

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

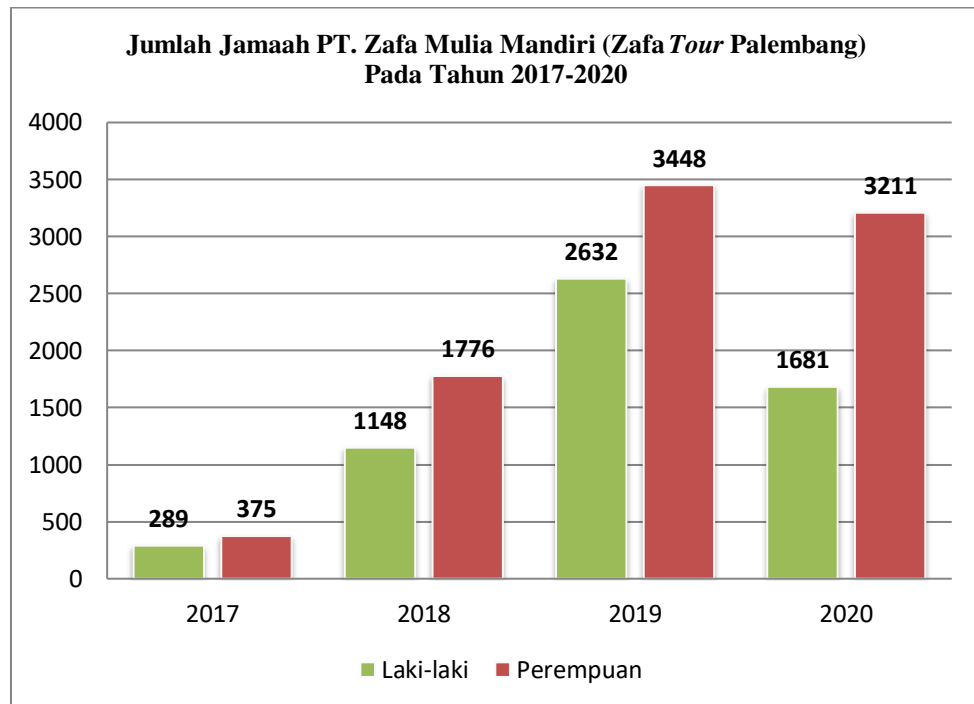
Pariwisata adalah salah satu sektor industri unggulan Indonesia. Pariwisata berperan penting dalam mengembangkan perekonomian daerah, sehingga sebagian besar daerah di Indonesia berlomba-lomba memperkenalkan potensi wisatanya untuk menarik wisatawan (Priyanto et al., 2017:3). Pentingnya peran pariwisata membuat banyak pengusaha mendirikan perusahaan di Indonesia untuk mendukung pariwisata (Susanti et al., 2016:86). Oleh karena itu, diperlukan adanya pelaku usaha yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap hal-hal yang memenuhi kebutuhan melakukan sesuatu aktivitas perjalanan wisata (Immanuel & Tanoto, 2019:1). Kebutuhan dan keinginan manusia bukan hanya berupa barang, tetapi juga jasa. Biasanya seseorang akan menghabiskan pendapatan mereka untuk menggunakan jasa perjalanan, restoran, dan jasa hiburan sebagai penyempurna bagi kualitas hidup mereka (Payne dalam Indrawati 2013:1).

Salah satu faktor dalam pariwisata yang unggul dalam persaingan adalah apabila suatu perusahaan dapat memenuhi kepuasan serta kebutuhan dari wisatawan. Pelayanan terbaik yang diberikan kepada wisatawan dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan. Seperti yang dikatakan oleh Lupiyoadi dalam Mulyana & Lesmana (2021:293) tingkat kepuasan pelanggan dapat ditentukan dari lima faktor utama yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga serta biaya. Kualitas pelayanan merupakan tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Tingkat kepuasan yang diperoleh oleh tamu berasal dari perbandingan pelayanan yang diterima secara nyata terhadap kualitas yang diharapkan sebelumnya (Priyanto et al., 2017:3). Kepuasan wisatawan dapat berpengaruh sangat signifikan pada perkembangan suatu objek wisata oleh sebab itu, hal ini menjadi sangat penting guna memberi kesan yang baik bagi wisatawan (Mulyana & Lesmana, 2021:293).

Pesatnya perkembangan teknologi yang berkembang saat ini menuntun manusia agar mengikuti laju pertumbuhan tersebut terutama pada bidang yang bergerak pada usaha jasa. Kesadaran serta peran dari semua pihak baik swasta ataupun pemerintah sangat dibutuhkan agar pembangunan pariwisata sukses (Dwihapsari, 2012:1). Seiring dengan perkembangan tersebut salah satunya adalah sektor usaha jasa pada biro perjalanan (*Tour & Travel* Umroh) yang memiliki peluang bisnis yang menjanjikan. Dengan bertambahnya populasi penduduk yang berdampak pada kecenderungan pasar potensial yang akan melakukan perjalanan dengan tujuan tertentu yang memberi dampak terhadap pribadi, keluarga dan lingkungan seperti melaksanakan haji dan umroh (Chulaifi & Setyowati dalam Hatimah, 2020:2).

Haji dan umroh termasuk salah satu bentuk wisata ziarah dalam islam. Kedua kegiatan tersebut merupakan suatu bentuk kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekeompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu yang bertujuan untuk melakukan ibadah ataupun rekreasi, pengembangan pribadi sekaligus mempelajari keunikan dan daya tarik yang dikunjungi dalam waktu sementara. Hal tersebut telah sesuai dengan pengertian wisata dalam Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan (menurut Dewi dalam Hatimah, 2020:4).

Kepuasan konsumen dapat menjadi acuan bagi para pemasar dalam memposisikan dan mengembangkan merek-merek mereka kedepannya. Namun, ada hal unik dari kepuasan pelanggan, disebabkan karena kepuasan pelanggan bersifat dinamis yang artinya kepuasan pelanggan dapat berubah dari waktu ke waktu. Kepuasan pelanggan selalu mengalami naik turun tidak sama dengan hari-hari sebelumnya yang bergantung pada kondisi internal maupun eksternal yang melingkupi pelanggan itu sendiri. Berikut akan disajikan gambar yang menunjukkan jumlah jamaah yang menggunakan jasa PT. Zafa Mulia Mandiri (*Zafa Tour* Palembang) pada tahun 2017-2020.



**Gambar 1.1** Jumlah Jamaah PT Zafa Mulia Mandiri (Zafa Tour Palembang) Pada Tahun 2017-2020

Sumber : PT. Zafa Mulia Mandiri (Zafa Tour Palembang), 2022

Berdasarkan gambar 1.1, dapat dilihat bahwa jumlah jamaah mengalami kenaikan pada tahun 2017 sampai 2019 namun pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah jamaah yang disebabkan terjadinya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan terhambatnya perjalanan haji dan umroh.

PT. Zafa Mulia Mandiri (Zafa Tour Palembang) merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa perjalanan haji dan umroh. Bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, dimana kepuasan pelanggan menjadi suatu hal yang sangat penting agar perusahaan dapat mendapatkan kepercayaan agar konsumen akan tetap menggunakan jasa mereka.

Ciri-ciri pelayanan yang baik yaitu dapat memberikan kepuasan bagi para jamaah dengan memiliki karyawan yang profesional, adanya sarana dan prasarana yang baik, adanya produk yang diinginkan, bertanggung jawab pada setiap jamaah dari awal hingga selesai, dapat melayani secara tepat dan

cepat, memiliki kemampuan komunikasi yang jelas, memiliki pengetahuan umum lain, serta dapat memberika kepercayaan kepada jamaah.

Pendapat peneliti sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Endah Nawangsasi dan Fitirana Lilis Purnami (2021) tentang kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Natra Tour dan Travel di Surakarta menyatakan bahwa variabel *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*, dan *reability* memiliki pengaruh yang bernilai positif terhadap kepuasan konsumen.

Pada penelitian selanjutnya oleh Hasni Hasbullah dan Adi Ikhsan Syukri Amri (2020) tentang kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan sonsumen pada CV. Romi Tour and Travel menyatakan bahwa secara bersama-sama variabel *tangible*, *emphaty*, *reability*, *responsiveness*, dan *assurance* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dengan melihat hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti selanjutnya peneliti ingin menguji kembali apakah valiabel *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan ingin mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Zafa Mulia Mandiri (Zafa Tour Palembang)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dan uraian diatas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Zafa Mulia Mandiri (Zafa Tour Palembang)?
2. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Zafa Mulia Mandiri (Zafa Tour Palembang)?

### **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini dengan fokus terhadap variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Zafa Mulia Mandiri (*Zafa Tour Palembang*).

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Pada penelitian kali ini penulis memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan pada PT. Zafa Mulia Mandiri (*Zafa Tour Palembang*).
- b. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan pada PT. Zafa Mulia Mandiri (*Zafa Tour Palembang*).

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini nantinya dapat digunakan untuk memperbaiki tingkat pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Zafa Mulia Mandiri (*Zafa Tour Palembang*) sebagai biro penyedia jasa, serta memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu yang didapat selama di bangku kuliah.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan kepada karyawan PT. Zafa Mulia Mandiri (*Zafa Tour Palembang*) mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Zafa Mulia Mandiri (*Zafa Tour Palembang*) sebagai biro penyedia jasa sehingga dapat menjadi informasi bagi pihak terkait dalam upaya peningkatan jumlah pelanggan pada PT. Zafa Mulia Mandiri (*Zafa Tour Palembang*).

## **1.6 Sistematika Penulisan**

- BAB I      PENDAHULUAN**
  - 1.1 Latar Belakang
  - 1.2 Rumusan Masalah
  - 1.3 Batasan Masalah
  - 1.4 Tujuan Penelitian
  - 1.5 Manfaat penelitian
  - 1.6 Sistematis Penulisan
  
- BAB II     LANDASAN TEORI**
  - 2.1 Kualitas Pelayanan
  - 2.2 Kepuasan Pelanggan
  - 2.3 Penelitian Terdahulu
  - 2.4 Kerangka Bepikir
  - 2.5 Hipotesis Penelitian
  
- BAB III    METODE PENELITIAN**
  - 3.1 Pendekatan Penelitian
  - 3.2 Lokasi Penelitian
  - 3.3 Populasi dan Sampel
  - 3.4 Teknik Pengumpulan Data
  - 3.5 Teknik Analisis Data
  
- BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN**
  - 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian
  - 4.2 Hasil Penelitian
  - 4.3 Pembahasan
  
- BAB V     PENUTUP**
  - 5.1 Kesimpulan
  - 5.2 Saran