

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi internet telah mengubah berbagai aspek kehidupan, salah satunya perubahan dalam memperoleh informasi. Sehingga dengan informasi yang cepat dapat mengambil keputusan dengan cara yang cepat pula tanpa terikat ruang dan waktu. Perubahan ini tentu harus direspon dengan baik oleh pemasar dengan strategi yang tepat dalam memberikan layanan produk kepada konsumen dengan memanfaatkan teknologi internet.

Pemasar juga dituntut mampu memahami perilaku konsumen pada kelompok segmen generasi internet (*Generasi Millennials*) yang jumlahnya semakin meningkat dan merupakan target pasar yang sangat berpotensi. Menurut Hasanudin (2017) dalam Akbari (2017) *Generasi Millennials* (*Generasi Y*) adalah generasi yang lahir ditahun 1980-an hingga tahun 2000-an. Dampak perkembangan internet membawa generasi *Millennials* ke arah gaya hidup yang konsumtif. Dengan sosial media mereka mudah sekali untuk mencari informasi, salah satunya tempat wisata. Destinasi yang diinginkan adalah tempat wisata yang sedang ramai diperbincangkan di sosial media dan *instagramable*, sehingga mereka berlomba-lomba mengunggah foto liburannya ke sosial media.

Peningkatan jumlah wisatawan dapat diwujudkan jika perusahaan dapat menangkap setiap peluang yang ada, proaktif mencari konsumen yang baru, memperluas akses kepada pasar secara luas, dan memberikan kualitas pelayanan yang sangat memuaskan. Adanya internet memungkinkan perusahaan meningkatkan jumlah pelanggan tanpa dibatasi oleh waktu dan wilayah.

Konsumen yang tidak puas atas pelayanan yang diberikan akan berdampak buruk pada promosi yang dilakukan perusahaan. Kecenderungan konsumen menyampaikan kesan buruk, dan keluhan di internet kini menjadi semakin mudah dilakukan karena perkembangan teknologi telepon genggam yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan kekesalannya melalui jejaring sosial media, karena keluhan ini dapat mempengaruhi konsumen lain yang akan

menggunakannya sebagai referensi. Banyak agen-agen wisata yang mengeluhkan hal ini, salah satunya agen wisata yang ada di Kota Banyuwangi.

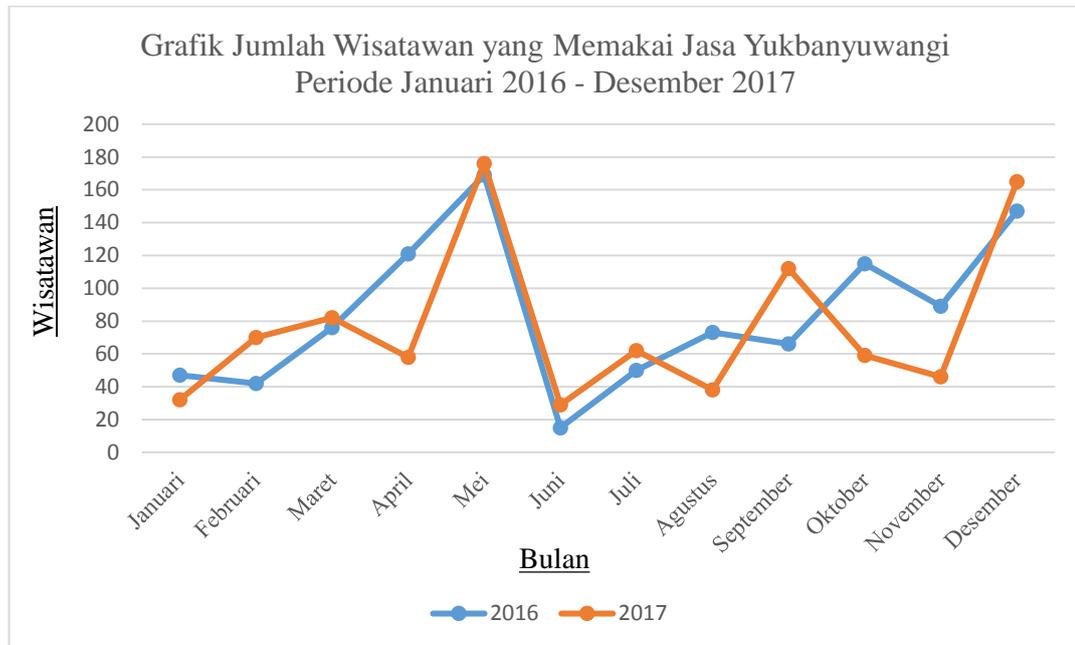
Banyuwangi memiliki potensi wisata bahari yang melimpah, sehingga pemerintah daerah terus berupaya untuk mengembangkan pariwisata yang ada di kota Banyuwangi. Banyuwangi meraih penghargaan *ASEAN Tourism Standard Award* dalam kategori *Clean Tourist City* di Thailand, sebelumnya juga pernah meraih penghargaan internasional dari Badan Pariwisata Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO) pada tahun 2016 sebagai kawasan dengan Inovasi Kebijakan Pariwisata Terbaik Dunia. Upaya pemerintah yang dilakukan adalah memfasilitasi ide atau inisiatif masyarakat mengadakan festival rakyat diantaranya festival Sewu Gandrung, festival Tumpeng Sewu, ritual kebo-keboan, dan Tari Seblang. (Sumber: Kompas, 2018)

Kenaikan kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara mengalami peningkatan, hingga bulan november 2017 wisatawan domestik mengalami peningkatan 0,4 juta yaitu sebanyak 2,7 juta dari target sebanyak 2,3 juta. Begitu dengan wisatawan mancanegara juga mengalami peningkatan, jumlahnya mencapai 75.000 wisatawan atau meningkat sebanyak 30.000 dari total target sebanyak 45.000. Sehingga membuat ekonomi di Banyuwangi meningkat, seperti Pantai Grand Watudodol dapat menyumbang PAD sebesar Rp 600.000.000,00. (Sumber: Merdeka, 2018)

Yukbanyuwangi adalah sebuah jasa wisata yang terletak di kota Banyuwangi. Adapaun visi dari perusahaan ini adalah mengutamakan kepuasan wisatawan dan memberikan fasilitas yang terbaik. Sehingga wisatawan yang sudah memilih yukbanyuwangi bisa pulang dengan banyak cerita tentang sejarah dan budaya maupun kulinernya. Paket wisata yang ditawarkan oleh Yukbanyuwangi adalah Paket Wisata Banyuwangi 4 Hari 3 Malam, Paket Wisata Banyuwangi 3 Hari 2 Malam, Paket Wisata Banyuwangi 2 Hari 1 Malam, Paket Wisata Banyuwangi *One Day Tour*, Paket *Open Trip* Banyuwangi, dan Paket *Privat Trip*. Dari berbagai macam paket tersebut yang membedakan adalah jumlah hari dan jumlah destinasi wisata. Dengan destinasi pilihan 5 terbanyak dikunjungi, diantaranya adalah Kawah Ijen, Pulau Menjangan, Pulau Tabuhan, Savana Bekol,

dan Pulau Merah. Dari tahun ke tahun jumlah wisatawan yang memakai jasa wisata yukbanyuwangi berfluktuasi.

Berikut adalah jumlah wisatawan yang memakai jasa yukbanyuwangi pada tahun 2016 dan 2017 :



Gambar 1.1 Grafik jumlah wisatawan yang memakai jasa Yukbanyuwangi Periode Januari 2016 – Desember 2017

(Sumber : Data Perusahaan)

Dari gambar yang disajikan diatas dapat dilihat jumlah wisatawan yang menggunakan jasa Yukbanyuwangi setiap bulannya berfluktuasi tidak ada peningkatan yang signifikan setiap tahun pada bulan Mei yang paling banyak terdapat hari libur nasional ataupun bulan Desember sebagai liburan akhir tahun, serta terjadi penurunan jumlah wisatawan yang memakai jasa Yukbanyuwangi. Pada tahun 2016 jumlah wisatawan domestik yang memakai jasa yukbanyuwangi sebanyak 1010 wisatawan dan tahun 2017 sebanyak 929 wisatawan. Selain itu juga adanya keluhan para wisatawan tentang pelayanan yang sudah diberikan oleh perusahaan.

Perusahaan membuat rekapan hasil komplain pelanggan sebagai upaya perbaikan pelayanan. Berikut adalah data keluhan wisatawan di media sosial yang sudah dicatat oleh perusahaan:

Tabel 1.1 Jenis Keluhan Wisatawan periode Januari 2016 - Desember 2017

No.	Jenis Keluhan	Jumlah	
		Tahun 2016	Tahun 2017
1	Fasilitas Transportasi	19	14
2	Dokumentasi foto	14	10
3	Fasilitas Hotel	9	11
4	Wawasan <i>Tour guide</i>	7	13
5	Pelayanan Administrasi	10	13
6	Ketepatan Jadwal	8	7
7	Makanan	14	8
8	<i>Itinerary</i>	10	7
9	Kebersihan ruang bilas	7	4
10	Alat <i>snorkeling</i>	16	9

(Sumber : Data Perusahaan)

Dari jenis keluhan yang tertera pada tabel 1.1 berikut contoh keluhan yang dirasakan oleh wisatawan :

- 1) Fasilitas Transportasi  
Contoh : AC mobil yang panas.
- 2) Dokumentasi Foto  
Contoh : Foto yang tidak fokus (Blur).
- 3) Fasilitas Hotel  
Contoh : Kamar mandi kotor dan bau.
- 4) Wawasan *Tour guide*  
Contoh : *Tour guide* kurang tau jalan.
- 5) Pelayanan Administrasi  
Contoh : Lambatnya pelayanan.
- 6) Ketepatan Jadwal  
Contoh : Terlambat menuju tempat destinasi.
- 7) Makanan  
Contoh : makanan tidak enak.

8) Itinerary

Contoh : Perubahan destinasi mendadak.

9) Kebersihan Ruang Bilas

Contoh : Ruang bilas yang kotor

10) Alat *Snorkeling*

Contoh : Alat *snorkeling* bocor.

Dari berbagai macam keluhan diatas maka harus segera ditanggapi dan dilakukan evaluasi. Karena ada kekhawatiran jika wisatawan yang telah memakai jasa Yukbanyuwangi akan berbagi pengalaman tentang pelayanan yang dirasakan kepada sesama jasa wisata lain. Hal ini akan mengakibatkan terbentuknya pandangan buruk terhadap citra perusahaan. Pada saat ini prosentase keluhan wisatawan yang ada berkisar 10% dari tahun 2016 sampai dengan 2017, dengan harapan untuk kedepannya perusahaan bisa mengatasi keluhan tersebut seminimal mungkin secara bertahap hingga mencapai 5%.

Untuk dapat mengetahui pelayanan yang diinginkan, dibutuhkan dan diharapkan oleh wisatawan maka dilakukan penelitian, sehingga tidak terjadi perbedaan persepsi mengenai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan apa yang sebenarnya diinginkan dan diharapkan oleh wisatawan. Metode SERVQUAL (*Service Quality*) merupakan salah satu pendekatan yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan seperti kepuasan pasien terhadap pelayanan rumah sakit, kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan, dll.

Metode ini juga bisa digunakan pada dunia wisata, tepatnya pada kepuasan wisatawan. Dengan menghitung nilai *gap* dan membandingkan antara persepsi dan ekspektasi wisatawan terhadap pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Dengan mengelompokkan beberapa atribut ke dalam lima dimensi kualitas yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Setelah diketahui nilai *gap* selanjutnya dilakukan perbaikan kualitas bagi atribut yang diprioritaskan dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*). Perbaikan atribut-atribut kebutuhan menghasilkan suatu respon teknis untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode yang didasarkan pada penelitian sebelumnya yaitu metode SERVQUAL dan QFD,

karena akan diperoleh secara jelas apa yang diharapkan pelanggan sesuai dengan kenyataan yang ada. Dengan hasil akhir mendapatkan *gap* antar tingkat kepentingan dan kepuasan, serta teridentifikasi aspek-aspek kualitas layanan yang perlu dilakukan pengembangan oleh perusahaan (Bounds dalam Margareta, 2016).

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Atribut apa saja yang menjadi prioritas untuk mengetahui kepuasan wisatawan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan?
2. Upaya apa yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan perhitungan SERVQUAL dan QFD sehingga dapat memenuhi kepuasan wisatawan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Identifikasi atribut dimensi SERVQUAL, yaitu: *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*.
2. Menghitung nilai *gap* (nilai kesenjangan atribut antara persepsi dan ekspektasi wisatawan) dari masing-masing dimensi SERVQUAL.
3. Menentukan *Customer Needs (Whats)* berdasarkan dimensi SERVQUAL.
4. Menganalisis *Planning Matrix* dengan menghitung *Importance to Customer, Improvement Ratio, Sales Point, Raw Weight* dan *Normalized Raw Weight*.
5. Menentukan *Technical Response (Hows)*.
6. Mengintegrasikan Matriks *Whats* dan Matrik *Hows*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mampu mengetahui atribut dimensi servqual, yaitu: *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*.

2. Mampu menghitung nilai *gap* (nilai kesenjangan atribut antara persepsi dan ekspektasi wisatawan) dari masing-masing dimensi SERVQUAL.
3. Mampu menentukan *Customer Needs (Whats)* berdasarkan dimensi SERVQUAL.
4. Mampu menganalisis *Planning Matrix* dengan menghitung *Importance to Customer, Improvement Ratio, Sales Point, Raw Weight* dan *Normalized Raw Weight*.
5. Mampu menentukan *Technical Response (Hows)*.
6. Mampu menganalisis hubungan antara Matriks *Whats* dan *Hows* dengan hasil integrasinya dapat memberi masukan kepada perusahaan.

### **1.5 Batasan Masalah**

Guna membatasi permasalahan agar tidak terlalu luas dan keluar dari tujuan penelitian, maka diperlukan batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini membahas persepsi dan ekspektasi wisatawan terhadap kepuasan pelayanan yang telah diberikan oleh penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi.
2. Responden kuesioner adalah wisatawan pemakai jasa wisata Yukbanyuwangi yang sedang melakukan wisata, pada saat peneliti melakukan pengambilan data (penyebaran kuesioner).
3. Dimensi kualitas yang digunakan adalah: *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*.
4. Penelitian ini dibatasi hanya sampai pada usulan perbaikan kualitas pelayanan.
5. Penyusunan *Quality Function Deployment* tidak melakukan *Benchmarking*.

### **1.6 Asumsi-asumsi**

Asumsi-asumsi yang mendasari terhadap perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Responden sudah mengetahui secara pasti tentang kinerja pelayanan yang sudah diberikan oleh penyedia jasa.
2. Penilaian responden terhadap pertanyaan yang diajukan pada kuesioner sudah dianggap benar dan mewakili terhadap kondisi yang sebenarnya.
3. Sistem pelayanan selama penelitian berlangsung berjalan dengan normal.

4. Tingkat kepercayaan untuk data yang diperoleh sebesar 0,95 dan untuk tingkat kesalahan sebesar 0,05.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan sistematika penulisan adalah untuk mempermudah penyampaian informasi yang sesuai dengan aturan dan urutan penulisan secara sistematis, adalah sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan pokok permasalahan yang akan dikaji, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang dilakukan, batasan permasalahan yang digunakan, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang berisi tentang teori jasa, wisata, kepuasan pelanggan, dan teori pengolahan data dengan metode *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Quality Function Deployment* (QFD).

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tahap-tahap yang dilakukan untuk penelitian berupa *flowchart* yang meliputi studi *literature*, teknik pengumpulan data dan analisa data, langkah-langkah pengerjaan dan teknik penarikan kesimpulan.

#### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisikan pengumpulan data, pengolahan data, dan pembahasan masalah dari penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Quality Function Deployment* (QFD).

#### **BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI**

Bab ini menjelaskan tentang analisis dari hasil perhitungan nilai *gap* setiap dimensi SERVQUAL serta analisis perbaikan kualitas menggunakan metode QFD dengan menyusun rumah kualitas (*House of Quality*).

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan atas hasil analisis sesuai dengan tujuan penelitian dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian sebagai masukan bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.