

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era revolusi industri 4.0, perkembangan dunia industri di Indonesia banyak mengalami kemajuan dalam bidang manufaktur maupun jasa yang berkembang dengan pesat setiap tahunnya, demikian hal tersebut memicu banyaknya persaingan yang ketat antara perusahaan satu dengan yang lainnya. Persaingan yang ketat dalam dunia usaha saat ini, memunculkan perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Untuk mengatasi ketatnya persaingan tersebut, maka perusahaan harus menerapkan strategi kualitas pelayanan yang berbeda dari perusahaan lain. Kebutuhan dan keinginan konsumen yang bervariasi menjadi pedoman bagi setiap perusahaan untuk merancang strategi yang tepat agar dapat memenuhi harapan setiap konsumen (Lola Syah Luta, 2018). Salah satunya adalah persaingan pada sektor usaha jasa biro perjalanan (tour & travel) yang semakin kuat dan semakin banyaknya biro perjalanan yang bermunculan, menuntut persaingan dalam bidang tersebut untuk selalu menjaga kepercayaan pelanggan maupun meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk konsumen.

Salah satu industri yang menjanjikan dalam era saat ini adalah industri pariwisata. PT Sanjaya Tour Solution merupakan perusahaan jasa tour & travel yang berlokasi di Krian, Sidoarjo, Jawa Timur. Modal utama dari perusahaan ini adalah kualitas produk yang diberikan untuk memenuhi keinginan konsumen, seperti menyediakan paket trip untuk kalangan sekolah menengah, universitas, kedinasan dan bahkan sampai ke desa dan kampung. Ada beberapa permasalahan yang terjadi pada PT Sanjaya Tour Solution, terutama pada bagian kualitas pelayanan yaitu berkurangnya daya beli masyarakat terhadap jasa yang ditawarkan PT Sanjaya Tour Solution.

Perusahaan yang bergerak pada bidang jasa sudah menjadi keharusan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat

memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan melakukan penyewaan ulang hingga terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan kunci penting bagi pandangan konsumen, bahkan sangat penting dalam mempengaruhi konsumen, jika kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan konsumen pun terpenuhi. Keramahan dan komunikasi yang baik juga menjadi kunci utama untuk penunjang kepuasan konsumen itu sendiri (Erlinda & Kurniawan, 2020).

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang dan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Puspita, 2019). Hal tersebut penting sebagai acuan dalam membenahan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan bisa memberikan kepuasan pada tingkat yang optimal dengan pelayanan yang berkualitas dan memenuhi tingkat kepuasan pelanggan.

Pada saat ini perilaku konsumen sangatlah diperhatikan oleh sebuah perusahaan, maka dari itu *service quality* sangatlah dibutuhkan pada perusahaan jasa. Ketika konsumen merasa tidak puas terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan maka citra perusahaan akan menurun. Karena pada saat ini konsumen yang merasa puas akan menceritakan pengalaman menggunakan jasa pada perusahaan tersebut kepada orang lain. Ketika merasa puas konsumen tidak perlu memperhatikan brand atau pesaing perusahaan, dan akan selalu kembali menggunakan jasa pada perusahaan yang sama. Evaluasi kualitas pelayanan sangatlah diperlukan oleh perusahaan agar tidak ada hal-hal yang tidak diinginkan terjadi diperusahaan, karena konsumen merupakan kunci utama agar perusahaan dapat terus berkembang menjadi lebih baik.

Salah satu solusi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah dengan menerapkan sistem yang dapat mengukur tingkat kualitas pelayanan menggunakan metode *Servqual* dikarenakan metode ini merupakan metode yang paling efektif untuk mengetahui ukuran kualitas pelayanan dengan

cara membandingkan dua faktor utama, yaitu persepsi atas layanan nyata yang diterima dengan layanan yang diharapkan atau diinginkan. Jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut dikatakan bermutu (Ardiansyah et al., 2022). Pada metode *Servqual* dapat melakukan perhitungan skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan pelanggan) dan kinerja (persepsi pelanggan) pelayanan untuk tiap indikator atau dimensi *servqual* yang mana berupa *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Nilai *Servqual* dapat diperoleh dengan memberi penilaian pada masing-masing variabel, baik pada variabel harapan maupun variabel persepsi yang didapatkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan. Hasil penilaian responden kemudian diolah sehingga dapat diketahui nilai *servqual* dari pelayanan penyedia jasa.

Sehubungan dengan latar belakang diatas, yang menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yang bisa memberikan kepuasan pada tingkat yang optimal dengan pelayanan yang berkualitas dan memenuhi tingkat kepuasan pelanggan serta kualitas pelayanan sangat penting dalam mempengaruhi konsumen, jika kualitas pelayanan semakin baik dari situ kepuasan pelanggan pun terpenuhi, maka penting dilakukan penelitian dengan metode *Servqual* dan *Analytical Hierarchy Process* guna meminimalisir keluhan pelanggan dan peningkatan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Maka Peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Servqual* dan *Analytical Hierarchy Process* pada Perusahaan Jasa PT. Sanjaya Tour Solusion”.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini akan berusaha mengkaji adanya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan PT. Sanjaya Tour Solution?

2. Atribut layanan apa saja menjadi prioritas perbaikan berdasarkan hasil pengolahan data dengan *metode Servqual dan Analytical Hierarchy Process*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya keterkaitan yang lebih spesifik antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Sanjaya Tour Solution. Tujuan secara terperinci dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap kepuasan pelanggan PT. Sanjaya Tour Solution.
2. Untuk mengetahui atribut layanan apa saja menjadi prioritas perbaikan berdasarkan hasil pengolahan data dengan *metode Servqual dan Analytical Hierarchy Process*?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah memfokuskan pada kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Servqual* dan *Analytical Hierarchy Process* pada Perusahaan Jasa PT. Sanjaya Tour Solution.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari setiap penelitian tentunya akan diperoleh hasil yang diharapkan dapat memberikan manfaat dari penulis maupun pihak lain yang membutuhkan. Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah:

- a. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sanjaya Tour Solution.

b. Bagi Perusahaan

Dalam dijadikan sebagai bahan masukan dan saran dalam mengambil keputusan untuk pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sanjaya Tour Solution.

c. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi di dalam melakukan penelitian sejenis.

d. Bagi Universitas

Untuk karya ilmiah ini dapat menambah pengetahuan pembaca dalam pengembangan ilmu pemasaran mengenai pengaruh kualitas dan promosi terhadap kepuasan pelanggan PT. Sanjaya Tour Solution.