apabila keinginan konsumen sudah terpenuhi, maka kepuasan konsumen akan datang dengan sendirinya bila jasa yang dijual perusahaan sesuai atau bahkan melampaui apa yang diinginkan konsumen.

Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (*service quality*) yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas yang di berikan oleh perusahaan, akan menimbulkan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan kepadanya. Sering kali terdapat perbedaan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan evaluasi dari konsumennya.

Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa meliputi lima dimensi, dimana kelima dimensi tersebut menurut Zeithaml, Berry (dalam Parasuraman, 1994;40) meliputi keandalan (*reliability*), berwujud (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Dimensi kualitas pelayanan ini agaknya berlaku pada hampir semua jenis organisasi, baik yang *profit oriented* maupun organisasi nirlaba, termasuk pada organisasi atau perusahaan yang bergerak dibidang perjalanan dan paket wisata.

Kabupaten Gresik memiliki beberapa biro perjalanan wisata antara lain : PT. Duta Wisata, PT. Gresik Graha Wisata, PT. Tegar Mandiri Wisata, PT. Arimbi, serta beberapa biro perjalanan lain yang menjual jasa sejenis. Perusahaan Jasa di Gresik ini didukung oleh kondisi kota Gresik sebagai kota industri, dimana banyak sekali berdiri perusahaan – perusahaan besar antara lain : PT. SEMEN GRESIK (Persero) Tbk dan Anak Usahanya, PT. PETROKIMIA GRESIK (Persero) dan Anak Usahanya, PT. BARATA INDONESIA (Persero) dan masih banyak lagi Perusahaan – Perusahaan Swasta besar lainnya yang berdiri, Kebutuhan akan tiket perjalanan untuk melaksanakan dinas keluar kota antar propinsi maupun antar pulau cukup tinggi., serta dipicu dengan naiknya harga BBM, yang menyebabkan berkurangnya seseorang untuk melakukan perjalanan dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun dinas.

Biro perjalanan & wisata sebagai salah satu bentuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa perlu memperhatikan lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan indikator oleh para konsumennya dalam menilai apakah jasa tersebut berkualitas atau tidak, sampai saat ini terus berupaya mempertahankan konsumen

yang sudah ada dan berusaha memperoleh konsumen baru, sementara banyak pula perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama, dengan harapan biro perjalanan & wisata tersebut tetap exist dan semakin berkembang.

Seperti halnya dengan Biro Perjalanan & Wisata yang dikelola oleh PT SWABINA GATRA berdiri sejak tanggal 28 Oktober 1988 yang berkantor pusat di jalan raya RA. Kartini No. 21.A – Gresik, diantaranya juga bergerak dibidang : *Cleaning service*, Tenaga Kerja, Pengelolaan Gudang, Pemeliharaan Peralatan, Perdagangan Umum, Persewaan Kendaraan dan Produsen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) "SWA".

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan & wisata telah menangkap peluang tersebut dan memanfaatkan teknologi dengan melakukan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan penyedia transportasi mulai dari darat, laut dan udara, dimana pemesanan dan penjualan tiket dilakukan secara online.

Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen telah melengkapi fasilitas dan kemampuan personal yang memadai, baik yang menyangkut fasilitas seperti penyejuk ruangan (AC), sarana komunikasi, komputer, kebersihan dari ruangan maupun kesiapan personal seperti pengetahuan, kemampuan administrasi dan hubungan komunikasi yang baik serta perhatian pribadi dalam memahami kebutuhan pelanggan, hal-hal tersebut dimaksudkan untuk memberi pelayanan sebaik mungkin kepada para pelanggannya.

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan, diperoleh data awal tingkat penjualan tiket perjalanan adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Data Penjualan Tiket Perjalanan
Tahun 2003 - 2007

Tahun	Jumlah Penjualan
2003	2.641.649.595,00
2004	3.566.226.953,00
2005	4.264.482.189,00
2006	5.657.280.676,00
2007	7.490.754.618,00

Sumber : Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA, 2008.

Dilihat dari data awal yang diperoleh tersebut, dapat diketahui bahwa data penjualan tiket Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA dari tahun ke tahun cenderung meningkat. Akan tetapi perusahaan tidak boleh terlena dengan adanya peningkatan ini. Perusahaan harus selalu memperhatikan dimensi kualitas jasa tersebut diatas yang dapat mempengaruhi minat dan perilaku konsumen untuk menggunakan pelayanan jasa kembali di Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA.

Untuk mengevaluasi betapa pentingnya kualitas pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan bagi pelanggan yang nantinya akan berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan maka perlu dilakukan penelitian dengan judul : "PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BIRO PERJALANAN & WISATA PT. SWABINA GATRA GRESIK ".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, Peneliti dalam melakukan penelitian ini merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah faktor *tangibles* (bukti fisik) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik ?
2. Apakah faktor *reliability* (kehandalan) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik ?
3. Apakah faktor *responsiveness* (daya tanggap) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik ?
4. Apakah faktor *assurance* (jaminan) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik ?
5. Apakah faktor *emphaty* (perhatian) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik ?
6. Apakah faktor – faktor *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangibles* (bukti fisik) secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* (kehandalan) secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* (daya tanggap) secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* (jaminan) secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik.
5. Untuk mengetahui pengaruh *emphaty* (perhatian) secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik.
6. Untuk mengetahui faktor – faktor *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty* secara simultan terhadap kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

a. Bagi peneliti

Peneliti dapat mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa penjualan tiket perjalanan terhadap kepuasan konsumen pada Biro Perjalanan & Wisata PT. SWABINA GATRA Gresik.

b. Bagi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik

Dapat dijadikan pembandingan untuk penelitian dalam tema yang sama dan sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya serta memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.

c. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini sebagai masukan bagi manajemen PT. SWABINA GATRA - Gresik khususnya Biro Perjalanan & Wisata dalam menentukan keputusan dan strategi pemasaran yang berorientasi konsumen, serta petunjuk dalam menentukan keputusan pengembangan kualitas pelayanan.

d. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian ini.