

**KUALITAS PELAYANAN TIKET  
DI PT. OKE WISATA TOUR AND TRAVEL**

*Oleh :*

Suriati

*(E-mail: [rria904@yahoo.com](mailto:rria904@yahoo.com))*

Pembimbing : Dra. Hj. Syofia Achnes M,Si

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata – Usaha Perjalanan Wisata  
Prodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau

Kampus bina widya jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-  
Telp/Fax. 0761-63277

**ABSTRAK**

Is in the interval 2,8-3,6. PT. Oke Wisata Tour and Travel Tourism needs to maintain the elements that have been considered good by customers as well as the need to fix the things that are still considered less.quality of service, openness (openness), positiveness (reliability), supportiveness (responsiveness), equality (assurance), empathy (caring), this study aims to determine the dimensions or indicators of service quality, namely openness (openness) , positiveness (reliability), supportiveness (responsiveness), equality (security) and empathy (caring), PT. Oke Wisata Tour and Travel Tourism and determine the most dominant factors that affect customer satisfaction PT. Oke Wisata Tour and Travel. The population in this study is the customers who come to PT. Oke Wisata Tour and Travel. Samples were taken by 30 respondents using the technique of Non-Probability Sampling with Accidental sampling approach, which is based on accidental sampling technique, namely, who happened to meet with researchers can be sampled as it sees fit. Based on the translation of each indicator, the most dominant factor affecting the quality of service in the PT. Oke Wisata Tour and Travel is supportiveness. It can be seen from the statement of the respondents in all the indicators, and supportiveness obtain the highest average value of 3,49. Value of 3.49 is included in the Good Enough category, is seen from the overall average results of respondents' statements.

***Key Words: PT. Oke Wisata Tour and Travel's ticket service quality***

**PENDAHULUAN**

Dunia penerbangan dewasa ini semakin berkembang pesat, manusia

dapat menciptakan pesawat terbang untuk menuju keluar angkasa. Dan sekarang manusia terus berlomba-lomba

untuk menciptakan hasil karya demi karya yang demikian canggih yang dapat menimbulkan kebanggaan tersendiri. Hal tersebut sejalan juga dengan transportasi dunia yang berkembang pesat. Perkembangan sektor transportasi di Indonesia saat ini mengalami peningkatan setiap tahunnya, khususnya pada sektor transportasi udara. Hal ini terbukti bahwa di daerah Riau ini telah banyak perusahaan penerbangan yang berjadwal (*schedule flight*) maupun perusahaan penerbangan yang tidak berjadwal (*non schedule flight*). Masing – masing perusahaan penerbangan tersebut antara lain : PT. Garuda Indonesia (GA), PT. Lion Airlines, PT. Mandala Airlines, PT. Sriwijaya Airlines, PT. Air Asia dan penerbangan lainnya. Pada umumnya perusahaan penerbangan ini melayani penerbangan internasional.

Berkembangnya bisnis biro perjalanan wisata, mengakibatkan terjadinya persaingan sesama pemilik perusahaan diantara perusahaan jasa yang menjual tiket pesawat untuk dapat menarik minat para konsumen agar mau membeli.

Menurut Tjiptono (2001) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kepuasan pelanggan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Semua perusahaan tentu ingin tetap eksis dan menjadi yang lebih unggul. Untuk tetap bertahan di dunia bisnis

maka sebuah perusahaan harus mampu menetapkan strategi dan teknik yang tepat. Langkah penting untuk menempatkan sebuah perusahaan jasa agar lebih unggul salah satunya harus dapat menyediakan jasa yang berkualitas. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Pelayanan adalah suatu cara melayani, membantu menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang atau sekelompok orang. Sianipar (2000:7).

pelayanan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang maupun suatu instansi tertentu untuk memberikan bantuan dan kemudahan pada orang lain dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Thoha dalam Nasution, (1993:33).

Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Oleh karena itu pentingnya mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pada pelayanan itu sendiri. Pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya

bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan Sehingga penyedia jasa harus memberikan sesuatu yang di kerjakan dengan baik kepada pelanggan. J.Supranto (2006:226),

Kepuasan konsumen menjadi faktor penentu yang sangat besar bagi kelangsungan hidup perusahaan. Pada dasarnya konsumen memang harus selalu dipuaskan agar mereka menjadi pembeli yang setia. Hal inilah yang menjadi sumber pemasukan bagi sebuah perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan tiket di perusahaan mereka . Jika para konsumen merasa tidak puas mereka akan meninggalkan perusahaan kita dan akan beralih ke perusahaan pesaing itu akan mengakibatkan penjualan tiket menurun sehingga tidak ada pemasukan bagi perusahaan lagi.

Menurut Basu Swastha (2000), pengertian kepuasan konsumen adalah: "Suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Dalam hal ini kita perlu mengetahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif. Sumber yang mendorong terciptanya suatu keinginan dapat berbeda dari diri orang itu sendiri atau berada pada lingkungannya. Mowen and Minor (2002) mengatakan kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Oke wisata tour and travel lebih tinggi di banding dengan pesaingnya,

dari hasil uraian di atas membuktikan bahwa PT. Oke wisata tour and travel belum dapat memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen yang datang sehingga para konsumen merasa di kecewakan dalam menggunakan jasa di PT. Oke wisata tour and travel. Sehingga konsumen yang merasa di kecewakan satu per satu mulai mundur dalam menggunakan jasa di PT. Oke Wisata Tour and Travel. Maka dapat di katakan bahwa PT. Oke Wisata mengalami prestasi dan kinerja yang kurang baik di banding dengan pesaingnya sehingga saya mengajukan sebuah penelitian yang berjudul : **Kualitas Pelayanan Tiket di PT. Oke Wisata Tour and Travel Pekanbaru.**

### 1.1 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas mengenai kualitas pelayanan yang dapat di artikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen, maka dapat di uraikan perumusan masalah dalam penelitian ini tentang, **Bagaimanakah kualitas pelayanan tiket di PT. Oke Wisata tour and travel.**

### 1.2 Identifikasi masalah

- a. Bagaimanakah kualitas pelayanan tiket di PT. Oke wisata tour and travel?
- b. Untuk mengetahui faktor yang paling dominanyang mempengaruhi kualitas pelayanan tiket di PT. Oke Wisata Tour and Travel?

### 1.3 Batasan masalah

Dari judul penelitian di atas penulis membatasi permasalahan yang akan di teliti oleh penulis yaitu : Penulis hanya membahas tentang kualitas pelayanan yang di berikan

kepada konsumen yang membeli tiket dan datang langsung di PT. Oke Wisata Tour and Travel.

c. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti tentang kualitas pelayanan objek yang sama.

#### **1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

##### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang di berikan di PT. Oke Wisata *Tour and travel*.
- b. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kualitas pelayanan tiket di PT. Oke Wisata Tour and Travel.

##### **Manfaat Penelitian**

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategi yang harus dilakukan perusahaan jasa untuk meningkatkan pelayanan (*service*) kepada konsumen. Serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan yang akan diambil di PT. Oke Wisata Tour and Travel.
- b. Bagi penulis sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang di peroleh selama mengikuti perkuliahan serta dapat dijadikan sebagai bahan untuk menyelesaikan proposal dan penelitian selanjutnya mengenai kualitas pelayanan terhadap penjualan tiket yang di berikan oleh perusahaan jasa.

#### **TINJAUAN TEORI**

##### **a. Kualitas Pelayanan**

Kualitas merupakan senjata perusahaan agar dapat memenangkan persaingan, namun hampir semua perusahaan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa berupaya menghasilkan kualitas yang sama. Untuk itu kualitas bukan satu-satunya jalan ampuh yang ditempuh perusahaan untuk dapat bersaing dengan kompetitornya. Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten (Lupiyoadi, 2001).

##### **b. Pengertian Pelayanan**

Gronroos (dalam Ratminto dan Atik, 2009: 2) mendefinisikan suatu pelayanan sebagai suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat di raba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan pegawai atau hal – hal lain yang di sediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang di maksudkan.

Pelayanan atau jasa berbeda dengan barang, jika barang merupakan objek , alat atau benda maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*) atau usaha, bila barang dapat di miliki, maka

jasa bisa di konsumsi tetapi tidak di miliki (Tjiptono, 2008 : 136)

### **III. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **A. Desain Penelitian**

Deskriptif kualitatif yaitu pengukuran terhadap peristiwa dan fakta lebih akurat dan keyakinan yang lebih tinggi serta terukur

##### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. Oke Wisata Tour and Travel yang berlokasi di jalan Ahmad Yani No. 1 Pekanbaru. Rencana waktu pra penelitian dimulai dari bulan Desember 2013 hingga Maret 2014. Alasan penulis melakukan penelitian di PT.

Oke Wisata Tour and Travel yaitu penulis ingin mengetahui penyebab terjadinya penurunan jumlah tiket di PT. Oke Wisata Tour and Travel dimana menurut penulis hal ini berkaitan dengan adanya kualitas pelayanan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan yang dimiliki PT. Tunggal Tour and Travel ini.

#### **Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Populasi penelitian ini adalah jumlah konsumen yang datang membeli tiket di PT. Oke Wisata Tour and Travel.

##### **B. SAMPEL**

Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok.

**a. Operasional Variabel**

Variabel	Sub variable	Konsep sub variabel	Indikator
Kualitas pelayanan (X)	Openness (x1)	Keterbukaan tentang standard pemberian pelayanan yang akan didapatkan oleh para pelanggan yang membeli tiket.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. memberikan informasi tentang tiket dengan tepat dan akurat.</li> <li>2. kemudahan dalam proses penjualan tiket.</li> <li>3. kejujuran tentang harga tiket</li> <li>4. menjelaskan tentang fasilitas yang akan diterima saat membeli tiket</li> </ol>
	Empati (X2)	Memberikan perhatian dan juga dapat memahami keinginan para pelanggan yang ingin membeli tiket.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. dapat tanggap terhadap keinginan para pelanggan yang membeli tiket.</li> <li>2. kecepatan dan ketepatan dalam melayani para pelanggan.</li> <li>3. para karyawan handal dalam menjawab berbagai pertanyaan pelanggan</li> <li>4. dapat memeberikan solusi dan jalan keluar yang diharapkan para pelanggan</li> </ol>
	Supportiveness (X3)	Pemberian dukungan kepada setiap para pelanggan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang terbaik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. kemudahan dalam cara pemabayaran baik kredit maupun debit/cash.</li> <li>2. bertanggung jawab terhadap kesalahan yang dilakukan perusahaan</li> <li>3. jasa pengantaran tiket</li> </ol>

			<p>cepat dan tepat waktu</p> <p>4. kemudahan dalam pelayanan tiket lainnya seperti cek-in refund dan resquale</p>
Positiveness (X4)	Perasaan positif yang dapat ditimbulkan oleh para karyawan kepada para pelanggan dalam memberikan pelayanan.	<p>1. adanya jalinan komunikasi yang baik yang dapat terjadi antara para karyawan dan para pelanggan yang membeli tiket</p> <p>2. para karyawan dapat menjalin hubungan kerjasama kepada para pelanggan yang membeli tiket</p> <p>3. sesama karyawan dapat bekerja sama untuk memberi pelayanan yang baik secara kompak</p> <p>4. para karyawan dapat bersikap 5s (senyum, salam, sapa, sopan, santun) kepada para pelanggan.</p>	
Equality (X5)	Kesamaan dalam pemberian pelayanan untuk semua para pelanggan yang membeli tiket	<p>1. perlakuan tidak diskriminatif</p> <p>2. pemberian pelayanan yang sama dan adil untuk semua para pelanggan</p> <p>3. pelayanan yang diberikan sesuai dengan peraturan yang berlaku</p> <p>4. tidak memandang rendah pelanggan</p>	

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka hasil yang peneliti peroleh adalah bahwa variabel Supportiveness memiliki skor tertinggi yaitu cukup dengan skor 3,49
2. Untuk variabel Openness memiliki skor 3,2 yang memiliki arti bahwa variabel openness memiliki arti yang cukup baik untuk kualitas pelayanan.
3. Untuk variabel Empathy termasuk dalam kategori cukup baik dengan skor 3,13
4. Untuk variabel Positiveness termasuk dalam kategori cukup baik dengan skor 2,38
5. Dan variabel Equality termasuk dalam kategori cukup baik dengan skor 3,36

#### V. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat menarik kesimpulan dan saran adapun kesimpulan yang dapat adalah kualitas pelayanan tiket di PT. Oke Wisata Tour and Travel termasuk kedalam kategori cukup baik ini terlihat dari rata-rata keseluruhan pernyataan yaitu 3,49 berada pada interval 2,8 - 3,6.

##### 2. SARAN

Perlunya peningkatan perbaikan sistem dalam pengurusan tiket sehingga dapat berjalan dengan cepat sesuai dengan perjanjian dengan

pelanggan dan pentingnya peningkatan pengawasan sehingga pengurusan tiket dapat berjalan dengan baik.

#### Daftar Pustaka

Akbar purnomo setiady , M.Pd dan Prof. Dr. Husaini Usman, M.Pd., M.T.

*Metodologi Penelitian Sosial.*  
Penerbit Bumi Aksara. Jakarta

Basu Swasta, dan Hani Handoko, 2000,  
*Manajemen Pemasaran : Analisa*

*Perilaku Konsumen,* BPF, Yogyakarta.

Drs. Wardianta, M. Hum, *Metodologi Penelitian Pariwisata,* Penerbit C.V Andi

OFFSET . Yogyakarta

Drs. Nasution, M.N. M.Sc., A.P.U.  
*Manajemen jasa,* Penerbit Ghalia Indonesia.

Bogor Selatan.

Gage susan M, *Strategi Pelayanan Pelanggan,* Penerbit Suka Buku. Jakarta

Selatan