

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

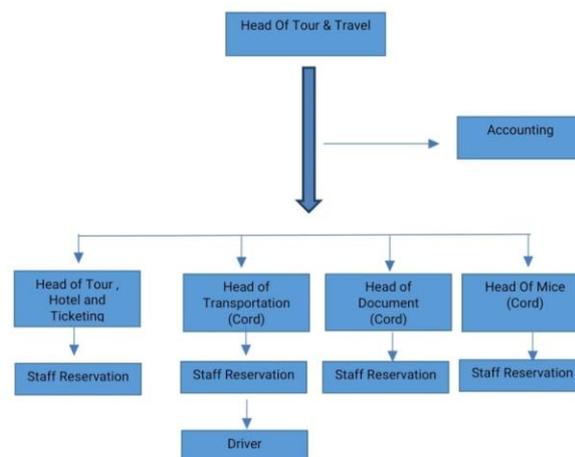
Travel agent merupakan salahsatu jasa usaha untuk membantu wisatawan dalam merancang dan melaksanakan perjalanannya untuk berwisata kesuatu tempat yang diinginkan. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Monaghan (2006) yang menyebutkan bahwa *travel agent* adalah suatu badan usaha yang merupakan perantara dalam penjualan atau pengaturan jasa pariwisata untuk menyelenggarakan kegiatan perjalanan wisata bagi para calon wisatawan.

Pada saat ini, jumlah perusahaan *travel agent* semakin banyak dan tersebar di seluruh Indonesia, menurut artikel yang ditulis oleh Itsnaini (2022) terdapat 85% masyarakat Indonesia menggunakan jasa *travel agent* untuk melakukan perjalanan wisata khususnya perjalanan domestik, selebihnya wisatawan memilih untuk melakukan perjalanan atau mengatur perjalanan wisatanya sendiri tanpa adanya bantuan *travel agent*. Dikarenakan tingginya minat penggunaan jasa *travel agent* tersebut maka timbulnya persaingan antar perusahaan *travel agent* untuk mendapatkan, dan mempertahankan pelanggan atau *customer*, hal ini mengakibatkan suatu perusahaan jasa *travel agent* perlu untuk memahami secara mendalam apa yang dibutuhkan oleh para *customer* sehingga bersedia untuk menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dari suatu perusahaan. Padma Tours atau Padjajaran Mitra merupakan salah satu perusahaan *travel agent* yang ada di Bandung berdiri sejak tahun 2009 yang menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat, pengurusan dokumen

perjalanan, sewa transportasi, hotel, kapal pesiar, dan perjalanan wisata (domestik & internasional) seperti *adventure tour*, *shopping tour*, *ziarah tour*, *study tour*, *reguler tour*.

Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada *owner* dari Padma Tours, beliau menjelaskan bahwa *owner* yang aktif berhubungan langsung dalam berinteraksi dengan *customer* dalam pemesanan ataupun layanan konsultasi baik *via chat* ataupun *face to face*, hal tersebut mengakibatkan layanan dalam membalas pesan *customer* tidak efisien dan tidak berjalan dengan lancar. Selain keterangan dari *owner*, pernyataan tersebut juga didukung oleh pernyataan staf keuangan selaku staf di Padma Tours, beliau menyatakan bahwa yang memahami secara penuh tentang pariwisata hanyalah *owner*, yang menyebabkan semua kendali untuk melayani *customer* hanya kepada *owner* Padma Tours Bandung. Hal tersebut menyebabkan kendala dalam pelayanan membalas pesan *customer* yang dapat menimbulkan komplain dari para *customer* dan masih kekurangan staf yang memiliki kemampuan dibidang pelayanan untuk menghadapi *customer* baik secara langsung maupun tidak langsung. Berikut merupakan struktur organisasi di padma Tours Bandung

GAMBAR 1 STRUKTUR ORGANISASI



Struktur organisasi di atas menjelaskan bahwa terdapat beberapa divisi dalam perusahaan *travel agent* Padma Tours Bandung, yang memiliki divisi, *hotel and ticketing* staf, transportasi, *document*, MICE, dan juga terdapat *driver*. Akan tetapi tidak memiliki staf yang bekerja dibidang *customer service officer* secara khusus. Hal inilah yang menyebabkan *owner* langsung bekerja untuk menangani pelanggan/*customer* dan biasanya dibantu oleh staf lain yang berada dikantor.

Maka dari itu diperlukan untuk mengetahui pelayanan seperti apakah yang diterapkan oleh Padma Tours sehingga dapat mengetahui seperti apakah pelayanan yang diperlukan untuk menanggulangi hal tersebut. Menurut Yunanto, Setiono & Mediawati (2012) Pelayanan prima (*Service excellent*) diartikan sebagai layanan yang sempurna karena memberikan semua kemampuan yang dimiliki diantaranya yaitu sikap, penampilan yang baik serta memberikan kenyamanan dan ketepatan, tidak lupa untuk selalu perhatian dan bertanggung jawab terhadap kepentingan pelanggan. Lalu menurut Barata (2004) menyebutkan bahwa terdapat 6 unsur di dalam pelayanan prima, yaitu Kemampuan (*Ability*), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Appearance*), Perhatian

(*Attention*), Tindakan (*Action*), Tanggung jawab (*Accountability*) dengan melakukan pelayanan yang prima kepada pelanggan atau *customer* akan berdampak positif bagi perusahaan, karena sesuai dengan pernyataan Daryanto (2014) pelayanan yang baik sangat berdampak mengesankan dan mendalam bagi penerima. Pada saat penulis melakukan sesi Tanya jawab mereka memberitahukan bahwa Padma Tours Bandung sudah melakukan pelayanan yang prima kepada para *customer*.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di Padma Tours mengenai pelayanan yang diterapkan, maka penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian serta mengkaji bagaimana penerapan pelayanan prima di Padma Tours Bandung. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis memutuskan untuk mengambil judul penelitian:

“PELAYANAN PRIMA DI PADMA TOURS BANDUNG”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang penelitian ini, maka adapun fokus penelitiannya adalah untuk mengetahui bagaimana *ability, attitude, appearance, attention, action, accountability* para *customer service officer* dalam menerapkan pelayanan prima di padma Tours Bandung.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Penelitian ini dilakukan sebagai persyaratan kelulusan untuk melaksanakan Proyek Akhir di Semester 8 (delapan) jurusan Perjalanan Diploma IV, dari program studi Usaha Perjalanan Wisata (UPW), Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Tujuan operasional dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui penerapan pelayanan prima dalam dimensi *ability* (kemampuan) oleh *customer service officer* di Padma Tours Bandung
- b. Untuk mengetahui penerapan pelayanan prima dalam dimensi *attitude* (sikap) oleh *customer service officer* di Padma Tours Bandung
- c. Untuk mengetahui penerapan pelayanan prima dalam dimensi *appearance* (penampilan) oleh *customer service officer* di Padma Tours Bandung
- d. Untuk mengetahui penerapan pelayanan prima dalam dimensi *attention* (perhatian) oleh *customer service officer* di Padma Tours Bandung

- e. Untuk mengetahui penerapan pelayanan prima dalam dimensi *action* (tindakan) oleh customer service officer di Padma Tours Bandung
- f. Untuk mengetahui penerapan pelayanan prima dalam dimensi *accountability* (tanggung jawab) oleh *customer service officer* di Padma Tours Bandung

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Industri

Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan pelayanan prima di Padma Tours Bandung, serta laporan ini dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan atau memperluas pengetahuan.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai pelayanan prima (*excellent services*) khususnya di dalam industry *tour and travel*.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan ilmu pengetahuan atau wawasan bagi penulis sendiri terkait penerapan *excellent services* bagi industri *travelagent*, serta dapat menambah wawasan penulis untuk membuat kajian sistematis dalam bentuk penelitian karya ilmiah.