

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN DOMESTIK TERHADAP KUALITAS PELAYANAN *TICKETING* PADA PT. INDONESIA AIR ASIA CABANG DENPASAR

Putu Ayu Nugraheni  
I Made Sendra

I GPB. Sasrawan Mananda  
Email : nugraheni\_ayu@ymail.com  
PS. S1 Industri Perjalanan Wisata  
Fakultas Pariwisata UNUD

### **ABSTRACT**

*Tourists are given to choose many airlines which have their excellence. Tourist want to choose the cheaper price, but on the other hand they also want to have convenience on their travelling. Therefore, the competition among low cost carrier airlines caused many airlines begin to increase their facilities for their passangers such as, PT. Indonesia Air Asia.*

*Datas in this research were collected by observation, interview, questionnaire and literature. Using accidental sampling with 65 domestic tourist respondences. While quality service dimentions are using tangibles, empathy, responsiveness, reliability and assurance.*

*The result shows that factor of ticketing staffs performance in handling complaint is major priority with correspond to level 51,06% , the ability of ticketing staffs to give response to tourist needs become the second priority with correspond to level 54,38%. And the third priority is ability of ticketing staffs to give clear information with correspond to level 55,47%. Those factors have the lowest correspond level and have to take into priority for improvement process. While the factor which has the highest rate is the grooming performance of ticketing staffs with correspond to level 98,16%.*

**Keywords:** *Service Quality and Satisfaction of Travelers.*

### **PENDAHULUAN**

Dalam dunia pariwisata saat ini transportasi udara adalah suatu andalan karena kecepatannya, efisiensinya dan jangkauan tujuannya yang luas. Saat ini kebutuhan para konsumen dalam menggunakan jasa transportasi udara semakin meningkat dikarenakan semakin berkembangnya sektor industri penerbangan. Wisatawan dihadapkan pada banyak pilihan maskapai penerbangan yang mempunyai keunggulan masing-masing.

Persaingan antara maskapai penerbangan berbiaya tinggi dengan penerbangan *low cost carrier* semakin ketat. *Low cost carrier* (LCC) merupakan penerbangan berbiaya rendah, dimana harga tiketnya dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Beberapa orang tentu berfikir bahwa

penerbangan berbiaya rendah tidak menjamin kualitas pelayanan yang baik.

Hasil wawancara dengan salah satu *staff ticketing* Air Asia menerangkan bahwa ada beberapa keluhan dari wisatawan domestik terhadap pelayanan yang diberikan oleh *ticketing*, diantaranya lamban dalam menangani *complaint* dan kurang tanggap terhadap apa yang diinginkan wisatawan. Selain itu wisatawan mengeluh karena *staff ticketing* kurang ramah dalam melayani wisatawan pada saat reservasi tiket.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Kotler dalam Rangkuti (2003:23) menjelaskan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi

atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

Menurut Zulian Yamit (2005:78) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Dalam konsep kepuasan konsumen, adapun elemen yang mempengaruhi yaitu:

1. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk.
2. Harapan adalah pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk.
3. Derajat kepentingan adalah perasaan wisatawan terhadap derajat kepentingan setiap karakteristik kualitas pelayanan.

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan suatu perjalanan wisata meninggalkan tempat asalnya dengan jangka waktu sekurang-kurangnya 24 jam. (Suwanto, 1997:4). Damardjati (2001:42) mendefinisikan wisatawan domestik yaitu wisatawan dalam negeri yang menyelenggarakan perjalanannya ke tempat-tempat tujuan wisata yang semuanya masih berada dalam batas-batas wilayahnya sendiri.

Kualitas jasa atau kualitas pelayanan yang mendefinisikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Tjiptono, 2005 : 110). Kotler dalam Majid (2009:46), menyatakan terdapat lima kriteria penentu kualitas jasa, yaitu:

1. *Tangible* (keandalan), yaitu berupa fasilitas dan perlengkapan karyawan.
2. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian kepada pelanggan dan memahami apa yang diinginkan pelanggan.
3. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

4. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu kemampuan perusahaan untuk menangani pelanggan dengan baik.
5. *Assurance* (keyakinan/jaminan), yaitu sikap sopan terhadap pelanggan dalam memberikan pelayanan serta dapat dipercaya agar pelanggan bebas dari resiko.

*Ticketing* yang dimaksud disini adalah penjualan tiket kepada calon wisatawan dan kemudian tiket tersebut diproses dan diberikan kepada wisatawan sebagai dokumen perjalanan. (Kamus Oxford, 2009:1604)

## METODE PENELITIAN

Sampel pada penelitian ini dapat ditentukan dengan cara mengalikan 5 dengan jumlah pertanyaan (indikator) dalam kuisioner. Dalam kuisioner penelitian ini terdapat 13 indikator, sehingga jumlah responden yang didapat yaitu sebanyak 65 responden, yang diperoleh dari mengalikan 5 variabel dengan 13 indikator. Responden didapatkan dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pada ciri atau sifat yang dipandang mempunyai sangkut paut atau kriteria. Untuk menganalisis tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan pada PT. Indonesia Air asia cabang Denpasar menggunakan pengukuran skala likert. Jawaban atas pertanyaan yang diberikan, mempunyai skor tertinggi lima (5) dan nilai terendah satu (1).

Dalam analisis yang menyangkut 13 faktor pelayanan pada Air Asia Denpasar ini, terdapat dua buah variabel yang diwakili oleh huruf X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang memberikan kepuasan pada wisatawan, sedangkan huruf Y merupakan tingkat kepentingan wisatawan. Dari perbandingan kedua variabel ini dapat diperoleh tingkat kesesuaian responden.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian dengan 65 responden, di dapat rata-rata penilaian kinerja dan penilaian kepentingan serta tingkat kesesuaian, seperti pada tabel dibawah ini.

Tabulasi Rata-rata Penilaian Kinerja dan Penilaian Kepentingan Serta Tingkat Kesesuaian Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Wisatawan Domestik di PT.Indonesia AirAsia

No	Faktor	Faktor Skor Penilaian Kinerja	Skor Penilaian Kepentingan	$\bar{X}$	$\bar{Y}$	Tk. Kesesuaian %
1	Kebersihan dan kerapihan <i>Ticketing Office</i>	259	283	3,98	4,35	91,52
2	Penataan ruangan	203	213	3,12	3,28	95,30
3	Penampilan <i>staff ticketing</i>	267	272	4,10	4,18	98,16
4	Kemampuan <i>staff ticketing</i> dalam penguasaan produk perusahaan	198	280	3,05	4,30	70,71
5	Efisiensi waktu ketepatan pada saat <i>reservasi</i>	206	278	3,17	4,28	74,10
6	Kemampuan <i>staff ticketing</i> cepat tanggap terhadap kebutuhan wisatawan	143	263	2,2	4,05	54,38
7	Kemampuan <i>staff ticketing</i> dalam menangani keluhan wisatawan	144	282	2,21	4,34	51,06
8	Inisiatif <i>staff ticketing</i> dalam memberikan bantuan kepada wisatawan	206	266	3,17	4,09	77,44
9	Keramahtamahan <i>staff ticketing</i> dalam memberikan pelayanan	209	278	3,21	4,28	75,18
10	Kejujuran <i>staff ticketing</i> dalam melakukan transaksi pembayaran	254	312	3,91	4,80	81,41
11	Kemampuan <i>staff</i> dalam memberikan informasi secara jelas atau tidak ragu-ragu	152	274	2,34	4,21	55,47
12	Memberikan perhatian secara individual kepada wisatawan	246	268	3,78	4,12	91,80
13	Bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan <i>customer</i>	250	297	3,84	4,57	84,17
	Rata-rata	210,5	274,3	3,23	4,22	76,98

Perhitungan rata-rata dari rata-rata tingkat kinerja seluruh faktor yang

mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT. Indonesia Airasia Cabang Denpasar adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n i\bar{X}}{K}$$

$$\bar{X} = \frac{3,98 + 3,12 + 4,10 + 3,05 + 3,17 + 2,2 + 2,21 + 3,17 + 3,21 + 3,91 + 2,34 + 3,78 + 3,84}{13}$$

$$= 3,23$$

Perhitungan rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan seluruh faktor yang

mempengaruhi kepuasan wisatawan pada PT. Indonesia Airasia Cabang Denpasar adalah :

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n i\bar{Y}}{K}$$

$$\bar{Y} = \frac{4,35 + 3,28 + 4,18 + 4,30 + 4,28 + 4,05 + 4,34 + 4,09 + 4,28 + 4,80 + 4,21 + 4,12 + 4,57}{13}$$

$$= 4,21$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas dapat menentukan garis yang berpotongan tegak lurus, yang pada akhirnya membagi diagram kartesius menjadi empat bagian. Selanjutnya faktor dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dimasukkan ke dalam diagram Kartesius. Adapun interpretasi dari diagram kartesius dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kaudran A

Faktor yang menempati kuadran ini merupakan faktor-faktor yang dirasa penting dan merupakan prioritas utama oleh wisatawan namun perusahaan belum melaksanakan dengan baik sehingga

faktor yang berada pada kuadran ini adalah, kemampuan *staff ticketing* dalam penguasaan produk perusahaan (faktor 4), efisiensi waktu dan ketepatan pada saat *reservasi* (faktor 5), kemampuan *staff ticketing* dalam menangani keluhan wisatawan (faktor 7), keramahtamahan *staff ticketing* dalam memberikan pelayanan (faktor 9), dan kemampuan *staff* dalam memberikan informasi secara jelas atau tidak ragu-ragu (faktor 11).

2. Kaudran B

Wisatawan merasa bahwa faktor-faktor yang berada pada posisi ini sangat penting dan pelaksanaannya sudah dilakukan

perusahaan perlu mempertahankan prestasi. Adapun faktor-faktor yang berada pada kuadran ini antara lain, kebersihan dan kerapihan *Ticketing Office* (faktor 1), kejujuran *staff ticketing* dalam melakukan transaksi pembayaran (faktor 10) bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan *customer* (faktor 13).

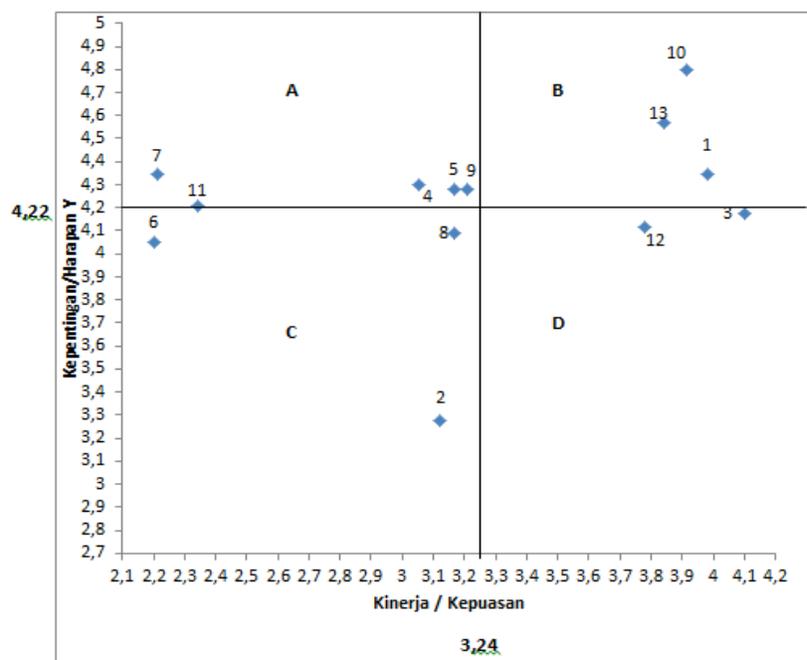
3. Kuadran C

Kuadran ini merupakan prioritas rendah, dimana atribut-atribut produk kurang berpengaruh bagi konsumen. Faktor yang berada pada posisi ini yaitu, penataan ruangan (faktor 2), kemampuan *staff ticketing* cepat tanggap terhadap kebutuhan wisatawan (faktor 6) dan inisiatif *staff ticketing* dalam memberikan bantuan kepada wisatawan (faktor 8).

4. Kuadran D

Posisi ini menunjukkan atribut-atribut produk tidak dianggap penting bagi konsumen, namun perusahaan melaksanakannya dengan baik sehingga dianggap berlebihan bagi konsumen. Faktor yang terdapat dalam kuadran ini menunjukkan bahwa wisatawan menilai faktor ini kurang penting namun dalam pelaksanaannya sangat memuaskan sehingga wisatawan menganggap ini berlebihan. Adapun faktor-faktor yang berada pada kuadran ini antara lain, penampilan *staff ticketing* (faktor 3) dan memberikan perhatian secara individual kepada wisatawan (faktor 12).

Diagram Kartesius Mengenai Kepuasan Wisatawan  
Domestik pada PT.Indonesia Air Asia



SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, dalam kaitannya mengenai tingkat kepuasan wisatawan domestik terhadap kualitas pelayanan ticketing pada PT. AirAsia Cabang Denpasar dengan menggunakan analisis tingkat kepentingan kinerja, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1 Dimensi kualitas pelayanan yang

karena pelaksanaannya dilakukan dengan baik yaitu, *tangibles*, *reliability* dan *empathy*. Dimensi *tangibles* meliputi faktor, (1) penampilan *staff ticketing* dengan tingkat kesesuaian 98,16%, (2) penataan ruang dengan tingkat kesesuaian 95,30%, dan (3) kebersihan dan kerapihan *ticketing office* dengan tingkat kesesuaian 91,52%. *Reliability* meliputi faktor (1) efisiensi waktu dan ketepatan pada saat

- 74,10% dan (2) kemampuan staff ticketing dalam penguasaan produk perusahaan dengan tingkat kesesuaian 70,71%.
2. Faktor dari dimensi kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kesesuaian paling kecil, merupakan faktor dengan prioritas utama, artinya faktor tersebut perlu mendapatkan pembenahan dalam pelaksanaannya agar wisatawan merasa puas. Beberapa faktor tersebut adalah, (1) kemampuan staff ticketing dalam menangani keluhan wisatawan dengan tingkat kesesuaian 51,06%, (2) kemampuan staff ticketing cepat tanggap terhadap kebutuhan wisatawan dengan tingkat kesesuaian 54,38% dan kemampuan staff ticketing dalam memberikan informasi secara jelas atau tidak ragu-ragu dengan tingkat kesesuaian 55,47%.

#### Saran

Berdasarkan kesimpulan disampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh manajemen PT. Indonesia Air Asia Cabang Denpasar antara lain :

1. *Staff ticketing* dalam menangani keluhan wisatawan agar lebih ditingkatkan karena *staff* kurang memperhatikan atau beranggapan keluhan dari wisatawan kurang penting. Selain itu *staff ticketing* diharapkan memberikan informasi dengan alasan yang jelas atau tidak ragu-ragu apabila terjadi *cancel flight* agar wisatawan dapat mengerti dengan jelas dan memakluminya.
2. Kemampuan staff ticketing cepat tanggap terhadap kebutuhan wisatawan agar ditingkatkan, dengan demikian wisatawan akan merasa puas karena para staff telah memahami dan tanggap terhadap apa yang wisatawan inginkan.
3. PT. Indonesia Air Asia disarankan untuk mempertahankan pelaksanaan yang telah dirasa puas oleh wisatawan seperti yang terdapat pada dimensi kualitas pelayanan yaitu, *tangibles*, *reliability*, dan *empathy*. Diharapkan juga bagi perusahaan menyediakan *guest comment* pada halaman web air asia, dengan adanya *guest comment* perusahaan dapat mengetahui apa saja keluhan dari wisatawan dan perusahaan dapat dengan cepat memperbaiki kesalahan dan mengerti ana

#### DAFTAR PUSTAKA

- Harr, Lily. 2008. *Service Dimensions Of Service Quality Impacting Customer Satisfaction Of Fine Dining Restaurants In Singapore*. Las Vegas: University of Nevada.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Jakarta: Ekonisia.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Malang: Bayumedia.
- Majid, Suharto Abdul. 2009. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.