ANALISA KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA CV BORNEO JAYA MAJU DI KABUPATEN BARITO KUALA

Sri Mulyani¹

A. Ghazali²

srimulyaniirsyadputri@gmail.com

STIE NASIONAL BANJARMASIN^{1,2}

Abstract,

The purpose of this research is to find out where the shortcomings are in the services provided in order to increase customer satisfaction at CV Borneo Jaya Maju travel in Barito Regency.

The population in this study were customers in May 2021. The sample taken as respondents was 50 customers with a sampling technique using the Arikunto formula. The method used in this study was a quantitative descriptive method.

The results of this study are the services provided to customers are still lacking, where the services provided to customers in paying attention to the five dimensions are Physical Evidence (tangible), namely the incompleteness of tourist package advertising brochures and the absence of advertising promos on the website to make it easier for customers to see new information. Responsiveness (responsiveness) of employees in providing understanding solutions about tour packages to customers is still not fully understood by customers and guarantees (assurance) are also still lacking so that there are still some customers who are not satisfied with this.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak,

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui letak kekurangan pada pelayanan yang diberikan agar meningkatkan kepuasan pelanggan di travel CV Borneo Jaya Maju di Kabupaten Barito.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada bulan Mei tahun 2021. Sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 50 pelanggan dengan teknik sampling menggunakan rumus Arikunto. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif.

*Hasil penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan untuk pelanggan masih ada kekurangan, dimana pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan dalam memperhatikan lima dimensi adalah Bukti Fisik (*tangible*) yaitu kurang lengkapnya brosur iklan paket wisata dan tidak adanya promo-promo iklan di website untuk mempermudah pelanggan untuk melihat informasi terbaru. Daya Tanggap (*responsiveness*) pegawai*

dalam memberikan solusi pemahaman tentang paket wisata kepada pelanggan masih kurang dapat dipahami sepenuhnya oleh pelanggan dan Jaminan (*assurance*) juga masih terdapat kekurangan sehingga masih ada beberapa pelanggan yang kurang puas akan hal ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

LATAR BELAKANG

Kualitas pelayanan menurut Kotler (2002:83) adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata-nyata mereka peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

CV Borneo Jaya Maju merupakan salah satu perusahaan travel yang bergerak dalam bidang jasa penjualan paket wisata alam di

daerah Kalimantan Selatan dan sekitarnya. Alamat kantor CV Borneo Jaya Maju ini berdomisili di Jalan Trans Kalimantan Komplek Batola Residence Kelurahan Sungai Lumbah Kabupaten Barito Kuala Provinsi Kalimantan Selatan. Saat ini perjalanan sudah menjadi kebutuhan manusia yang didorong oleh beberapa kebutuhan dan keinginan untuk mencapai tujuan perjalanan tersebut, antara lain memenuhi kebutuhan hidup, dorongan rasa ingin tahu dan dorongan untuk kepentingan keagamaan. Perjalanan tersebut ada yang berupa perjalanan wisata, perjalanan dinas, perjalanan bisnis dan lain sebagainya.

Menurut Foster, (2007; 76) “Usaha perjalanan adalah perusahaan yang kegiatannya mengurus keperluan orang yang ingin mengadakan perjalanan baik darat, udara maupun laut untuk mencapai tujuan melalui perantara perusahaan ini dengan

menghubungkan antara perusahaan yang menyediakan fasilitas perjalanan dengan orang yang akan mengadakan perjalanan. Usaha perjalanan dapat dikatakan sebagai perusahaan yang mengurus perjalanan seseorang atau sekelompok orang dengan segala keuntungan dari perjalanan tersebut serta mendapat imbalan jasa dari perusahaan penyedia fasilitas perjalanan atas pelayanannya kepada orang yang melakukan perjalanan”.

Kepuasan pelayanan pelanggan adalah salah satu indikator untuk menentukan apakah usaha kita sukses atau tidak. Semakin banyak pelanggan yang merasa puas dengan produk kita maka semakin baik juga perkembangan usahanya. Oleh karenanya, tidak mengherankan jika kepuasan pelanggan selalu mendapat perhatian khusus saat menyusun strategi usaha. Menurut Tjiptono (2016:4) “kepuasan pelayanan adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Mengukur kepuasan pelayanan sebagai dasar pengukuran konsumen dalam menggunakan jasa.

Menurut Tjiptono (2014:282) Kualitas pelayanan sendiri terdiri atas 5 dimensi yang menggambarkan kepuasan pelanggan yaitu, *Tangibles* atau bukti fisik adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukan eksistensi mereka pada pihak luar, yang dimaksud penampilan sarana dan prasarana fisik ini adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan mereka, *Reliability* atau keadaan kemampuan perusahaan untuk memberi pelayanan sesuai yang diinginkan secara akurat dan juga terpercaya, *Responsiveness* atau ketanggapan adalah suatu kemampuan untuk dapat membantu memberi pelayanan cepat dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi se jelas mungkin, *Assurance* atau jaminan dan kepastian adalah pengetahuan kesopanan dan santun para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan para pelanggan kepada perusahaan yang terdiri dari komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun, *Empathy* yaitu memberi perhatian tulus dan juga bersifat individual atau pribadi yang diberikan

kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Kepuasan pelanggan akhirnya memiliki dimensi tersendiri. Ada banyak sekali teori yang dicetuskan oleh para ahli terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kualitas pelayanan yang ada di travel CV Borneo Jaya Maju, kepuasan pelanggan rendah, pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan dalam memperhatikan lima dimensi adalah Bukti Fisik (*tangible*) yaitu kurangnya perlengkapan dan tidak adanya *website* untuk mempermudah pelanggan untuk melihat informasi seperti harga-harga paket wisata, atau promo-promo lainnya dan Daya Tanggap (*responsiveness*) pegawai dalam memberikan solusi pemahaman tentang paket wisata kepada pelanggan masih belum dapat dipahami sepenuhnya oleh pelanggan, dikarenakan beberapa pegawai masih belum mengenal tentang tempat wisata yang akan dituju oleh pelanggan.

Dimensi pelayanan yang sudah bagusnya adalah Keandalan

(*reliability*) untuk pelayanan pegawai travel cukup memuaskan dalam memberikan kemudahan dalam prosedur pelayanan, kecepatan dan ketepatan dalam melakukan transaksi ditambah lagi pegawai travel yang sopan dan ramah dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Jaminan (*assurance*) untuk pegawai mampu untuk menumbuhkan kepercayaan kepada pelanggan dengan memberikan jaminan dari travel ini dari segi keberangkatannya yang pasti berangkat sesuai dengan jadwal keberangkatan yang sudah ditentukan, terkecuali ada kendala dari segi alam contohnya bencana atau cuaca yang buruk di sekitar daerah lokasi wisata tersebut. Empati (*empathy*) dari pegawai travel CV Borneo Jaya Maju memberikan perhatian tulus dan juga bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan serta memahami keinginan mereka.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan yang

kurang memuaskan mengakibatkan jumlah pelanggan berfluktuasi.

Berikut ini adalah tabel jumlah pelanggan dari tahun 2016 s/d 2020.

Tabel 1 Data jumlah pelanggan selama lima tahun (2016 s/d 2020)

No	Tahun	Jumlah Pelanggan Pertahun	Naik/Turun Pelanggan %
1.	2016	247	-
2.	2017	180	-27,1%
3.	2018	250	38,9%
4.	2019	320	28%
5.	2020	211	-34,06%

Sumber: CV Borneo Jaya Maju, 2020

Faktor penurunan jumlah pelanggan bukan hanya saja dari kualitas pelayanan perusahaan yang belum maksimal, ada faktor yang tidak terkontrol oleh perusahaan yaitu pandemi covid 19, karena adanya aturan pemberlakuan larangan dari pemerintah yaitu PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) semua tempat pariwisata ditutup oleh pemerintah, oleh karena itu perusahaan tidak bisa berjalan dengan semestinya. Penelitian ini penting untuk menganalisa kualitas kepuasan pelanggan pada CV Borneo Jaya Maju.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2012: 120), mengatakan bahwa “Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan dibandingkan

dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan”.

Menurut Tjiptono (2014:282) Kualitas pelayanan sendiri terdiri atas 5 dimensi yang menggambarkan kepuasan pelanggan yaitu, *Tangibles* atau bukti fisik adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi mereka pada pihak luar, yang dimaksud penampilan sarana dan prasarana fisik ini adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan mereka, *Reliability* atau keadaan kemampuan perusahaan untuk memberi pelayanan sesuai yang diinginkan secara akurat dan juga terpercaya, *Responsiveness* atau ketanggapan adalah suatu

kemampuan untuk dapat membantu memberi pelayanan cepat dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi se jelas mungkin, *Assurance* atau jaminan dan kepastian adalah pengetahuan kesopanan dan santun para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan para pelanggan kepada perusahaan yang terdiri dari komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun, *Empathy* yaitu memberi perhatian tulus dan juga bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Kepuasan pelanggan akhirnya memiliki dimensi tersendiri. Ada banyak sekali teori yang dicetuskan oleh para ahli terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Definisi kepuasan pelanggan juga dipaparkan oleh Tjiptono (2010: 44) bahwa “Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan atau diskonfirmasi

yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk atau layanan yang dirasakan setelah pemakaian.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode ini dipilih mengingat penelitian ini bertujuan untuk membuat gambaran tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang selama ini telah diberikan oleh CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala. Populasi adalah pelanggan pada tahun 2020. Sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 50 pelanggan dengan teknik sampling menggunakan rumus Arikunto.

Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskripsi, yaitu melakukan penilaian terhadap pelayanan yang sebaiknya dilakukan untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini menurut Arikunto (2002: 203), yaitu:

$$F = \frac{N}{X} \times 100 \%$$

Keterangan :

F = Frekuensi jawaban

N = Nilai

X = Responden

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 2. Hasil Rekapitulasi Kuesioner Bukti fisik (*Tangibles*) 50 Responden.

No	Variabel	Indikator	Kategori									
			SS	%	S	%	N	%	T	%	S	%
1.	Bukti fisik (<i>Tangibles</i>)	Halaman parkir yang memadai.	7	14 %	26	52 %	17	34 %	0	0%	0	0 %
		Ruang tunggu yang nyaman, rapi dan bersih serta tersedia fasilitas-fasilitas seperti koran, majalah, TV, kipas angin, pengeras suara dan lain-lain.	9	18 %	21	42 %	20	40 %	0	0%	0	0 %
		Penampilan karyawan yang rapi dan sopan.	10	20 %	23	46 %	17	34 %	0	0%	0	0 %
		Sudah lengkap brosur iklan paket wisata	3	6 %	12	24 %	20	40 %	12	24 %	0	0 %
		Sudah ada website untuk mempermudah melihat informasi promo-promo paket wisata.	3	14 %	7	14 %	8	16 %	24	48 %	8	16 %
Total			32	72	89	178	82	164	36	72	8	16
Rata-rata			6	14	18	36	16	33	7	14	2	3

Sumber: Data diolah penulis, 2021

- a. Halaman parkir yang memadai.

Secara keseluruhan responden menyatakan hasil positif yang menunjukkan bahwa hal tersebut telah memenuhi kebutuhan pelanggan.

- b. Ruang tunggu yang nyaman, rapi dan bersih serta tersedia fasilitas-fasilitas seperti koran, majalah, TV, kipas angin, pengeras suara dan lain-lain. Travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala memiliki kepedulian yang tinggi untuk memperhatikan fasilitas penunjang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

- c. Penampilan karyawan yang rapi dan sopan.

- d. Secara keseluruhan responden menyatakan hasil positif yang menunjukkan bahwa hal tersebut telah memenuhi kebutuhan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa responden travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala memiliki kepedulian yang tinggi untuk memperhatikan penampilan karyawan agar selalu rapi dan sopan dalam melayani pelanggan.

- a. Sudah lengkap browsur iklan paket wisata.

Masih ada 12 responden (24%) yang masih menganggap bahwa fasilitas berupa browsur iklan paket wisata yang disediakan oleh travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala masih kurang lengkap sehingga masih ada beberapa pelanggan yang tidak dapat melihat browsur iklan yang pelanggan inginkan. Sebaiknya fasilitas berupa browsur iklan bisa dilengkapi sehingga pelanggan bisa melihat langsung iklan yang mereka inginkan agar terciptanya rasa puas terhadap fasilitas yang disediakan oleh pihak travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala.

- b. Sudah ada website untuk mempermudah melihat informasi promo-promo paket wisata.

Masih responden yang tidak setuju 24 responden (48%) dan sangat tidak setuju 8 responden (16%) yang masih menganggap bahwa fasilitas website untuk mempermudah melihat informasi promo-promo paket wisata yang disediakan oleh travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala masih kurang lengkap.

Tabel 3. Hasil Rekapitulasi Kuesioner Kehandalan (Reliability) 50 Responden

No	Variabel	Indikator	Kategori									
			SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
2.	Kehandalan (Reliability)	Prosedur pelayanan informasi mudah di pahami pelanggan.	12	24 %	19	38%	17	34%	2	4 %	0	0%
		Karyawan perusahaan dapat diandalkan.	6	12 %	22	44%	19	38%	3	6 %	0	0%
		Karyawan bersungguh-sungguh dalam mengatasi keluhan pelanggan.	5	10 %	14	28%	21	42%	10	20 %	0	0%
Total			23	46	55	110	57	114	15	30	0	0
Rata-rata			8	15	18	37	19	38	3	10	0	0

Sumber: Data diolah penulis, 2021

a. Prosedur pelayanan informasi mudah di pahami pelanggan.

Masih ada 2 responden (4%) yang masih menganggap bahwa prosedur pelayanan informasi tidak mudah untuk dipahami oleh pelanggan travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala. Sebaiknya prosedur pelayanan informasi lebih ditingkatkan lagi agar dapat mudah dipahami oleh pelanggan sehingga terciptanya rasa puas terhadap pelayanan travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala.

b. Karyawan perusahaan dapat diandalkan.

Masih ada 3 responden (6%) yang masih menganggap bahwa karyawan perusahaan kurang dapat untuk diandalkan oleh pelanggan travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala karena ada yang belum mengetahui beberapa info tentang wisata yang dituju pelanggan. Sebaiknya perusahaan dapat ditingkatkan lagi sumber daya manusia agar mengetahui informasi wisata dan memahami keperluan

pelanggan demi mewujudkan terciptanya rasa puas pelanggan terhadap pelayanan travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala.

c. Karyawan bersungguh-sungguh dalam mengatasi keluhan pelanggan.

Ada yang menyatakan tidak setuju 10 responden (20%) yang masih menganggap bahwa karyawan kurang bersungguh-sungguh mengatasi keluhan pelanggan travel

CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala karena masih ada beberapa karyawan yang belum mengetahui beberapa info tentang wisata yang dituju pelanggan. Ssebaiknya perusahaan dapat ditingkatkan lagi sumber daya manusianya agar mengetahui informasi wisata dan memahami keperluan pelanggan demi mewujudkan terciptanya rasa puas pelanggan terhadap pelayanan travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala.

Tabel 4. Hasil Rekapitulasi Kuesioner Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) dari 50 Responden.

No	Variabel	Indikator	Kategori									
			SS	%	S	%	N	%	T S	%	STS	%
3.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Karyawan memiliki kemampuan yang cepat tanggap dalam merespon keluhan pelanggan.	11	22 %	18	36%	19	38%	2	4%	0	0%
		Pelayanan informasi secara cepat dan tepat.	4	8%	14	28%	26	52%	6	12 %	0	0%
		Pelayanan tepat waktu.	5	10 %	13	26%	21	42%	1 0	20 %	0	0%
Total			20	40	45	90	66	132	1 8	36	0	0
Rata-rata			7	13	15	30	22	44	6	12	0	0

Sumber: Data diolah penulis, 2021

a. Karyawan memiliki kemampuan yang cepat tanggap dalam merespon keluhan pelanggan.

Masih ada yang menyatakan tidak setuju 2 responden (4%) yang

masih menganggap bahwa karyawan masih kurang cepat tanggap dalam merespon keluhan pelanggan. Hal ini sebaiknya karyawan perusahaan dapat lebih cepat lagi dalam merespon

semua keluhan agar dapat memenuhi keluhan dan keperluan yang dibutuhkan pelanggan demi mewujudkan terciptanya rasa nyaman pelanggan terhadap pelayanan travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala.

b. Pelayanan informasi secara cepat dan tepat.

Masih ada yang menyatakan tidak setuju 6 responden (12%) yang masih menganggap bahwa pelayanan informasi masih kurang cepat dan tepat dalam merespon keluhan pelanggan. Hal ini sebaiknya karyawan perusahaan dapat lebih cepat dan tepat lagi dalam merespon semua keluhan pelanggan agar dapat memenuhi keluhan dan keperluan yang dibutuhkan pelanggan demi mewujudkan terciptanya rasa nyaman pelanggan terhadap pelayanan travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala.

c. Pelayanan tepat waktu.

Masih ada menyatakan tidak setuju 10 responden (20%) yang masih menganggap bahwa pelayanan kurang tepat waktu dari segi penjemputan untuk keberangkatan pelanggan karena adanya kemacetan di jalan. Hal ini sebaiknya dapat menjadi acuan untuk lebih menghitung jarak dan waktu sampai ke tempat penjemputan pelanggan agar tidak terjebak kemacetan demi mewujudkan terciptanya rasa nyaman pelanggan terhadap pelayanan travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala.

Tabel 5. Hasil Rekapitulasi Kuesioner Variabel Jaminan (Assurance) Dari 50 Responden

No	Variabel	Indikator	Kategori									
			S	%	S	%	N	%	T	%	S	%
4.		Keamanannya di perusahaan	8	16%	22	44%	20	40%	0	0%	0	0%

	Jaminan (Assurance)	ini sudah terjamin.										
		Paket wisata yang dibeli terjamin kualitasnya	6	12 %	20	40 %	19	38 %	5	10 %	0	0 %
		Petugas memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam menjelaskan informasi.	4	8 %	20	40 %	20	40 %	6	12 %	0	0 %
Total			18	36	62	12 2	59	11 8	11	0	0	0
Rata-rata			6	12	21	41	20	39	4	0	0	0

Sumber: Data diolah penulis. 2021

a. Keamanannya di perusahaan ini sudah terjamin.

Masih ada menyatakan tidak setuju 2 responden (4%) yang masih menganggap bahwa keamanannya di perusahaan ini kurang terjamin. Hal ini sebaiknya dari perusahaan dapat lebih memberikan keamanan agar dapat lebih dipercaya oleh pelanggan demi mewujudkan terciptanya rasa aman pelanggan terhadap keamanan travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala.

b. Paket wisata yang dibeli terjamin kualitasnya.

Masih ada yang menyatakan tidak setuju 5 responden (10%) yang masih menganggap bahwa paket wisata yang dibeli kurang terjamin

kualitasnya. Hal ini sebaiknya perusahaan dapat lebih meningkatkan kualitas paket wisata agar dapat memenuhi keluhan dan keperluan yang dibutuhkan pelanggan demi mewujudkan terciptanya rasa nyaman pelanggan.

c. Karyawan memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam menjelaskan informasi.

Masih ada menyatakan tidak setuju 6 responden (12%) yang masih menganggap bahwa karyawan kurang memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam menjelaskan informasi. Hal ini sebaiknya karyawan perusahaan dapat ditingkatkan lagi kualitas sumber daya manusianya agar mengetahui

informasi wisata dan memahami
keperluan pelanggan.

Tabel 6. Hasil Rekapitulasi Kuesioner Variabel Empati (Emphaty) dari 50 Responden

No	Variabel	Indikator	Kategori									
			SS	%	S	%	N	%	TS	%	S T S	%
5.	Empati (<i>Emphaty</i>)	Mampu memberikan perhatian dalam pelayanan.	14	28%	22	44%	14	28%	0	0%	0	0%
		Dapat memahami kebutuhan pelanggan.	10	20%	27	54%	12	24%	1	2%	0	0%
		Mampu membina hubungan yang baik antara karyawan dengan pelanggan.	10	20%	24	48%	16	32%	0	0%	0	0%
Total			34	68	73	146	42	84	1	2	0	0
Rata-rata			11	23	24	49	14	28	1	1	0	0

Sumber: Data diolah penulis, 2021

a. Mampu memberikan perhatian dalam pelayanan.

Secara keseluruhan responden menyatakan hasil positif yang menunjukkan bahwa hal tersebut telah memenuhi kebutuhan pelanggan.

b. Dapat memahami kebutuhan pelanggan.

Masih ada menyatakan tidak setuju 1 responden (2%) yang masih menganggap bahwa perusahaan kurang dapat memahami kebutuhan pelanggan.

Hal ini sebaiknya perusahaan dapat lebih meningkatkan pelayanannya lagi agar dapat memahami kebutuhan pelanggan.

Tabel 7. Hasil Rekapitulasi Kuesioner Variabel Kepuasan dari 50 Responden

No	Variabel	Indikator	Kategori									
			SS	%	S	%	N	%	T S	%	S T S	%

6.	Kepuasan	Puas dengan pelayanan yang diberikan.	13	26 %	26	52 %	11	22 %	0	0 %	0	0 %
		Puas dengan kenyamanan fasilitas yang diberikan.	9	18 %	26	52 %	15	30 %	0	0 %	0	0 %
		Pelanggan bersedia datang kembali lagi untuk membeli paket wisata lagi.mengatasi keluhan pelanggan.	11	22 %	26	52 %	13	26 %	0	0 %	0	0 %
Total			33	66	78	156	39	78	0	0	0	0
Rata-rata			11	22	26	52	13	26	0	0	0	0

Sumber: Data diolah penulis, 2021

a. Puas dengan pelayanan yang diberikan.

Secara keseluruhan responden menyatakan hasil positif yang menunjukkan bahwa hal tersebut telah memenuhi kebutuhan pelanggan.

b. Puas dengan kenyamanan fasilitas yang diberikan.

Secara keseluruhan responden menyatakan hasil positif yang menunjukkan bahwa hal tersebut telah memenuhi kebutuhan pelanggan.

c. Pelanggan bersedia datang kembali lagi untuk membeli paket wisata lagi dan mengatasi keluhan pelanggan.

Secara keseluruhan responden menyatakan hasil positif yang

menunjukkan bahwa hal tersebut telah memenuhi kebutuhan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Kualitas Pelayanan masih kurang maksimal antara lain: Bukti Fisik (*tangible*) yaitu kurang lengkapnya brosur iklan paket wisata dan tidak adanya promo-promo iklan di website. Daya Tanggap (*responsiveness*) pegawai dalam memberikan solusi pemahaman tentang paket wisata kepada pelanggan masih kurang dapat dipahami sepenuhnya oleh pelanggan dan Jaminan keamanan (*assurance*) juga masih terdapat kekurangan

sehingga masih ada beberapa pelanggan yang kurang puas akan hal ini.

2. Kualitas Pelayanan yang sudah diberikan dengan baik: Bukti Fisik (*tangibles*) halaman parkir yang memadai, ruang tunggu yang nyaman, rapi dan bersih serta tersedia fasilitas-fasilitas seperti koran, majalah, TV, kipas angin, pengeras suara dan penampilan karyawan yang rapi dan sopan. Sementara Keandalan (*reliability*) karyawan dalam hal memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dan ini membuat pelanggan merasa puas. Daya Tanggap (*responsiveness*) karyawan travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala cukup terpenuhi dengan daya tanggap yang dimiliki oleh karyawan travel. Jaminan (*assurance*) yang diberikan travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala kepada pelanggan sudah terpenuhi karena travel mampu menjamin keamanan pelanggan dari segi perjalanan dan paket

wisata yang terjamin kualitasnya serta karyawan yang handal sehingga mampu memberikan rasa aman saat pelanggan menggunakan jasa. Empati (*empaty*) yang selama ini dilaksanakan pada travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dari hasil kuisisioner sudah cukup bagus dengan empati yang dimiliki oleh karyawan travel karena mampu memberikan rasa nyaman kepada pelanggan dan bersikap ramah tanpa membedakan suku dan ras pelanggan. Kepuasan Konsumen sudah cukup bagus terbukti dengan jawaban responden yang positif terkait dengan pelayanan travel.

Saran

1. Travel CV Borneo Jaya Maju Barito Kuala lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan terutama variabel berwujud (*tangibles*) dan variabel jaminan (*assurance*) agar kedepannya kepuasan pelanggan dapat terpenuhi secara maksimal.

2. Perusahaan perlu untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan pada variabel kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan empati (*empathy*). Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sudah cukup baik, namun perlu ditingkatkan lagi dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik mungkin terutama fasilitas yang diberikan seperti melengkapi brosur paket wisata, melengkapi informasi promo-promo paket wisata di website .

Kotler, Philip, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Selemba Empat.

-----, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andy Offset.

Rangkuti, Fredy. 2012. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, Fandy, 2010, *Total Quality Service*. Yogyakarta: Andy Offset.

-----, 2012. *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset

DAFTAR PUSTAKA

A. Parasuraman. 2001. *The Behavioral Consequences of Service Quality*. Journal of Marketing. Vol 60

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.

Basu Swastha.2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Liberty