

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, wisata telah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat selain sandang dan pangan. Dengan waktu yang dihabiskan setiap orang dalam melakukan pekerjaan sehari-hari, tentunya setiap orang sangat ingin melakukan *refreshing* dengan cara melakukan liburan, baik sendiri maupun bersama dengan keluarga. Hal tersebut yang membuat pariwisata menjadi objek yang menarik dalam bidang bisnis. Maka dari itu, perlu adanya pelaku bisnis yang mampu menyediakan kebutuhan masyarakat dalam hal memenuhi kebutuhan dalam melakukan kegiatan wisata.

Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan wisata selalu membutuhkan jasa perusahaan *travel*. Oleh karena itu saat ini dan dimasa yang akan datang kegiatan perekonomian tidak akan terlepas dari dunia pariwisata. Pertumbuhan perekonomian dewasa ini, yang telah memasuki era globalisasi diiringi dengan pesatnya kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, maka masyarakat terdorong untuk mengerti betapa peranan perusahaan jasa *travel* sangatlah penting untuk menunjang aktivitas pariwisata di bidang ekonomi, seperti melayani kebutuhan masyarakat dalam berwisata ke suatu daerah atau negara. Salah satu bidang jasa yang mengalami perubahan dan perkembangan dewasa ini adalah sektor perusahaan jasa *travel*.

Lembaga pariwisata seperti perusahaan jasa *travel* merupakan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu bangsa. Saat ini

perusahaan jasa *travel* telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui bidang pariwisata.

Disamping itu, ditengah kesibukan masyarakat saat ini dalam melakukan pekerjaan yang menghabiskan waktunya dalam sehari-hari, sangat sulit jika masyarakat harus menyiapkan liburan tanpa bantuan *travel agent*. Dengan adanya *travel agent* dapat membantu memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Namun hal tersebut juga menyebabkan banyaknya perusahaan *travel* yang hadir di era globalisasi ini, oleh karena itu sebagai salah satu *travel agent* di Medan, maka PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* harus memahami apa saja yang dibutuhkan pelanggan dan mampu memenuhi semua keinginan pelanggan tersebut agar dapat memenangi pasar. Karena ketika perusahaan bisa memenuhi keinginan pelanggan, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan pelanggan yang memungkinkan berdampak pada loyalitas pelanggan.

Namun pada praktiknya, perkembangan PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* ternyata mempunyai beberapa masalah yaitu salah satunya adalah tingkat kepuasan pelanggan yang masih rendah. Ketidakpuasan pelanggan tersebut diduga karena sikap yang ditunjukkan kepada konsumen dinilai kurang baik, kemudian adanya pelayanan yang kurang memuaskan, seperti karyawan yang kurang ramah dan proses transaksi pembelian yang lambat. Pada praktiknya, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan juga tidak konsisten pada jam normal dan jam padat, pelanggan merasa diabaikan sehingga menyebabkan pelanggan menyuarkan keluhan baik secara langsung maupun melalui kotak

kritik dan saran yang telah disediakan. Keluhan lainnya adalah sikap karyawan itu sendiri yang dinilai kurang baik dalam menangani pelanggan serta kurangnya pemahaman karyawan terhadap produk jasa yang ditawarkan, sehingga lamban dalam pemberian informasi.

Keluhan-keluhan ini dapat menjadi bibit permasalahan, yang mengakibatkan ketidakpuasan konsumen, sehingga menghambat konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Berikut dapat dilihat jumlah dan perkembangan pelanggan aktif pada Tabel I-1.

Tabel I-1.
Perkembangan Jumlah Pelanggan
PT. Nusa Sumatra Tour and Travel Tahun 2014 – 2018

No.	Tahun	Konsumen Aktif	Perkembangan (%)
1	2014	321	-
2	2015	392	22%
3	2016	459	17%
4	2017	527	15%
5	2018	634	20%

Sumber: PT. Nusa Sumatra Tour and Travel (2019)

Berdasarkan tabel I-1 diatas, bahwa jumlah konsumen yang aktif sebagai pelanggan PT. Nusa Sumatra Tour and Travel jika dilihat dari jumlah konsumen mengalami peningkatan, akan tetapi jika dilihat dari segi persentase perkembangan jumlah pelanggan mengalami penurunan pada tahun 2016 dan terus menurun hingga tahun 2017, kemudian mengalami peningkatan kembali pada tahun 2018, namun tidak terlalu signifikan yaitu hanya sebesar 5%. Dalam

hal ini perusahaan harus cepat merespon baik itu dalam kualitas pelayanan, ataupun hal lainnya.

Salah satu upaya dalam membentuk loyalitas pelanggan adalah dengan menunjukkan sikap yang baik kepada pelanggan seperti antusiasme yang tinggi. Sikap dalam arti yang sempit adalah pandangan atau kecenderungan mental. Sikap (attitude) adalah suatu kecenderungan untuk mereaksi suatu hal, orang atau benda dengan suka, tidak suka atau acuh tak acuh.¹ Dengan demikian, pada prinsipnya sikap itu dapat kita anggap suatu kecenderungan siswa untuk bertindak dengan cara tertentu. Kecenderungan mereaksi atau sikap seseorang terhadap sesuatu hal, orang atau benda dengan demikian bisa tiga kemungkinan, yaitu suka (menerima atau senang), tidak suka (menolak atau tidak senang) dan sikap acuh tak acuh.

Selanjutnya adalah menciptakan kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang puas akan menjadi loyal pada perusahaan. Definisi kepuasan yang terdapat dalam berbagai literatur cukup beragam. Menurut Kotler & Keller (2008, hal 177) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, dan merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan pelanggan tersebut, yaitu dengan sikap dan pelayanan yang baik.

Mengingat adanya keluhan mengenai kualitas pelayanan yang kurang memuaskan seperti karyawan yang kurang ramah dan penanganan yang lambat

sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya. Untuk mewujudkan strategi bisnis perusahaan tentu berhubungan dengan keinginan pelanggan, maka perusahaan harus optimal dalam menggunakan seluruh asset dan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai terhadap harapan pelanggan. Kunci dari kepuasan pelanggan adalah pelayanan yang diterima konsumen harus setara (*consumer satisfaction*) atau lebih besar (*consumer delight*) dari harapan konsumen. Menurut Tjiptono dalam buku Sumarwan dkk. (2011, hal 235), kualitas pelayanan mempunyai hubungan erat dengan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pemasar dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk mengembangkan loyalitas pelanggannya. Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami secara seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Berdasarkan uraian diatas, maka perkembangan PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* sejauh ini belum efektif bagi keberlangsungan bisnis. Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh dari sikap dan pelayanan karyawan PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* yang sudah berdampak pada penurunan minat pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti akan mengadakan penelitian

dengan judul **“Peningkatan Sikap dan Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat identifikasi permasalahan antara lain sebagai berikut:

1. Menurunnya minat pelanggan, dilihat dari data jumlah pelanggan aktif PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* terdapat penurunan perkembangan pelanggan.
2. Adanya keluhan mengenai ketidakpuasan konsumen atas pelayanan yang kurang memuaskan. Seperti karyawan yang kurang ramah, penanganan yang lambat sehingga konsumen merasa diabaikan.
3. Kurangnya *product knowledge* karyawan sehingga pelanggan merasa karyawan lambat dalam menangani permintaan ataupun keluhannya.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan di atas, tidak semua masalah akan diteliti dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan sehubungan dengan luasnya permasalahan yang timbul dari topik kajian, maka dalam hal ini pembatasan masalah perlu dilakukan guna memperoleh kedalaman kajian untuk menghindari perluasan masalah. Mengingat keterbatasan kemampuan, waktu, dan biaya penelitian, masalah yang dikaji dibatasi agar dalam penelitian yang dilaksanakan lebih terfokus, maka penelitian ini hanya mengkaji masalah Peningkatan Sikap dan Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan

1.4. Perumusan Masalah

Pada rumusan masalah ini, penulis mencoba untuk merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah peningkatan sikap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan?
2. Apakah pelayanan karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan?
3. Apakah peningkatan sikap dan pelayanan karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tujuan yang ingin dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh peningkatan sikap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh sikap dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah manfaat dari penelitian:

1. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan saran dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan sikap dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan.

2. Bagi Universitas Dharmawangsa

Melalui karya ilmiah ini dapat menambah pengetahuan pembaca dalam pengembangan ilmu pemasaran mengenai peningkatan sikap dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan.

3. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti khususnya mengenai peningkatan sikap dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nusa Sumatra *Tour and Travel* Medan.

4. Bagi Peneliti selanjutnya

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

