

KUALITAS PELAYANAN *TOUR LEADER* DI PT REZKI JASTY TOUR & TRAVEL PEKANBARU

Oleh :

Nana Riana

Pembimbing : Dra. Hj. Syofia Achnes, M.Si

Email : nrhuang2611@gmail.com

Program Studi Pariwisata
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Campus Bina Widya, H.R. Soebrantas Street Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru

Abstract

The research aims to find out how the service quality of the tour leader in the PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru.

This study used a descriptive quantitative method to examine problems in the lift. The samples in this study were 75 respondents, who were taken by using simple random sampling. While data collection techniques in this study using observation, questioner, and literature. By using a Likert scale as a measure to determine the length of the short interval.

From the results of research that's been done, it looks that service quality of the tour leader in the PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru is good.

Keywords : Service Quality, Tour Leader, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, and Tangible.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Meningkatnya orang - orang melakukan perjalanan wisata menuntut pula peningkatan pelayanan Biro Perjalanan Wisata dan Agent Perjalanan. Pada saat ini di Pekanbaru banyak sekali bermunculan perusahaan perjalanan, pada bulan Juni 2015 sudah ada 161 perusahaan baik Biro Perjalanan Wisata maupun Agen Perjalanan Wisata (Himpunan Pramuwisata Indonesia Riau, 2015).

Dalam sebuah paket *tour* terdapat *tour leader*. *Tour leader* adalah seorang yang menjadi pemimpin dalam perjalanan wisata, biasanya memimpin suatu rombongan *tour* untuk berwisata. *Tour leader* merupakan salah satu pemegang kunci suksesnya sebuah acara perjalanan

wisata. Oleh karena itu, dalam penunjukan seorang *tour leader* harus betul-betul mempertimbangkan kemampuan *tour leader* tersebut dalam segala hal yang di antaranya: bahasa, kedisiplinan, wawasan, sopan santun dan lain sebagainya (Desky : 1999).

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa biro perjalanan wisata selalu mementingkan kualitas pelayanan yang di berikan kepada para pelanggannya. Hal ini terbukti melalui sebuah riset (*Marketing Research*). Kepuasan pelanggan akan kembali datang dengan sendirinya bila jasa yang perusahaan jual sesuai dengan keinginan pelanggan. Begitu juga dengan kekecewaan pelanggan yang timbul jika perusahaan melakukan kesalahan apapun. Hal ini akan

menimbulkan akibat yang buruk bagi suatu perusahaan.

Jika pelayanan yang diberikan *tour leader* tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan kehilangan kepercayaan kepada perusahaannya. Sebaliknya jika perusahaan memberikan pelayanan yang dirasakan sesuai dengan mutu yang dikehendaki pelanggan, maka mereka akan merasa puas, dan akan menjadi pelanggan setia. Maka pelayanan yang berkualitas tinggi yang di berikan *tour leader* mempengaruhi sikap pelanggan untuk tetap menggunakan jasa dari PT Rezki Jasty Tour & Travel.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan di PT Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru, tentang kualitas pelayanan masih sering diterima keluhan (*complaint*) tentang pelayanan yang di berikan oleh *tour leader*, selama memberikan pelayanan kepada pelanggannya, baik secara langsung kepada yang melayani (*direct complaint*) maupun di sampaikan melalui perwakilan (*indirect complaint*) sehingga pelanggan tidak nyaman dan hingga marah dan tidak mau lagi menggunakan jasa dari Rezki Jasty Tour & Travel. Keluhan yang sering muncul yaitu kurang cepatnya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya sehingga pelanggan menunggu cukup lama, kurang ramahnya *tour leader* dalam melayani pelanggan, *tour leader* lama dalam memberikan *extra bed* kepada salah satu peserta rombongan, dan juga kadang *tour leader* tidak memperhatikan kebutuhan peserta rombongan seperti berada di rumah makan ada peserta yang ingin menambah nasi tetapi karena karyawan rumah makan sibuk dan *tour leader* nya tidak kelihatan peserta tidak jadi menambah nasi.

Oleh karena itu perlu diteliti apa yang jadi penyebab keluhan dari pelanggan pada *tour leader* dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan mengetahui kualitas pelayanan dari Rezki Jasty Tour & Travel. Setelah mengetahui tingkat kualitas pelayanan dari

Rezki Jasty Tour & Travel peneliti dapat melihat faktor penghambat yang membuat tidak baik nya proses memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dengan kuesioner akan diketahui bagaimana upaya perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini sangat penting karena bagi perusahaan biro perjalanan wisata kehilangan pelanggan adalah sebuah masalah besar dan merupakan sesuatu yang sangat beresiko karena tanpa pelanggan perusahaan tidak mempunyai arti apa-apa. Untuk mengatasi hal tersebut biro perjalanan wisata perlu tetap mempertahankan kualitas pelayanannya kepada pelanggan dan Biro Perjalanan Wisata sebagai mitra kerja.

Berikut data konsumen yang telah memakai jasa paket *tour* di PT Rezki Jasty Tour:

Data Jumlah Konsumen yang Menggunakan Paket Tour di PT Rezki Jasty Tour & Travel

Tahun	Jumlah Peserta	Jumlah Tour
2012	122 peserta	3 kali
2013	201 peserta	6 kali
2014	287 peserta	8 kali
2015	268 peserta	8 kali

Sumber: PT Rezki Jasty Tour & Travel

Dari tabel di atas bisa dilihat untuk jumlah peserta dan jumlah *tour* PT Rezki Jasty Tour & Travel mengalami peningkatan dari tahun 2012 sampai 2014 dan mengalami penurunan di tahun 2015, dari jumlah peserta yang mengalami penurunan pada tahun 2015 maka pihak Tour & Travel lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan pada pelanggan, karena pada kenyataan pelaksanaan perjalanan wisata banyak masih banyak pelanggan mengeluh karena kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan, padahal pelayanan merupakan hal yang paling utama yang perlu dilakukan supaya pelanggan tidak mengeluh dan merasakan hal yang tidak menyenangkan.

Jika dibandingkan dengan jumlah konsumen di PT Nur Kembang Abadi Tour & Travel atau yang lebih dikenal

Kembang Wisata Tour & Travel yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Data Jumlah Konsumen yang Menggunakan Paket Tour di PT Nur Kembang Abadi Tour & Travel

Tahun	Jumlah Peserta	Jumlah Tour
2012	189 peserta	5 kali
2013	205 peserta	5 kali
2014	289 peserta	8 kali
2015	468 peserta	12 kali

Sumber : PT Nur Kembang Abadi Tour & Travel

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa selama empat tahun mulai dari tahun 2012 sampai dengan 2015 di PT Nur Kembang Abadi Tour & Travel atau yang lebih dikenal Kembang Wisata Tour & Travel jumlah peserta dan jumlah *tour* mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2012 jumlah peserta *tour* 189 dengan 5 kali *tour* mengalami kenaikan yang cukup tinggi di tahun 2015 hingga 468 peserta dan 12 kali melakukan *tour* selama setahun itu. Banyak faktor yang dapat menyebabkan peningkatan penjualan paket *tour* di Kembang Wisata Tour & Travel, salah satu faktor utama nya yang terjadi adalah karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh Biro Perjalanan Wisata yang bersangkutan lebih baik.

Untuk mempelajari lebih dalam mengenai hal tersebut, peneliti memberikan judul penelitian yaitu: **“KUALITAS PELAYANAN TOUR LEADER DI PT REZKI JASTY TOUR & TRAVEL PEKANBARU”**.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka sebagai rumusan masalah dan disimpulkan apa yang menjadi pokok penelitian ini adalah : “Bagaimanakah kualitas pelayanan *tour*

leader di PT Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru?”

3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini dengan tujuan agar penelitian ini spesifik dan lebih terfokus kepada :

1. Kualitas pelayanan yang diberikan *tour leader* di PT Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru.
2. Upaya apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan seorang *tour leader* di PT Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru.

4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *tour leader* kepada konsumen di PT Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan seorang *tour leader* di PT Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru.

5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Umum
 - a) Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca.
2. Manfaat Khusus
 - a) Sebagai salah satu sarana dan bahan masukan untuk menambah pengetahuan peneliti.
 - b) Sebagai bahan informasi bagi peneliti-peneliti yang membahas dan mengkaji permasalahan yang sama.
 - c) Bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Pariwisata lebih mengetahui pentingnya peranan dari seorang *tour leader* dan bagaimana seorang *tour leader* yang baik dimata calon konsumen.

d) Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi *Tour Department* PT Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru agar dapat meningkatkan kualitas kerja dari pegawainya dalam menangani *tour*, khususnya bagi *tour leader* agar dapat memaksimalkan kualitas kerja kedepannya.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono & Chandra, 2011:180), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Kualitas pelayanan umum menurut Wyckof yang dikutip Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Pada awal penelitiannya, Parasuraman, Zeithaml & Berry (dalam Tjiptono, 2014:282) mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa yakni reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik. Namun pada penelitian berikutnya, ketiga pakar ini menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi tersebut. Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama yaitu :

1. Reliabilitas (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan

memberikan layanan dengan tanggap.

3. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
4. Empati (*Emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

3. *Tour Leader*

Menurut Yoeti (2013:9) *tour leader* adalah seorang karyawan suatu *tour operator* yang ditugaskan membawa rombongan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata (*tour*) sesuai dengan program perjalanan (*tour itinerary*) yang telah disusun sepengetahuan *tour operator* yang memberi tugas.

Di dunia internasional, *tour leader* dikenal dengan istilah-istilah sebagai berikut :

- a. *Tour Manager*
- b. *Tour Director*
- c. *Tour Conductor*
- d. *Tour Escort*
- e. *Tour Courier* (di Eropa)

4. Wisata/*Tour*

Menurut Undang Undang pemerintah Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, “Wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjunginya dalam jangka waktu sementara”.

Peneliti harus membedakan pengertian *tour* dengan *travel* atau perkataan lainnya seperti *trip*, *excursion*,

sightseeing, dan lain-lain. Perkataan *travel* biasanya digunakan untuk tujuan bermacam-macam motivasi dan pada hakekatnya bukan untuk tujuan pariwisata. Dalam dunia kepariwisataan sendiri pengertian dari kata *tour* secara umum adalah : perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lain, baik dalam maupun luar negeri.

Pengertian kata *tour* jauh lebih sering digunakan dibandingkan kata *trip*, *sightseeing*, atau *excursion*. Namun demikian, pengertian kata *trip* dapat disamakan dengan kata *excursion* lebih dekat (batas kota atau daerah tertentu tidak lebih dari 24 jam), sedangkan perjalanan *trip* relatif lebih jauh.

5. Wisatawan

Menurut Yoeti (1996:123), wisatawan merupakan seseorang tanpa membedakan ras, kelamin, bahasa, dan agama, yang memasuki wilayah suatu negara yang mengadakan perjanjian yang lain dari pada negara dimana orang itu biasanya tinggal dan berada di situ tidak kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan, di dalam jangka waktu 12 bulan berturut-turut, untuk tujuan non imigrasi yang legal. Dan juga berdasarkan asalnya wisatawan dibagi menjadi dua yaitu domestik dan mancanegara.

Wisatawan yang dikemukakan Soekadijo (2000:3) yaitu wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, “wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Istilah wisatawan biasanya diasumsikan sebagai orang-orang yang berkunjung disebuah daya tarik wisata”.

6. Biro Perjalanan Wisata

Pariwisata merupakan suatu fenomena yang timbul dari salah satu kegiatan manusia yang berbentuk perjalanan. Kegiatan pariwisata ini dilakukan dalam jangka waktu tertentu dan terbatas dengan tujuan untuk bersenang-senang sambil menikmati objek dan daya tarik wisata. Untuk memudahkan pelaksanaan perjalanan maka dibentuklah suatu badan usaha yang disebut Biro Perjalanan Wisata yang dikenal dengan *tour operator*, guna membantu kelancaran perencanaan dan pengaturan perjalanan wisata tersebut.

Ahira (2005) memberi penjelasan Biro Perjalanan Wisata adalah sendiri adalah perusahaan ataupun badan usaha yang memberikan pelayanan lengkap terhadap seseorang ataupun kelompok orang yang ingin melakukan perjalanan baik di dalam negeri maupun ke luar negeri. Pelayanan ini meliputi transportasi dan akomodasi lainnya selama perjalanan maupun di tempat tujuan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: PM.85/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Perjalanan Wisata, pada Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 memberi pengertian bahwa Biro perjalanan wisata adalah usaha jasa perencanaan dan perjalanan dan/atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata, termasuk penyelenggaraan perjalanan ibadah.

Biro Perjalanan Wisata adalah perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang - orang termasuk kelengkapan perjalanannya, dari suatu tempat ke tempat lain, baik di dalam negeri, dari dalam negeri, ke luar negeri atau dalam negeri itu sendiri. (R. S. Damardjati, 2010:29).

Biro Perjalanan Wisata berbeda dengan Agen Perjalanan Wisata, dimana perbedaannya adalah Agen Perjalanan Wisata tidak membuat paket *tour* walaupun Agen Perjalanan menjual paket

tour, karena hanya Biro Perjalanan Wisata saja yang bisa membuat sebuah paket *tour*.

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkrit, teramati dan terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah pendekatan deskriptif, yaitu data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan respon konsumen pada pelayanan *tour leader* PT Rezki Jasty Tour & Travel.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang akan dilakukan di PT Rezki Jasty Jasty Tour & Travel yang berlokasi di Jalan Delima disamping TK An-Namiroh Panam Pekanbaru.

Peneliti akan mengambil penelitian selama empat bulan mulai dari bulan Maret s/d Juni 2016.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa pelayanan *tour* di PT Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru pada tahun 2015 sejumlah 298 orang.

Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*, jenis

metodenya *Simple Random sampling*, yaitu sampel ini diambil secara acak dari semua populasi.

Ukuran sampel dengan menggunakan Metode Slovin (Riduwan, 2005:65):

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (*Error Tolerance* = 10%)

Populasi (N) sebanyak 298 orang, maka jumlah sampel (n) adalah :

$$n = \frac{268}{1 + 268(0,10)^2}$$

$n = 72,8$ orang

Digenapkan menjadi 75 orang, dan yang sudah pernah menggunakan jasa *tour* di PT Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru.

4. Jenis dan Sumber Data

4.1 Data Primer

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data dilihat langsung melalui proses penelitian sebagai data primer yang diperoleh dari sumber dengan teknik pengumpulan data yang bersumber dari hasil kuesioner pelanggan tentang variabel-variabel yang berkaitan dengan kualitas pelayanan *tour leader*.

4.2 Data Sekunder

Data sekunder diantaranya tentang jumlah kunjungan pelanggan di PT Rezki Jasty Tour and Travel Pekanbaru dan data yang diperoleh dari kepustakaan yang merupakan sumber data pendukung di mana berhubungan dengan pembahasan penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

5.1 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara :

- 1) Kuesioner
- 2) Wawancara
- 3) Observasi
- 4) Kepustakaan

6. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk membantu memperoleh data yang akurat dalam penelitian, diperlukan alat bantu berupa :

- 1) Angket
- 2) *Notes* dan Alat Tulis
- 3) Kamera

7. Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan	Reliability	Menyediakan layanan sesuai yang dijanjikan
		Dapat diandalkan dalam menangani masalah-masalah konsumen
		Memberikan layanan secara benar dan tepat waktu dari awal hingga selesai <i>tour</i>
		Memberi informasi yang tepat dan perlu
	Responsiveness	Menghargai konsumen
		Profesional dalam memberikan pelayanan
		Menerima komplain dengan baik
		Pelayanan yang segera/cepat bagi konsumen
	Assurance	Konsumen dapat mempercayai <i>tour leader</i>
		Pengetahuan <i>tour leader</i> yang luas
		Jujur dan bersih
		<i>Tour leader</i> bersikap sopan dan santun secara konsisten
	Empathy	Memberikan perhatian individual kepada konsumen
		Mengingat nama konsumen dengan baik
		Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen
		Memahami kebutuhan konsumen

Tangibles	<i>Tour leader</i> berpenampilan rapi dan menarik
	Fasilitas yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan
	Peralatan yang modern
	Kelengkapan fasilitas yang diberikan

8. Teknik Pengukuran Data

Peneliti menggunakan Skala Likert dimana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang diukur. Dengan Skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2007:86). Skala Likert menggunakan lima tingkatan jawaban sebagai berikut :

Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Baik (SB)	5
2	Baik (B)	4
3	Cukup Baik (CB)	3
4	Kurang Baik (KB)	2
5	Tidak Baik (TB)	1

Sumber: Sugiyono, 2007.

9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa data deskriptif kuantitatif, dimana data yang telah diperoleh melalui kuesioner dan pengamatan di lapangan, semua informasi yang dikumpulkan, dipelajari sehingga menjadi suatu kesatuan yang utuh. Menurut Sugiyono (2009) Penelitian Deskriptif Kuantitatif yaitu analisa yang berusaha memberikan gambaran yang jelas dan terperinci berdasarkan kenyataan yang ditemukan di lapangan melalui hasil

kuesioner dan penyebaran kuesioner kemudian di tarik suatu kesimpulan.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru

PT.Rezki Jasty Tour & Travel yang bertempat di Jalan Delima Panam Pekanbaru berdiri pada tanggal 11 Februari 2011 dibawah pimpinan.Furi Afrilian Jasty. Awal mulanya Ibu Furi hanya bekerja sebaga *freelance ticketing*, dan akhirnya bisa mendirikan sebuah tour & travel.

Selama 1 (satu) tahun PT.Rezki Jasty Tour & Travel berkembang dengan penjualan tiket nya dengan 1 (satu) karyawan saja. Lalu pada tahun 2012 pimpinan PT.Rezki Jasty Tour & Travel mulai mencoba untuk menjual paket tour. Ibu Furi terjun sendiri sebagai *Tour Leader* untuk tour tersebut. Kontrak kerja penyelenggaraan paket tour kebanyakan untuk pemerintahan hingga saat ini.

Sekarang ini jumlah karyawan nya ada 2 (dua). PT.Rezki Jasty Tour & Travel melayani penjualan tiket pesawat, tour domestik dan internasional, umroh, dan voucher hotel.

4.2 Profil Responden

4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Setelah peneliti turun ke lapangan dan menyebarkan kuesioner maka kesimpulan yang diambil oleh peneliti terhadap konsumen yang menggunakan paket *tour* di PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru lebih banyak konsumen perempuan dibandingkan konsumen laki-

laki dilihat dari 75 orang responden yang di pilih oleh peneliti.

4.2.2 Berdasarkan Umur

Dari hasil yang di dapat maka peneliti mendapatkan hasil lebih banyak yang menggunakan jasa *tour* PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru yaitu umur 25 - 34 tahun.

4.2.3 Berdasarkan Asal Daerah

Dari hasil yang di dapat maka peneliti mendapatkan hasil asal daerah konsumen lebih banyak yang menggunakan jasa *tour* PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru yaitu Luar Pekanbaru 75 orang dengan asal daerah Kabupaten Rokan Hilir Kota Bagan Siapi-api.

4.2.4. Berdasarkan Pekerjaan

Dari hasil yang di dapat maka peneliti mendapatkan hasil yang menggunakan jasa *tour* PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru lebih banyak dengan pekerjaan PNS (Pegawai Negeri Sipil).

4.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan *Tour Leader* di PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru

4.3.1 Reliability

Yang terdiri dari empat indikator mendapat perolehan total skor 1278, pada rentang skor 1277 – 1578 dengan kategori Baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas *tour leader* dalam hal *reliability* dalam segi pelayanan yang diberikan dan ketepatan waktu sudah mencapai tingkatan kualitas yang diharapkan dimana empat indikator tersebut merupakan salah satu unsur penting dalam hal pelayanan dimana hal tersebut masih perlu ditingkatkan dan diterapkan dengan baik oleh *tour leader*.

4.3.2 Responsiveness

Yang terdiri dari empat indikator mendapat perolehan total skor 983, berada pada rentang skor 977 – 1277 dengan kategori Cukup Baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan *tour leader* di PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru sudah sesuai dengan harapan konsumen, dan lebih mengevaluasi dan merespon dengan cepat keluhan-keluhan konsumen untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan *tour leader*.

4.3.3 Assurance

Yang terdiri dari empat indikator mendapat perolehan total skor 1013, berada pada rentang skor 977 – 1277 dengan kategori Cukup Baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan *tour leader* sudah mendapatkan nilai positif terlebih mengenai pengetahuan yang dimiliki *tour leader*, dimana hal ini harus dipertahankan demi menjaga hubungan baik antara konsumen dan PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru.

4.3.4 Emphaty

Yang terdiri dari empat indikator mendapat perolehan total skor 1191, berada pada rentang skor 977 – 1277 dengan kategori Cukup Baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan *tour leader* dalam hal *Emphaty* sudah cukup memuaskan konsumen, terutama dalam mengutamakan dan memahami kebutuhan konsumen, oleh karena itu *tour leader* harus bisa membuat konsumen merasa diperhatikan tanpa ada diskriminasi dengan konsumen lainnya, dan hal itu bisa membuat konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

4.3.5 Tangibles

Yang terdiri dari empat indikator mendapat perolehan total skor 1101, berada pada rentang skor 977 – 1277 dengan kategori Cukup Baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan *tour leader* sudah sesuai dengan

harapan konsumen, terutama dalam hal kenyamanan dan kemudahan yang dirasakan oleh konsumen PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru.

4.4 Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan *Tour Leader* di PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru

Untuk mengetahui upaya-upaya apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan *tour leader* di PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru, peneliti melakukan wawancara dengan *tour leader* sekaligus Direktur PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru yaitu Ibu Furi Afrilian Jasty, berikut hasil wawancara nya :

1. Pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam memajukan suatu perusahaan. Untuk itu PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru lebih meningkatkan kualitas pelayanan tersebut dengan menambah pelayanan yang telah dilakukan agar konsumen lebih puas ketika menggunakan pelayanan, tidak hanya pelayanan *tour leader* nya yang ditingkatkan tetapi karyawan yang lainnya di dalam perusahaan tersebut.
2. Lebih mengutamakan kenyamanan, ketepatan waktu, disiplin dalam mengerjakan permintaan tamu, apa yang diinginkan tamu diberikan sesuai dengan kesepakatan yang ada.
3. Meningkatkan hubungan kerja sama dengan pihak-pihak yang terkait untuk memberikan implementasi yang baik serta bermanfaat untuk peningkatan kualitas pelayanan *tour leader* dan kemajuan perusahaan ini kedepannya.
4. Memberikan kenyamanan kerja bagi karyawan, dengan cara memberikan *reward* kepada karyawan berprestasi, memberikan seragam kerja kepada karyawan agar lebih indah dilihat,

dan memberikan gaji atau kompensasi yang layak kepada karyawan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan *tour leader* di PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa :

1. Kualitas pelayanan *tour leader* di PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru berada pada kategori Baik dengan jumlah total keseluruhan nilai 5561 berada pada rentang 5103 – 6303. Dilihat dari dimensi kualitas pelayanan *tour leader* di PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru sudah cukup memenuhi kelima aspek yang ada, yaitu di mana di dalam dimensi *Reliability* mendapat kategori Baik dengan masing-masing perolehan total 1278 pada rentang skor 1277 – 1578. Sedangkan untuk indikator dimensi *Responsiveness*, dimensi *Assurance*, dimensi *Emphaty* dan dimensi *Tangibles* mendapat kategori yang sama yaitu kategori Cukup Baik dengan masing-masing mendapat perolehan total skor 983, 1013, 1191 dan 1101 berada pada rentang skor 977 – 1277.
2. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan *tour leader* yaitu dengan lebih meningkatkan kualitas pelayanan tersebut dengan menambah pelayanan yang telah dilakukan agar konsumen lebih puas ketika menggunakan pelayanan, tidak hanya pelayanan *tour leader* nya

yang ditingkatkan tetapi karyawan yang lainnya di dalam perusahaan tersebut. Juga lebih mengutamakan kenyamanan, ketepatan waktu, disiplin dalam mengerjakan permintaan tamu, apa yang diinginkan tamu diberikan sesuai dengan kesepakatan yang ada, meningkatkan hubungan kerja sama dengan pihak-pihak yang terkait untuk memberikan implementasi yang baik serta bermanfaat untuk peningkatan kualitas pelayanan *tour leader* dan kemajuan perusahaan ini kedepannya, serta memberikan kenyamanan kerja bagi karyawan, dengan cara memberikan *reward* kepada karyawan berprestasi, memberikan seragam kerja kepada karyawan agar lebih indah dilihat, dan memberikan gaji atau kompensasi yang layak kepada karyawan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat berguna dan menjadi pertimbangan di masa yang akan datang, yaitu :

1. Bagi PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru diharapkan dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan kinerja dalam melayani konsumen, sehingga konsumen mendapatkan pelayanan yang memuaskan dan citra positif perusahaan tetap terjaga.
2. Lebih mematangkan program kinerja yang dipersiapkan juga memperhitungkan segala biaya yang tidak terduga, dan bagaimana cara mengatasi masalah-masalah konsumen yang terjadi di lapangan. Bagaimanapun juga penyedia perjalanan wisata harus mengutamakan kenyamanan dan kepuasan konsumen yang telah

- memakai jasa pelayanan PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru.
3. Selalu menerima kritik dan saran dengan baik yang menjadikannya sebagai motivasi untuk memperbaiki kinerja dalam melaksanakan perjalanan wisata.

Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata Edisi Revisi*. Bandung: Penerbit Angkasa.

DAFTAR PUSTAKA

Ahira. 2005. *Pengertian Biro Perjalanan Wisata*. Dibuka pada tanggal 22 Januari 2016 dari www.aneahira.com/pengertian-biro-perjalanan-wisata.html

Damardjati, R.S. 2010. *Manajemen Perjalanan Wisata*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Desky, M.A. 1999. *Manajemen Biro Perjalanan Wisata*. Yogyakarta: Adicitra Karya Nusa.

Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor : PM.85/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Perjalanan Wisata.

Riduwan. 2005. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta

Soekadijo, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Sistematis Linkage*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F & Chandra A. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Yoeti, Oka A. 2001. *Tour and Travel Management*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Yoeti, Oka A. 2013. *Tour Leader Profesional : Fungsi, Tugas dan Tanggung Jawab*. Bandung: Angkasa.