

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

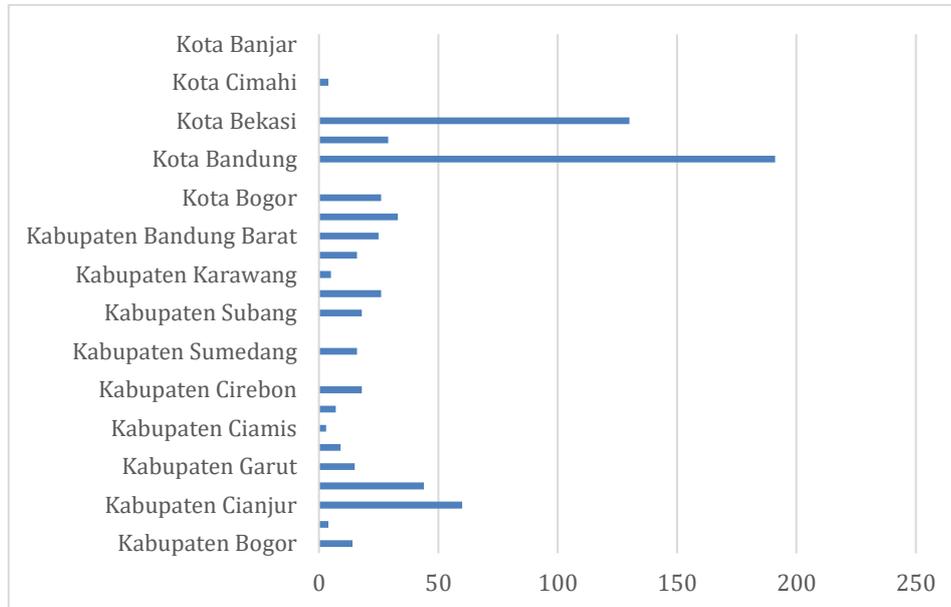
Kegiatan pariwisata cenderung terus bertumbuh seiring dengan peningkatan ekonomi dan kemajuan teknologi. Hal tersebut menghasilkan permintaan baik konsumsi atau investasi yang kemudian memunculkan aktivitas produksi barang dan jasa. Oleh karena itu industri pariwisata menjadi sumber pemasukan utama untuk banyak negara, di mana mampu menghasilkan lapangan kerja baru, serta meningkatkan pemasukan devisa dan infrastruktur di daerah wisata. *World Tourism Organization* (WTO) juga mengungkapkan bahwa pariwisata dapat memberikan dampak positif pada perekonomian dan pembangunan nasional (Kementerian Luar Negeri RI, 2022).

Pariwisata dapat memberikan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan negara, sekaligus menciptakan berbagai usaha dan peluang bisnis yang dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal seperti penyediaan transportasi, akomodasi, *restaurant*, dan kegiatan wisata lainnya. Hal tersebut dijelaskan dalam Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 14 mengenai jenis usaha pariwisata. Dijelaskan lebih lanjut dalam pasal tersebut, salah satu jenis usaha pariwisata adalah biro perjalanan wisata yang selanjutnya disebut BPW. Usaha BPW meliputi usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan/atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata, termasuk penyelenggaraan perjalanan ibadah. Sebuah lembaga BPW harus menyediakan pelayanan penuh kepada seseorang maupun kelompok yang akan melakukan perjalanan (Suwena & Widyatmaja,

2017) dengan menyediakan layanan yang terintegrasi seperti penyediaan tiket pesawat, penginapan, transportasi, makanan, dan fasilitas lainnya yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan mereka (Muljadi & Warman, 2009). Mandasari et al. (2016) dalam jurnalnya mengidentifikasi beberapa aspek penting yang membuat konsumen lebih memilih memakai jasa BPW yaitu adanya jaminan yang jelas, bukti langsung berupa produk yang menarik, hotel maupun BPW yang responsif terhadap permintaan konsumen. Dengan jasa BPW, wisatawan dapat merasa lebih aman dan nyaman tanpa perlu memikirkan detail perjalanan seperti transportasi, penginapan, dan rencana kegiatan sehingga wisatawan bisa fokus menikmati liburan. Dengan demikian, BPW dapat memberikan pengalaman liburan yang lebih baik bagi para pelanggan.

Perkembangan BPW disuatu daerah umumnya dipengaruhi oleh faktor pertumbuhan industri pariwisata di daerah tersebut, kemampuan BPW beradaptasi dengan perubahan tren, dan situasi ekonomi yang berkaitan dengan industri pariwisata. Dilansir dari web opendata.jabarprov.go.id, Disparbud Provinsi Jawa Barat merilis data jumlah BPW di Jawa Barat sesuai dengan kota/kabupaten yang merujuk pada Badan Pusat Statistik.

GAMBAR 1
DATA JUMLAH BIRO PERJALANAN WISATA JAWA BARAT TAHUN 2021



Sumber: (Open Data Jabar, 2021)

Berdasarkan gambar 1, Kota Bandung merupakan kota di Jawa Barat dengan jumlah BPW terbanyak. Kota ini juga merupakan ibu kota provinsi Jawa Barat. Kota Bandung menawarkan beragam jenis atraksi wisata mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata kuliner, wisata budaya dan serta wisata belanja yang sangat diminati wisatawan. Dengan demikian Bandung menjadi kota tujuan wisata yang menarik dan populer. Jumlah penduduk Kota Bandung juga meningkat setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik, 2023) di mana hal ini membuka peluang bisnis bagi perusahaan-perusahaan BPW di Kota Bandung karena akan ada permintaan layanan jasa perjalanan wisata. Hadirnya BPW di Kota Bandung untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan akan layanan perjalanan wisata yang aman, nyaman, dan terpercaya.

Salah satu perusahaan dalam bidang BPW yang tengah berkembang di Kota Bandung adalah Nuartha Tours & Travel. Nuartha Tours & Travel telah ada sejak tahun 2015 dengan memberikan layanan perjalanan berkualitas dari tim internal dan *supplier*, dan melalui kemajuan teknologi yang menawarkan kenyamanan dan kemudahan. Nuartha Tours & Travel menyediakan layanan jasa perjalanan dan pariwisata untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan seperti tur, *outbound*, akomodasi, transportasi, tiket masuk wisata, dan lain-lain dengan memberi kemudahan pencarian serta transaksi dalam pemenuhannya sehingga pelanggan puas dan mendapatkan pengalaman mengesankan. Dengan menjunjung nilai-nilai perusahaan, produk yang ditawarkan meliputi paket wisata (domestik dan internasional), *hotel reservation* (domestik), tiket wisata, sub agen penjualan tiket pesawat (domestik dan internasional), sewa transportasi wisata (*micro bus & bus*), layanan jasa MICE (*meeting, incentives, convention, exhibition*), *outbound activity* (*rafting, paintball, archery battle, camping, berkuda, offroad*), *team building programme* dan *personal & group games* serta penunjang perjalanan wisata lainnya didukung oleh manajemen yang berpengalaman, kreatif dan inovatif sesuai dengan slogannya “*Your Vacation is Our Devotion*”.

Nuartha Tours & Travel mempunyai produk unggulan berupa paket wisata *Dufan Trip, Jogja Trip, dan Bandung Trip* yang pelanggannya didominasi oleh *corporate* yang memesan khusus untuk perusahaan mereka. Selain itu, terdapat juga permintaan mulai dari *private trip, family trip* dan *open trip*.

Dalam mendukung kelancaran kegiatan perjalanan wisata, sebuah perusahaan BPW memerlukan seorang *tour leader* untuk mengatur seluruh kegiatan tur. *Tour leader* adalah karyawan sebuah *tour operator* yang bertugas memimpin kelompok wisatawan dalam *itinerary* (program perjalanan) yang disusun dengan sepengetahuan *tour operator* yang memberi tugas (Yoeti, 2013). *Tour leader* harus memastikan perjalanan sesuai dengan *itinerary* yang ada dan memastikan semua peserta tur senang dan terlayani. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Webster (1993) dan Ap & Wong (2001) dalam (Chang, 2006) bahwa menjaga peserta tetap senang dan memastikan semua layanan diberikan sesuai dengan kontrak adalah tanggung jawab utama dari *tour leader*.

Dari pendapat ahli diatas dapat dikatakan bahwa *tour leader* bertanggung jawab sebagai pengawas dan fasilitator selama perjalanan wisata berlangsung. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada pihak Nuartha Tours & Travel, seluruh *in-house tour leader* diketahui berusia antara 21-23 tahun. Dilihat dari usianya, mereka tergolong generasi yang lahir pada tahun 2000 - 2002 yang disebut sebagai generasi Z. Menurut Bencsik, Csikos, dan Juhez (2016) dalam (Putra, 2016), generasi Z adalah golongan yang dilahirkan antara tahun 1995 hingga 2010. Joseph Coombs (2013) dalam (Komalasari et al., 2022) menemukan bahwa generasi Z identik dengan teknologi tetapi tidak memiliki kemampuan untuk memecahkan masalah, melihat situasi, meletakkan sesuatu dalam konteks, kajian dan kesimpulan.

Berdasarkan hasil rekapitulasi data yang dilakukan Nuartha Tours & Travel melalui formulir *feedback* yang disebarakan pada *open trip* yang

dilaksanakan sejak Juni 2022 sampai Februari 2023, terdapat sekitar 30% keluhan mengenai *tour leader* yang disampaikan oleh peserta selama tur dilaksanakan.

TABEL 1

DAFTAR KELUHAN WISATAWAN MENGENAI *TOUR LEADER* DI NUARTHA TOURS & TRAVEL BANDUNG TAHUN 2023

Waktu	Keluhan
Juni 2022 – Februari 2023	Manajemen waktu yang kurang baik <i>Tour leader</i> tidak komunikatif Performa <i>tour leader</i> kurang Jadwal keberangkatan terlambat, tidak sesuai <i>itinerary</i> <i>Tour leader</i> kaku <i>Tour leader</i> kurang interaktif <i>Tour leader</i> kurang gesit & cekatan

Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan tabel 1, masih ditemukan keluhan wisatawan terhadap *tour leader* Nuartha Tours & Travel. Pada pelaksanaan tur periode Juni 2022 – Februari 2023 terdapat keluhan mengenai *tour leader* khususnya pada *open trip* Dufan yaitu manajemen waktu yang kurang baik, tidak komunikatif kepada peserta tur, dan performa *tour leader* yang kurang. Dilanjut dengan masih terdapatnya keluhan jadwal keberangkatan tidak *on-time* sesuai *itinerary* yang menandakan manajemen waktu yang masih kurang, *tour leader* dinilai kaku, kurang interaktif dengan peserta dan kurang gesit & cekatan.

Berdasarkan data tersebut, penulis melihat masih kurangnya kinerja *tour leader* dalam tur yang dilaksanakan oleh Nuartha Tours & Travel. Memahami sesuatu yang terjadi selama tur dengan wisatawan adalah hal yang sangat penting bagi *tour leader* (Mossberg, 1995). Keberhasilan perjalanan

wisata juga ditentukan oleh seberapa baik *tour leader* berhasil menciptakan suasana menyenangkan yang memenuhi kebutuhan pelanggan (Mill, 2000).

Dalam melakukan tugas sebagai *tour leader* diperlukan keahlian dan kecakapan saat berinteraksi dengan wisatawan yang kemudian disebut sebagai *tour leader performance*. Menurut Huang et al. (2010) terdapat 4 faktor yang harus dikuasai oleh *tour leader/guide* yaitu *professional competence*, *interpersonal skills and organization*, *empathy* dan *problem solving*. Faktor *professional competence* dimaksud pengetahuan tentang budaya tujuan, atraksi wisata, dan gaya hidup warga lokal. Faktor ini juga mengandung item seperti selera humor yang baik, kesadaran akan kebutuhan pelanggan, komentar yang baik, dan keterampilan komunikasi. Faktor kedua, *interpersonal skills and organization* yaitu keterampilan penanganan keluhan wisatawan, dandan dan penampilan, kemampuan bekerja sama dengan orang lain, manajemen waktu, dan keterampilan organisasi. Faktor *empathy* bisa digambarkan sebagai kecenderungan pribadi *tour leader*. Pemandu wisata untuk peduli dengan kebutuhan psikologis wisatawan, memiliki penilaian yang baik, dan menunjukkan hasrat untuk pekerjaan mereka. Faktor terakhir yaitu *problem solving* di mana menunjukkan kemampuan untuk memecahkan masalah dan konflik yang muncul selama tur berlangsung.

Keberhasilan suatu perjalanan bergantung pada *performance* yang diberikan *tour leader* kepada wisatawan. Dalam memenuhi peran sebagai penyedia layanan jasa, penting untuk membedakan produk serta layanan yang ditawarkan oleh pesaing, sehingga perusahaan harus mengetahui dan meningkatkan kinerja *tour leader* selama perjalanan berlangsung. Mossberg

(1995) mengungkapkan bahwa kinerja *tour leader* adalah faktor kunci untuk membedakan sebuah tur dengan kompetitornya. Selain itu, klasifikasi wisatawan terhadap BPW juga dipengaruhi oleh perilaku dan kinerja *tour leader* yang bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan (Kesrul, 2004).

Berdasarkan paparan diatas, apabila keluhan tersebut tidak diperhatikan maka akan berdampak pada perusahaan itu sendiri. Untuk itu penulis tertarik meneliti lebih lanjut masalah ini sebagai bahan penyusunan proyek akhir dengan tujuan untuk memperoleh gambaran sebagai masukan untuk pengembangan dan perbaikan kinerja *tour leader* di Nuartha Tours & Travel dengan judul penelitian “**EVALUASI KINERJA TOUR LEADER DI NUARTHA TOURS & TRAVEL BANDUNG**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor *professional competence* pada *tour leader* di Nuartha Tours & Travel?
2. Bagaimana faktor *interpersonal skills and organization* pada *tour leader* di Nuartha Tours & Travel?
3. Bagaimana faktor *empathy* pada *tour leader* di Nuartha Tours & Travel?
4. Bagaimana faktor *problem solving* pada *tour leader* di Nuartha Tours & Travel?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Untuk memenuhi persyaratan akademik dalam menyelesaikan program Diploma IV di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh gambaran kinerja *tour leader*, sebagai bahan perbaikan dan pengembangan kinerja *tour leader* di Nuartha Tours & Travel.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah acuan dan sumber informasi khususnya terkait *tour leader performance*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini adalah pembelajaran yang dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi penulis tentang *tour leader*

b. Bagi Nuartha Tours & Travel

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi atau masukan kepada pihak Nuartha Tours & Travel untuk meningkatkan kinerja *tour leader*.

c. Bagi Akademisi

Memberikan referensi akademis untuk pengembangan Program Studi Usaha Perjalanan Wisata