

KUALITAS PELAYANAN DI PT. EKSIS TOUR AND TRAVEL PEKANBARU

Oleh : **Sebastian Beinal Parma.S.**
Sebastian.beinal2427@student.unri.ac.id
Dr. Firdaus Yusrizal, SST., MM. Par
firdausyusrizal@lecture.unri.ac.id

Jurusan Ilmu Administrasi – Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
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

Industri pariwisata merupakan salah satu industri penyumbang devisa negara terbesar yang dapat membantu pertumbuhan ekonomi nasional. Travel agent merupakan salah satu jasa usaha untuk membantu wisatawan dalam merancang dan melaksanakan perjalanannya untuk berwisata kesuatu tempat yang diinginkan. Salah satu Travel Agent yang terdapat di Pekanbaru adalah PT. Eksis Tour and Travel. Kualitas Pelayanan di Travel Agent ini akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Kualitas Pelayanan di PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan data di peroleh melalui survey terhadap pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru menggunakan kuesioner berdasarkan beberapa poin yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yaitu : Tangible (berwujud), Empathy (perhatian), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), dan Assurance (jaminan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam Kualitas Pelayanan di PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru berada pada kategori puas dengan sub variabel Assurance (jaminan) memiliki skor paling tinggi di antara sub variabel lainnya dengan mencapai kepuasan tamu sebesar 80% dan indikator yang mendapat nilai skor tertinggi adalah jaminan keamanan data pelanggan.

Kata Kunci: Pariwisata, Kualitas Pelayanan, Travel Agent, PT. Eksis Tour and Travel.

SERVICE QUALITY AT PT. EKSIS TOUR AND TRAVEL PEKANBARU

By : Sebastian Beinal Parma.S.
Sebastian.beinal2427@student.unri.ac.id
Dr. Firdaus Yusrizal, SST., MM. Par
firdausyusrizal@lecture.unri.ac.id

*Travel Business Study Program – Department of Administration
Faculty of Social and Polotical Sciences
Universty of Riau
Bina Widya Campus, Jl. H.R.Soebrantas Km.12.5 Sim. BaruPekanbaru, 28293
Tel/Fax. 0861-63277*

ABSTRACT

The tourism industry is one of the largest foreign exchange earners for the country, contributing significantly to national economic growth. Travel agents are one of the services that assist tourists in planning and executing their trips to desired destinations. One of the travel agents in Pekanbaru is PT. Eksis Tour and Travel. The quality of service at this travel agency will be the main focus of this study. This study aims to determine the quality of service at PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru. This study uses a quantitative method with a descriptive approach, and data is obtained through a survey of customers who have used the services of PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru using a questionnaire based on several points related to service quality, namely: Tangible (tangible), Empathy (empathy), Reliability (reliability), Responsiveness (responsiveness), and Assurance (assurance). The results of the study indicate that the majority of respondents in terms of service quality at PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru are in the satisfied category, with the sub-variable Assurance (guarantee) having the highest score among the other sub-variables, achieving customer satisfaction of 80%, and the indicator with the highest score being the guarantee of customer data security.

Keywords: *Tourism, Service Quality, Travel Agent, PT. Eksis Tour and Travel.*

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor vital bagi perekonomian Indonesia, terbukti dari peningkatan signifikan kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjukkan pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 503,34% pada Januari 2023 dibandingkan Januari 2022, menegaskan pentingnya pengelolaan sektor ini sebagai country branding dan pendorong devisa.

Agen perjalanan (*travel agent*) berperan krusial dalam industri ini, bertindak sebagai perantara yang membantu wisatawan merencanakan dan melaksanakan perjalanan. Dengan 85% masyarakat Indonesia memilih menggunakan jasa travel agent, persaingan antar perusahaan semakin ketat, menuntut pemahaman mendalam akan kebutuhan pelanggan. Di Kota Pekanbaru, beragam biro perjalanan wisata menawarkan layanan komprehensif mulai dari paket domestik hingga internasional, tiket, akomodasi, hingga sewa kendaraan.

PT. Eksis Tour and Travel, merupakan salah satu biro perjalanan yang terdapat di Pekanbaru yang berdiri sejak 2015. Biro perjalanan wisata ini menyediakan berbagai layanan pariwisata seperti paket wisata domestik dan internasional, tiket pesawat, tiket kereta api, penginapan, akomodasi, MICE, dan

lainnya. Berikut ini data penjualan per tahun PT. Eksis Tour and Travel selama 3 (tiga) tahun terakhir:

Tabel 1. 1 Data Penjualan Paket Wisata dan Jumlah Pelanggan di PT. Eksis Tour and Travel

Tahun	Jumlah Paket Wisata yang Terjual	Jumlah Pengguna
2021	15	675
2022	30	1.182
2023	27	989

Sumber: PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru

Tabel 1.1 di atas menyajikan data mengenai kinerja penjualan paket wisata PT. Eksis Tour and Travel dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Data ini menunjukkan meskipun mencapai puncak penjualan pada tahun 2022 dengan 1.182 pelanggan, terjadi sedikit penurunan penjualan pada tahun 2023. Observasi menunjukkan adanya keluhan pelanggan terkait kualitas pelayanan di PT. Eksis Tour and Travel, meliputi:

Tabel 1. 2 Data keluhan pelanggan di PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru

Dimensi Kualitas Pelayanan	Deskripsi Keluhan Pelanggan
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Fasilitas kantor (AC, kipas angin) tidak berfungsi optimal dan area tunggu sempit.
Perhatian (<i>Empathy</i>)	Staf kurang mendengarkan

	preferensi pelanggan.
Keandalan (<i>Reliability</i>)	Jadwal keberangkatan tidak sesuai janji dan pelayanan yang dijanjikan tidak terpenuhi.
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Balasan pertanyaan/komplain lambat, proses revisi jadwal lama, dan staf sering terlihat sibuk.
Jaminan (<i>Assurance</i>)	Staf kurang meyakinkan dalam memberikan informasi.

Sumber: Olahan Penulis, 2025

Berdasarkan tabel 1.2 diketahui bahwa salah satu keluhan pelanggan di PT. Eksis Tour and Travel adalah ketepatan waktu yang kurang dalam menjalankan kegiatan, yang menyebabkan beberapa bagian dari itinerary tidak terlaksana dengan baik. Selain itu, kurangnya tenaga karyawan berkontribusi pada kurangnya koordinasi dalam pelayanan secara keseluruhan. Di samping itu, beberapa fasilitas ruang pelayanan, seperti AC dan kipas angin, juga tidak berfungsi dengan optimal, yang semakin menambah ketidaknyamanan bagi pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis memutuskan untuk mengambil judul penelitian “KUALITAS PELAYANAN DI PT. EKSIS TOUR AND TRAVEL PEKANBARU” karena peneliti ingin mengetahui

bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada biro perjalanan wisata ini.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan peneliti bahas berdasarkan uraian latar belakang adalah “Bagaimana kualitas pelayanan di PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru”.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya membahas tentang kualitas pelayanan *tour* di PT. Eksis Tour and Travel dengan menggunakan teori Parasuraman (2012) dan penelitian ini difokuskan pada pelanggan yang melakukan pembelian produk secara langsung di kantor PT. Eksis Tour and Travel.

1.4 Tujuan Penelitian

Judul penelitian dapat digunakan untuk menyimpulkan tujuan sebagai berikut, yaitu untuk mengetahui kualitas pelayanan di PT. Eksis Tour and Travel.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk membantu pihak-pihak yang berhubungan. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis.
2. Bagi Akademisi, penelitian ini diharapkan menjadi bahan perbandingan dan

- referensi untuk para peneliti yang meneliti hal serupa.
3. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan bahan evaluasi bagi perusahaan agar dapat memperbaiki beberapa kekurangan yang terjadi di perusahaan.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata

Menurut Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata bahwa yang dimaksud dengan Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang serta Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah serta pengusaha. Dan wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan wisata (Riani, 2021).

Menurut Cooper (2004), Pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan

melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan (Yanti, 2018).

2.2 Biro Perjalanan Wisata

Pendit (2006), menjelaskan bahwa Biro Perjalanan Wisata adalah perusahaan yang mempunyai tujuan menyiapkan suatu perjalanan atau trip bagi seseorang yang merencanakan untuk melakukan perjalanan (Fidya et al., 2022).

Selanjutnya menurut Damardjati (2010), Biro perjalanan wisata adalah perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang-orang termasuk kelengkapan perjalanannya, dari satu tempat ke tempat lain, baik di dalam negeri, keluar negeri atau dalam negeri itu sendiri (Fidya et al., 2022).

2.3 Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pelayanan merupakan suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus kebutuhan apa yang diperlukan orang lain. Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala cara bentuk kegiatan atau aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan (Armaniah et al., 2019)

Selanjutnya menurut Hasibuan (2015), Pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang

diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik (Nurhadi, 2020).

2.4 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci yang wajib dimiliki perusahaan yang bergerak dibidang jasa, baik yang baru memulai usaha atau yang sudah bertahun-tahun memulai usaha. Definisi dari kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Artinya, layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Lewis & Booms (2011), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Riana, 2016b).

Menurut Kotler (2019), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia (Zikri & Harahap, 2022).

2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman Zeithaml dan Berry (2012), untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima (5) dimensi kualitas pelayanan yaitu: Bukti Fisik (Tangible), Perhatian (Empathy), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness) dan Jaminan (Assurance) (Langkai et al., 2018).

a) Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti Langsung (Tangible) yaitu sebagai fasilitas yang bisa dilihat dan digunakan perusahaan dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan, antara lain gedung kantor, peralatan kantor, penampilan karyawan dan lain-lain.

Menurut Zeithaml (2004), terdapat beberapa indikator dalam dimensi bukti fisik (*tangible*) diantaranya:

- 1) Kenyamanan tempat melakukan transaksi
- 2) Kerapihan penampilan karyawan dalam melayani
- 3) Kebersihan yang selalu terjaga

Menurut Tjiptono (2014), terdapat beberapa indikator dalam dimensi bukti fisik (*tangible*) diantaranya:

- 1) Fasilitas fisik dan perlengkapan
- 2) Pegawai

3) Sarana komunikasi

b) Perhatian (*Empathy*)

Perhatian (*Empathy*) yaitu kemampuan atau kesediaan karyawan memberikan perhatian yang bersifat pribadi, seperti bersikap ramah, memahami kebutuhan dan peduli kepada pelanggannya.

Menurut Zeithaml (2004), menjelaskan bahwa dimensi layanan (*empathy*) memiliki beberapa indikator diantaranya:

- 1) Petugas melayani dengan sikap ramah
- 2) Petugas melayani dengan sikap sopan santun
- 3) Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membedakan-bedakan)

c) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, seperti kemampuan dalam menepati janji, kemampuan memecahkan masalah dan kemampuan untuk memperkecil terjadinya kesalahan.

Menurut Moenir dalam Tjiptono (2014), *Reliability* yaitu kemampuan untuk

memproduksi jasa sesuai yang diinginkan secara tepat.

Menurut Zeithaml (2004), menjelaskan bahwa dimensi keandalan (*Reliability*) memiliki beberapa indikator diantaranya:

- 1) Memiliki standar pelayanan yang jelas
- 2) Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- 3) Penyediaan layanan sesuai jadwal yang dijanjikan
- 4) Karyawan mampu menciptakan rasa aman nasabah dalam bertransaksi
- 5) Kecermatan petugas dalam melayani nasabah

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metodologi yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan metode dimulai dari pengumpulan data, penampakan hasil serta menggambarkan atau menjelaskan suatu keadaan secara objektif dengan menggunakan angka-angka (Arikunto 2006).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dari pelaksanaan penelitian ini adalah kantor PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru ini terletak di Jl. Dr. Samratulangi No.37, Sago, Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau kode pos 28152.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan terhitung bulan Agustus 2024 dan berakhir pada bulan Februari 2025. Pada bulan Agustus dan November peneliti mengumpulkan data, dilanjutkan dengan bulan November dan Desember peneliti melakukan wawancara dan Menyusun skripsi hingga selesai.

3.3 Jenis Data dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya diambil secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan statistik yang

bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data kuantitatif untuk penelitian ini diberikan dalam bentuk kuesioner kepada pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT. Eksis Tour and Travel, dan bersedia menjadi responden untuk mengisi kuesioner tersebut.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang terdapat dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2016), data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Data Primer ini diperoleh dari penyebaran kuisisioner kepada pelanggan atau konsumen yang pernah menggunakan jasa PT. Eksis Tour and Travel.

Sedangkan, data sekunder menurut Sugiyono (2016), data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer. Data sekunder ini diperoleh dari literatur-literatur dan laporan penelitian yang ada sebelumnya seperti jurnal, buku atau berdasarkan data yang diberikan oleh pihak di luar PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru yang digunakan sebagai pelengkap dalam penelitian ini. Data ini berbentuk arsip ataupun dokumen yang berkaitan dengan

penelitian ini. Penelitian ini mengambil data dari berbagai sumber secara langsung, dokumen- dokumen maupun karya tulis yang relevan dengan penelitian yaitu berkaitan dengan data eksisting PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

3.4.2 Sampel

3.5 Teknik Sampling

Stratified simple random sampling adalah pengambilan sampel dengan cara membagi populasi ke dalam sub kelompok (strata) berdasarkan karakteristik tertentu, kemudian dilakukan pengambilan sampel secara acak dari masing-masing strata.

Sampel ditentukan dengan menggunakan Rumus Slovin:

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

n = sampel

N = populasi

e = proporsi kelonggaran yang disebabkan oleh ketidakakuratan yang dapat diterima dalam pengambilan sampel.

margins of error = 10% = 0,1

$$n = \frac{989}{1+989(0.1)^2}$$

$$n = \frac{989}{1+9.89}$$

$$n = \frac{989}{10.89}$$

$$n=90,8$$

Hasil n = 98,17 digenapkan oleh peneliti menjadi 100 responden.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Berikut ini adalah metode pengumpulan data yang peneliti gunakan:

3.6.1 Observasi

3.6.2 Kuesioner

3.6.3 Dokumentasi

3.7 Skala Pengukuran Data

Sugiyono (2017), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, responden diminta untuk menunjukkan tingkat persetujuan terhadap suatu pernyataan. Skala likert menggunakan tingkatan jawaban sebagai berikut.

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Kategori	Skor
1.	Sangat Puas	5
2.	Puas	4
3.	Cukup Puas	3
4.	Kurang Puas	2
5.	Tidak Puas	1

Sumber: sugiyono (2018)

Untuk mengetahui jumlah skor per indikator dari setiap jawaban dari kuesioner, maka dapat dicari menggunakan rumus ini:

- 1) Skor Tertinggi = Skor Bobot x Jumlah Pertanyaan x Responden
- 2) Skor Terendah = Skor Bobot Terendah x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden
- 3) Panjang Kelas Interval = (Skor Tertinggi x Skor Terendah)/(Kriteria Skor)

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.2 Kualitas Pelayanan di PT. Eksis Tour and Travel

4.2.1 Tanggapan Responden tentang *Tangible* (berwujud)

PT. Eksis Tour & Travel Pekanbaru secara umum menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, terbukti dari hasil survei yang positif di berbagai aspek pelayanan. 73% pelanggan menyatakan puas terhadap kebersihan ruang pelayanan kantor, didukung oleh komitmen karyawan dalam menjaga kebersihan rutin. Penampilan karyawan juga mendapat apresiasi tinggi, dengan 47% responden puas dan 30% sangat puas, mencerminkan profesionalisme staf. Kebersihan bus yang digunakan saat tour menjadi salah satu kekuatan utama, dengan 64% pelanggan puas dan 22% sangat puas, mencapai tingkat pencapaian 81,6%. Begitu pula dengan kelengkapan dan fungsi peralatan tour, yang mendapat respons puas dari 60% responden dan sangat puas dari 21%, dengan tingkat pencapaian 80,4%. Tampilan brosur/website juga dinilai positif, mencapai 75,6% kepuasan.

Namun, ada satu area yang teridentifikasi perlu perbaikan: kebersihan toilet di kantor. Indikator ini memiliki tingkat kepuasan terendah, hanya mencapai 60,6%. Sebanyak 38% responden menyatakan cukup puas, sementara 31% justru menyatakan tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kebersihan toilet kantor masih menjadi perhatian dan perlu ditingkatkan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal. Meskipun demikian, secara keseluruhan, PT. Eksis Tour & Travel Pekanbaru berhasil menjaga standar kualitas pelayanan yang baik, dengan komitmen karyawan dan fasilitas yang memadai menjadi kekuatan utama.

4.2.2 Tanggapan Responden Tentang *Empathy* (perhatian)

PT. Eksis Tour & Travel Pekanbaru menunjukkan tingkat empati yang baik dalam pelayanannya, terutama dalam hal memberikan bantuan fisik kepada tamu selama tour. Hal ini terbukti dari 87,8% tingkat kepuasan tertinggi, dengan 51% responden merasa sangat puas dan 40% puas terhadap penawaran bantuan mengangkat barang. Perusahaan juga cukup baik dalam memahami kebutuhan makanan tamu yang berkaitan dengan kondisi kesehatan atau preferensi pribadi, mencapai 74,8% tingkat kepuasan, di mana 72% responden puas dan 6% sangat puas. Sementara itu, pemahaman mengenai kebutuhan obat sesuai kondisi kesehatan tamu menunjukkan 73,2% tingkat kepuasan, dengan 59% responden puas dan 10% sangat puas. Meskipun demikian, masih ada ruang

untuk peningkatan pada aspek ini, karena 7% responden merasa kurang puas dan 3% tidak puas, menunjukkan kebutuhan untuk penanganan yang lebih personal dan proaktif. Secara keseluruhan, PT. Eksis Tour & Travel Pekanbaru menunjukkan komitmen kuat terhadap empati pelanggan, namun ada kesempatan untuk lebih meningkatkan perhatian pada kebutuhan medis spesifik.

4.2.3 Tanggapan Responden Tentang *Reliability* (keandalan)

Karyawan PT. Eksis Tour & Travel Pekanbaru menunjukkan berbagai tingkat kompetensi dalam pelayanan, dengan beberapa area menunjukkan kepuasan pelanggan yang tinggi. Terutama, kemampuan karyawan dalam mengurus dokumen perjalanan dengan tepat dan cepat sangat diapresiasi, mencapai 82,2% tingkat kepuasan, di mana 56% pelanggan puas dan 31% sangat puas. Begitu pula, kemampuan mereka dalam memecahkan masalah dan memberikan solusi selama tour juga dinilai sangat baik, dengan 81,4% tingkat kepuasan (60% puas dan 27% sangat puas). Sikap keramahan karyawan juga mendapat respons positif dengan 75,2% tingkat kepuasan (57% puas dan 13% sangat puas). Namun, ada beberapa aspek yang memerlukan peningkatan. Kemampuan karyawan dalam menjelaskan itinerary masih memiliki ruang perbaikan, dengan 70% tingkat kepuasan (43% puas, 9% sangat puas, namun 37% cukup puas). Lebih lanjut, kemampuan memandu tamu dan mengurus penginapan dengan tepat dan cepat

menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih rendah, masing-masing 67,8% dan 66,6%. Mayoritas responden untuk kedua indikator ini hanya merasa cukup puas (60% untuk pemanduan, 45% untuk penginapan), dan terdapat sejumlah kecil yang merasa kurang puas (7% untuk pemanduan, 14% untuk penginapan). Hal ini mengindikasikan perlunya fokus pada pelatihan lebih lanjut dalam keterampilan pemanduan dan efisiensi dalam penanganan penginapan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

4.2.4 Tanggapan Responden Tentang *Responsiveness* (daya tanggap)

PT. Eksis Tour & Travel Pekanbaru menunjukkan berbagai tingkat responsivitas dalam pelayanannya. Aspek yang paling menonjol adalah kecepatan karyawan dalam menawarkan bantuan mengambil foto di setiap destinasi, dengan tingkat kepuasan mencapai 85,6% (56% sangat puas, 23% puas), menunjukkan layanan proaktif yang sangat dihargai pelanggan. Selain itu, kecepatan dalam memberikan obat kepada peserta tour yang sakit juga dinilai baik, mencapai 79,2% tingkat kepuasan (63% puas, 20% sangat puas), menandakan kesigapan dalam penanganan darurat medis. Respons terhadap pertanyaan atau permintaan pelanggan melalui berbagai media komunikasi juga dianggap cukup cepat, dengan 74,0% tingkat kepuasan (57% puas, 10% sangat puas). Namun, terdapat ruang untuk peningkatan dalam penanganan keluhan pelanggan

dan ketepatan waktu pemberian layanan. Kecepatan dalam menangani keluhan mencapai 68,0% tingkat kepuasan (44% cukup puas, 11% kurang puas), sementara pemberian bantuan atau layanan tepat waktu hanya mencapai 65,6% tingkat kepuasan (56% cukup puas, 11% kurang puas). Ini menunjukkan perlunya peningkatan efisiensi dan ketepatan waktu dalam merespons keluhan dan memenuhi permintaan layanan pelanggan secara keseluruhan.

4.2.5 Tanggapan Responden Tentang Assurance (jaminan)

PT. Eksis Tour & Travel Pekanbaru secara keseluruhan menunjukkan jaminan yang sangat kuat dalam banyak aspek pelayanannya. Keamanan adalah prioritas utama, dengan 86,6% pelanggan sangat puas atau puas terhadap jaminan keamanan data tamu, dan 86,0% menyatakan kepuasan serupa terhadap keamanan transaksi. Konsistensi dalam memenuhi janji juga sangat dihargai; 85,6% pelanggan merasa sangat puas atau puas terhadap jaminan layanan sesuai waktu yang dijanjikan. Keselamatan tamu selama tour juga dijaga dengan baik, meraih 80,8% tingkat kepuasan. Penanganan keluhan tamu juga cukup efektif, dengan 76,8% pelanggan merasa keluhan mereka ditangani dengan baik. Namun, ada satu area yang memerlukan perhatian lebih, yaitu jaminan semua kegiatan dijalankan sesuai itinerary. Hanya 69,4% pelanggan yang merasa puas, dengan mayoritas (58%) hanya merasa cukup puas, menunjukkan bahwa ada ruang

untuk peningkatan dalam memastikan setiap detail rencana perjalanan terpenuhi sepenuhnya. Secara ringkas, PT. Eksis Tour & Travel Pekanbaru unggul dalam membangun kepercayaan terkait keamanan dan ketepatan waktu, namun perlu lebih fokus pada akurasi pelaksanaan itinerary untuk mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal.

4.2.6 Rekapitulasi tanggapan responden kualitas pelayanan di PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru

Secara keseluruhan, PT. Eksis Tour & Travel Pekanbaru berhasil mencapai tingkat kualitas pelayanan "Puas", dibuktikan dengan total skor rekapitulasi 9.955. Pencapaian ini didukung oleh lima sub-variabel utama: Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance. Sub-variabel Assurance (Jaminan) menonjol sebagai yang terbaik dengan 80% capaian kualitas pelayanan, terutama karena jaminan keamanan data pelanggan (86,6%) dan keamanan transaksi (86,0%), serta konsistensi dalam memenuhi janji waktu layanan (85,6%). Empathy (Perhatian) menyusul di posisi kedua dengan 78%, unggul dalam penawaran bantuan mengangkat barang (87,8%) dan pemahaman terhadap kebutuhan khusus tamu.

Aspek Tangible (Berwujud) meraih 75% capaian kualitas pelayanan, didorong oleh kebersihan bus tour yang sangat baik (81,6%) dan penampilan karyawan yang rapi (78,4%), meskipun kebersihan toilet

kantor masih perlu ditingkatkan (60,6%). Responsiveness (Daya Tanggap) mencapai 74%, dengan karyawan yang sigap menawarkan bantuan mengambil foto (85,6%) dan cepat dalam memberikan obat darurat (79,2%). Namun, kecepatan penanganan keluhan dan ketepatan waktu layanan umum masih memerlukan perbaikan. Terakhir, sub-variabel Reliability (Keandalan) memiliki skor terendah, yaitu 73%. Meskipun karyawan ramah dan cekatan dalam mengurus dokumen perjalanan serta memecahkan masalah, kemampuan memandu tamu (67,8%) dan mengurus penginapan dengan tepat dan cepat (66,6%) menunjukkan bahwa area ini membutuhkan fokus lebih untuk mencapai keandalan operasional yang lebih konsisten.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Untuk memperkuat hasil penelitian ini, dilakukan perbandingan dengan dua penelitian terdahulu yang juga menggunakan pendekatan SERVQUAL dalam menganalisis kualitas pelayanan pada sektor jasa. Penelitian pertama adalah penelitian oleh Gea Wilvi Onalza (2014) dengan judul Analisis Kepuasan Penumpang atas Kualitas Layanan Jasa CV. Indah Travel Trayek Tembilahan–Pekanbaru. Dalam penelitiannya, digunakan metode Importance-Performance Analysis (IPA) dan hasilnya menunjukkan bahwa seluruh dimensi SERVQUAL—yakni Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy—berada di bawah ekspektasi pelanggan. Dimensi yang memperoleh skor terendah adalah

Assurance (65,97%) dan Reliability (66,41%), sedangkan Tangible dan Empathy memiliki skor yang lebih tinggi yaitu di atas 77%. Hasil ini berbeda dengan penelitian di PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru yang menunjukkan bahwa secara umum kelima dimensi mendapatkan skor di atas 70% dan masuk dalam kategori kepuasan yang baik. Namun, kesamaan tetap ditemukan pada dimensi Empathy dan Reliability yang di kedua penelitian menjadi bagian yang memerlukan perhatian dan peningkatan kualitas lebih lanjut.

Penelitian perbandingan kedua adalah oleh Alfitri Handayani (2021) dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan kepada Tamu di Grand Zuri Hotel Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan SERVQUAL dan menunjukkan bahwa dimensi Tangible dan Assurance mendapatkan penilaian tertinggi dari tamu hotel. Sebaliknya, dimensi Empathy mendapatkan skor paling rendah. Hasil ini memiliki kesamaan dengan penelitian pada PT. Eksis Tour and Travel Pekanbaru, di mana dimensi Assurance juga menunjukkan performa terbaik dan Empathy menjadi aspek yang harus ditingkatkan. Hal ini memperkuat dugaan bahwa dalam industri jasa, aspek fisik layanan dan jaminan kepercayaan pelanggan cenderung lebih mudah dipenuhi oleh perusahaan, sedangkan pemberian perhatian personal terhadap kebutuhan unik pelanggan masih menjadi tantangan yang umum. Dari kedua perbandingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini berada dalam pola

yang konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yakni menunjukkan performa yang baik pada aspek Tangible dan Assurance, namun kelemahan masih terletak pada dimensi Empathy dan sebagian dari Reliability. Hal ini menjadi masukan penting bagi PT. Eksis Tour and Travel untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan khususnya dalam personalisasi layanan dan membangun komunikasi yang lebih mendalam dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- 2(1), 106–126.
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahas Honda Tangerang. In *Penelitian Ilmu Manajemen* (Vol. 2, Issue 2). <https://bmspeed7.com>
- Fidya, N. H., Gunadi, I. M. A., & Erfinda, Y. (2022). To Survive Or Not : Crisis Management Strategy Of Obaja Tour Travel Agency During Pandemic. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 10(1), 59–68. <https://doi.org/10.35814/tourism.v10i1.3401>
- Kurniawan, N. (2021). Pengaruh Kinerja Pegawai Dan Teknologi Informasi Tata Usaha Secara Simultan Terhadap Pelayanan Administrasi Di Sma Negeri 10 Kerinci. In *Maha* (Vol. 3, Issue 8). <https://lppmstianusa.com/ejurnal/index.php/janmaha/article/view/480/266>
- Langkai, P. G., Pelleng, F. A. O., & Keles, D. (2018). Kualitas Pelayanan Pembayaran Pensiun Pegawai Negeri Sipil (PNS) Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Manado. *Jurnal Administrasi*, 7(1), 73–80. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/21146/20856>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. In *TOI Jurnal Ekonomi* (Vol. 7, Issue 2). https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-17166-11_0529.pdf
- Munawaroh, N. (2022). Analisis Pelayanan Perjalanan Wisata Pt Eksis Tour And Travel (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Naibaho, U. A., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 1079–1089. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Nurhadi, N. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137–150. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>
- Putra, D. M., & Hanif, R. (2021). Pengaruh Motivasi dan

- Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan Bengkel Sas Team Drenges Pakisaji Kab. Malang. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 2(2), 37-48.
- Rahmawati, E., Dhian Anggraini, F., & Noviasuti, N. (2023). Kualitas Pelayanan Pt. Gemintang Wisata Haluna (Wh Tour) Yogyakarta Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Mabha Jurnal*, 4(1), 1–10. <file:///C:/Users/U%20S%20E%20R/Downloads/document.pdf>
- Riana, N. (2016a). Kualitas Pelayanan Tour Leader Di Pt Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru. *Jom Fisip*, 3(2), 1–11.
- Riana, N. (2016b). Kualitas Pelayanan Tour Leader Di Pt Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru. *Jom Fisip*, 3(2), 1–11.
- Riani, N. K. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5), 1496–1474. <https://media.neliti.com/media/publications/469819-none-185ec9aa.pdf>
- Rohani, E. D., & Pradana, C. S. (2020). Implementasi Permenparekraf No. 4 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Biro Perjalanan Wisata Pada Pelaku Usaha Biro Perjalanan Wisata Haji Dan Umroh Di Yogyakarta. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 8(2), 191–202. <file:///C:/Users/U%20S%20E%20R/Downloads/document.pdf>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Sinollah, S., & Masruro, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual ± Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Jurnal Dialetika*, 4(1), 45–64. <https://media.neliti.com/media/publications/292577-pengukuran-kualitas-pelayanan-servqual-p-efe697b1.pdf>
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Supriyadi, D., & Komara, E. (2020). Studi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dilihat Dari Manajemen Pelayanan Pariwisata dan Kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Kabupaten Pangandaran. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 2(2), 100–116. <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsj>
- Wibowati, J. I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31.

- <https://jurnal.unpal.ac.id/index.php/jm/article/view/348/295>
- Yanti, D. (2018). Perencanaan Prototipe Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Di Kabupaten Dairi Sumatera Utara. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 9(2), 1–10.
file:///C:/Users/U%20S%20E%20R/Downloads/4782-14357-1-PB.pdf
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera.
file:///C:/Users/U%20S%20E%20R/Downloads/3280-Article%20Text-5581-1-10-20220420%20(1).pdf
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan Cikutra Bandung). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*,.