

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tour and Travel Agent adalah bisnis ritel yang menjual produk perjalanan dan jasa terkait kepada pelanggan atas nama pemasok seperti maskapai penerbangan, penyewaan mobil, jalur pelayaran, hotel, kereta api, tur dan paket liburan yang menggabungkan beberapa produk. Selain berurusan dengan wisatawan biasanya Travel Agent paling memiliki sebuah departemen terpisah yang ditujukan membuat pengaturan perjalanan untuk pelancong bisnis. Beberapa Travel Agent spesialis dalam perjalanan komersial dan bisnis dan ada juga yang melayani sebagai agen penjualan umum untuk perusahaan bepergian ke luar negeri, yang memungkinkan mereka untuk memiliki kantor di negara-negara selain kantor pusat.

Berwisata adalah sebuah kebutuhan yang tidak bisa dianggap *trivial* lagi. Semua orang membutuhkan liburan dengan berwisata, bahkan bagi sebagian orang, wisata menjadi sebuah kebutuhan pokok untuk sejenak melepaskan diri dari kungkungan kesibukan pekerjaan sehari-hari. Itulah mengapa saat ini tempat-tempat wisata makin menjamur, dengan suguhan wisata yang benar-benar menempel diingatan orang yang haus akan sebuah liburan yang fantastis. Salah satu yang menjadi daya tarik seorang wisatawan adalah objek wisata.

Seperti kita ketahui setiap Negara memiliki tempat dan objek wisata yang dapat dikunjungi. Oleh karena itu wisatawan membutuhkan layanan selama dalam perjalanan wisatanya dan pelaku bisnis juga memerlukan media untuk memenuhi kebutuhan bisnisnya. Setiap orang tentu senang bepergian ke tempat yang dianggap menarik atau tempat-tempat yang sanggup memberi kenyamanan, ketenangan, dan kegembiraan tersendiri merupakan tujuan kunjungan seseorang. Para pebisnis yang memiliki keperluan untuk pergi ke tempat yang ingin dituju. Namun, keterbatasannya waktu yang dimiliki wisatawan dan pelaku bisnis sebagian besar, membuat mereka enggan untuk melakukan survey ke tempat yang akan dituju.

Alasan yang disebutkan di atas memunculkan sejenis usaha yang bernama travel atau **travel agent**. Travel merupakan jenis usaha yang bergerak di sektor jasa yang melayani berbagai keperluan pelanggannya yang hendak bepergian ke suatu tempat. Fasilitas yang ditawarkan mulai dari kendaraan, tiket perjalanan, dan fasilitas lain bisa pelanggan dapatkan dengan mudah.

Usaha Tour and Travel termasuk kedalam bidang industri wisata yang menambah Devisa Negara, oleh karena itu layaknya seperti industri-industri yang lain, industri pariwisata juga menghasilkan produk. Produk yang dihasilkan adalah berupa layanan jasa yang diberikan oleh macam-macam perusahaan, sedangkan konsumen dari produk yang dihasilkan tidak lain ialah wisatawan itu sendiri. Banyak sekali jasa-jasa yang dibutuhkan oleh para wisatawan kalau hendak melakukan perjalanan wisata. Seorang akan memerlukan jasa transportasi untuk dapat sampai ke tempat tujuannya, setelah sampai di tempat

tujuan, wisatawan juga memerlukan tempat untuk menginap, makan dan masih banyak lagi jasa-jasa yang dibutuhkan selama berwisata, karena kini telah banyak berdiri perusahaan-perusahaan seperti Tour and Travel yang memberikan pelayanan dan jasa bagi konsumen.

Menurut Yoeti (2000), industri Pariwisata adalah kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa (*goods and services*) yang dibutuhkan para wisatawan pada khususnya dan traveler pada umumnya, selama dalam perjalanannya.

Menurut Gronroos dalam buku *Service management and marketing: customer management in service*, "Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan".

Menurut Lupiyoadi (2001), dimensi kualitas pelayanan jasa tour and travel yaitu :

1. *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan si pemberi jasa.

2. *Reability* atau Keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence) dan sopan santun (courtesy).
5. *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan berupa memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Oleh karena industri pariwisata sebagai suatu industri yang menghasilkan produk berupa jasa, maka kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus dapat memuaskan pelanggan. Pelanggan akan tertarik dan bertahan bila kebutuhan mereka terpenuhi. Pelanggan bukan hanya akan kembali, tetapi juga akan menceritakan kepuasannya kepada orang lain. Kepuasan pelanggan yang mendatangkan laba merupakan tujuan sentral dari pemasaran pariwisata (Kotler, 2002).

Yamit (2001) menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan”. Pengukuran kepuasan wisatawan dapat dilihat bagaimana persepsi mereka dalam melakukan wisata dengan menggunakan pelayanan yang ditawarkan industri pariwisata. Jika pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan maka wisatawan akan merasa senang dan akan kembali lagi untuk membeli produk/jasa tersebut. Terbentuknya kesetiaan atau loyalitas pelanggan adalah harapan bagi setiap perusahaan, karena efeknya yang sangat besar bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Kotler (2001) menyatakan “Rata-rata perusahaan akan kehilangan setengah pelanggannya dalam waktu kurang dari 5 tahun. Namun, perusahaan dengan tingkat kesetiaan terhadap merk yang tinggi akan kehilangan kurang dari 20% pelanggannya dalam 5 tahun.

Perusahaan Tour and Travel yang banyak berdiri ini berlomba-lomba untuk menjadi media terbaik bagi para konsumen, dalam memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi, sehingga menarik banyak wisatawan datang.

Excellent Holidays Tour and Travel Bandung adalah salah satu perusahaan yang membuka layanan bagi wisatawan yang ingin melakukan perjalanan, berwisata, dan juga menyediakan paket liburan (domestic dan luar negeri) yang terletak di kota Bandung.

Excellent Holidays Tour and Travel Bandung memberikan pelayanan dan jasanya kepada wisatawan dan pelaku bisnis seperti:

- Menyusun & menjual paket wisata luar negeri kepada umum atau atas permintaan
- Menyelenggarakan & menjual pelayanan wisata
- Menyusun & menjual paket wisata dalam negeri kepada umum atau atas permintaan
- Menyelenggarakan pemanduan wisata
- Penyediaan fasilitas sewa mobil untuk wisatawan
- Menjual tiket/karcis, sarana angkutan dll
- Mengadakan pemesanan sarana wisata
- Mengurus dokumen2 perjalanan sesuai peraturan.

Selain itu juga menyediakan fasilitas sesuai pemesanan jika ingin traveling. Perusahaan ini bekerjasama dengan berbagai perusahaan lain yang dapat menunjang dan membantu melengkapi tour and travel sehingga dapat berkembang dan maju seperti saat ini.

Oleh sebab itulah penulis yang menimba ilmu pada fakultas bahasa khususnya bahasa Jepang, merasa tertarik untuk mngetahui lebih banyak mengenai ruang lingkup Tour and Travel agent yang semakin menarik fungsi nya

untuk disimak baik. Berdasarkan uraian di atas penulis mengangkat tema “PELAYANAN DAN JASA TRAVEL BAGI WISATAWAN DAN PELAKU BISNIS DI EXCELLENT HOLIDAYS TOUR AND TRAVEL”.

1.2 Pembatasan Masalah

1.2.1 Paket-paket Tour perjalanan yang ditawarkan oleh Excellent Holidays Tour and Travel kepada wisatawan.

1.2.2 Pelayanan dan jasa yang ada di travel Excellent Holidays Tour and Travel.

1.2.3 Sistem pelayanan reservasi tiket di Excellent Holidays Tour and Travel.

1.3 Tujuan

1.3.1 Tujuan Umum

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi Diploma III Bahasa Jepang Fakultas Bahasa Universitas Widyatama.
2. Sebagai pengalaman langsung bagi penulis agar siap menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

1.3.2 Tujuan Khusus.

1. Untuk mengetahui paket-paket yang ditawarkan Excellent Holidays Tour and Travel kepada konsumen.
2. Untuk mengetahui pelayanan dan jasa yang ada di Excellent Holidays Tour and Travel.
3. Untuk mengetahui Bagaimana sistem pelayanan reservasi tiket yang digunakan oleh Excellent Holidays Tour and Travel.

1.4 Metode Peninjauan dan Penyusunan Laporan

Metode atau cara-cara yang dilakukan penulis adalah dengan menggunakan metode deskriptif. Metode yang menggambarkan susunan yang sistematis secara aktual dan cermat. Penulis juga melakukan pengamatan langsung di lapangan, mengumpulkan data dari perusahaan yang bersangkutan, wawancara terbatas dengan pegawai perusahaan, serta pengalaman yang dialami langsung oleh penulis.

1.5 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan praktik kerja lapangan di Excellent Holidays Tour and Travel di Jl.WR Supratman No.3, Bandung Jawa Barat Indonesia. Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan selama 100 jam yang dilaksanakan sejak 14 Maret 2011 sampai 23 April 2011.