

KINERJA KARYAWAN DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA CV. CAN TOUR & TRAVEL

Rr. Bathari Nindita K.
Ni Putu Eka Mahadewi
Luh Gede Leli Kusuma Dewi
Email : nindita0206@gmail.com
PS. S1 Industri Perjalanan Wisata
Fakultas Pariwisata UNUD

ABSTRACT

CAN Tour & Travel is the new agent company so it's need to find the satisfaction customer of quality service in this company. This paper will give input to improve company towards better. CAN Tour & Travel realize the tourist desire to provided services. Technique of determining the sample used in this research is the accidental sampling of 75 respondents. Data analysis techniques in this research used the analysis of quantitative and qualitative data analysis.

Based on the research results have produced an average performance appraisal CAN Tour & Travel of 3.28 which means that the performance of CAN Tour & Travel is in excellent condition. And also generated an average rating of 3.51 valuation interest which means very important. There are various factors contained in determining tourist satisfaction is that the cleanliness and tidiness of employees, completeness and readiness of facilities, employee performance, employee's ability to communicate and provide information very well, timely and responsive to the needs and guest complaints, and build a good relationship with tourists itself.

Discussion of the result obtained in this research that many performance factors that must be maintained and be prioritywith which should be further improved. It can be seen from the tourist's perception of low performance with great interest.Result in this research can be recommended the CAN Tour & Travel giving great concern to employees in serving tourist.

Keywords: Performance, Interest, Satisfaction.

PENDAHULUAN

Biro Perjalanan Wisata adalah sarana yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan untuk memudahkan dalam melakukan perjalanan wisata. Biro perjalanan wisata (BPW) menawarkan beberapa penawaran/paket wisata menarik, unik dan kreatif untuk para wisatawan, supaya wisatawan bisa lebih menikmati kunjungan wisatanya dan tanpa harus repot memikirkan penginapan, transportasi dan sebagainya. Saat ini biro perjalanan wisata yang ada di Bali terus bertambah dan menjamur melihat terus meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan yang datang khususnya ke Bali. Hal ini menjadi peluang bagi biro perjalanan wisata

untuk memperkenalkan perusahaannya dan meningkatkan penjualannya.

Banyaknya biro perjalanan wisata yang ada mengakibatkan meningkatnya persaingan yang ada. Setiap biro perjalanan wisata harus memberikan pelayanan yang terbaik, rute yang beragam, dan juga ciri khas untuk memberikan kepuasan bagi wisatawan agar mampu bersaing dengan biro perjalanan wisata lainnya.

CAN Tour & Travel merupakan perusahaan yang bergerak di bidang biro perjalanan wisata yang berkantor pusat di Surabaya. *CAN Tour & Travel* didirikan pada tahun 2009 oleh Avysta Anhwilla Putra. Saat ini *CAN Tour & Travel* mempunyai 2 cabang

di Bali dan Lombok. *CAN Tour & Travel* cabang Bali mempunyai karyawan sebanyak 11 orang. Perusahaan ini berfokus pada pangsa pasar Asia. Meskipun perusahaan ini masih terbilang muda, namun dalam proses perjalanannya, wisatawan yang menggunakan pelayanan jasa dari perusahaan ini terus meningkat setiap tahunnya.

Hal ini menjadi salah satu faktor mengapa penelitian ini dibuat, supaya perusahaan mengetahui faktor apa yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kinerja karyawan dan kepentingan wisatawan terhadap kualitas pelayanan jasa CV. *CAN Tour & Travel*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pada penelitian ini juga melihat pada beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Yasir Syafiq, Imran Syafiq (2012 :57) dengan tujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan hotel melalui kepuasan wisatawan. Penelitian ini menggunakan kuisioner kepada 100 responden dengan teknik *population sampling*, hasil rata – rata terendah adalah *tangible* (2,23 – 3,12) yang artinya perusahaan harus lebih memperhatikan perlengkapan dan dekorasi, kerapian dan kebersihan pekerja, dan melakukan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi yang lebih bersahabat. Persamaan penelitian yang dilakukan sekarang dengan penelitian sebelumnya adalah kedua penelitian menganalisis mengenai tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan jasa, dan perbedaannya adalah pada penelitian ini hasil indikator tingkat kesesuaian terendah jatuh pada variabel *responsiveness* yaitu karyawan harus lebih peka terhadap kebutuhan tamu, sedangkan penelitian sebelumnya indikator terendah adalah variabel *tangible* yaitu perusahaan harus memperhatikan penampilan yang dilihat oleh wisatawan.

Menurut Gibson (dalam Trisnaningih, 2007) mengatakan bahwa kinerja karyawan adalah tolak ukur untuk menentukan perbandingan hasil pelaksanaan tugas dan tanggung jawab yang diberikan pada periode tertentu dan dapat digunakan untuk mengukur prestasi kerja atau kinerja perusahaan.

Kotler (2002) menyatakan kepuasan wisatawan adalah perasaan kesenangan atau kekecewaan yang timbul berdasarkan hasil perbandingan dari kenyataan dengan harapan wisatawan atas produk tersebut. Atau respon wisatawan terhadap ketidaksamaan antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja karyawan yang diberikan pada saat pemakaian.

Supranto (2011 : 228) menyatakan kualitas adalah sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Hubungan personal sangat penting untuk menentukan kualitas pelayanan jasa. Pelayanan yang unggul sangat diperlukan dalam perusahaan seperti sikap atau tata cara karyawan memberikan kepuasan bagi konsumen melalui pelayanan yang diberikan.

Menurut Philip Kotler (2002) ada beberapa kriteria yang digunakan konsumen untuk memberikan penilaian tentang kualitas pelayanan jasa dalam suatu perusahaan, yaitu :

1. *Tangible* : fasilitas perusahaan, kebersihan, kerapian dan penampilan karyawan.
2. *Empathy* : kesediaan karyawan untuk lebih peduli memberikan perhatian kepada pelanggan, kemudahan komunikasi dan pemahaman akan keperluan pelanggan.
3. *Realibility* : kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, terpecaja dan konsisten.
4. *Responsiveness* : kemampuan karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dalam mengatasi keluhan.
5. *Assurance* : keramahan dan keterampilan karyawan untuk menimbulkan keyakinan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di kantor *CAN Tour & Travel* tepatnya di Jl. Tukad Buaji, Renon – Denpasar, Bali. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari informan pangkal berdasarkan wawancara dengan pihak CV. *CAN Tour & Travel* dan responden yaitu wisatawan pengguna jasa CV. *CAN Tour & Travel*. Data sekunder didapatkan melalui observasi dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara, kuesioner serta studi kepustakaan. Teknik penentuan sampel dengan *accidental sampling* yaitu ditentukan secara acak. Jumlah responden sebanyak 75 orang.

Hasil kuesioner merupakan data kualitatif yang diberikan skor. Penilaian skor dilakukan dengan skala likert. Penelitian ini memiliki dua variabel yang diwakilkan dengan huruf X dan Y, dimana X adalah tingkat kinerja karyawan yang dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan sedangkan Y adalah tingkat kepentingan wisatawan.

Hasil analisis akan dipadukan dengan menggunakan diagram kartesius, dimana X adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepuasan wisatawan seluruh faktor, dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan karyawan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan.

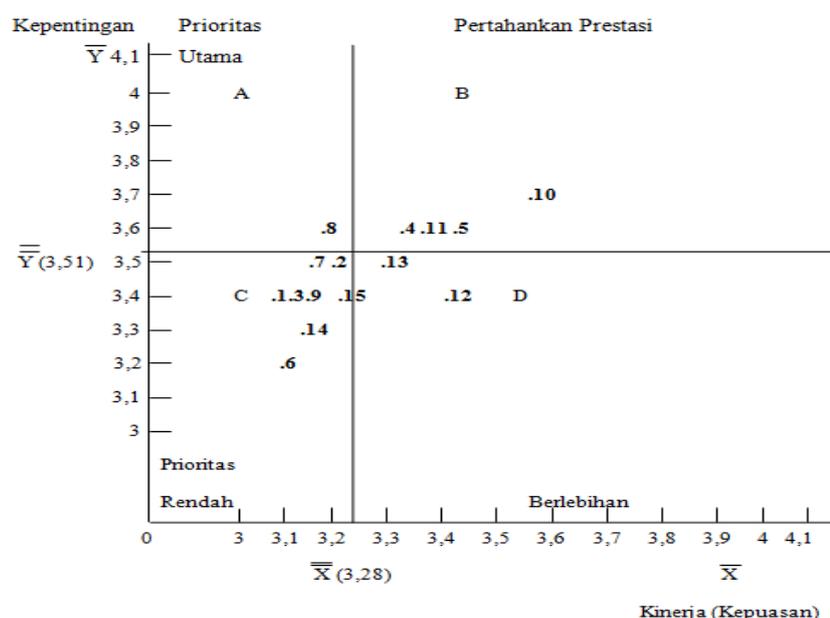
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden, menunjukkan bahwa usia wisatawan yang paling banyak menggunakan jasa *CAN Tour & Travel* adalah usia 20-30 tahun sebanyak 47 orang (62,66%). Berdasarkan jenis kelamin wisatawan lebih banyak pria sebanyak 38 orang (50,66%), berdasarkan jenis pekerjaan wisatawan paling banyak adalah sebagai pegawai swasta sebanyak 22 orang (29,33%), berdasarkan daerah asal wisatawan yang paling banyak berasal dari Indonesia Barat sebanyak 64 orang (85,33%).

Penilaian tingkat kinerja karyawan mendapatkan rata – rata skor 3,28 yang berarti sangat baik dan kepentingan wisatawan memperoleh rata – rata 3,51 yang berarti sangat penting. Untuk menentukan faktor yang perlu mendapatkan prioritas dari CV. *CAN Tour & Travel* dalam melakukan pembenahan, dilakukan dengan cara mengukur tingkat kesesuaian. Faktor yang memiliki tingkat kesesuaian terendah adalah faktor yang perlu mendapat prioritas utama yaitu (I) kemampuan dalam menangani kebutuhan tamu dengan Tki sebesar 87,86%. (II) kemampuan untuk cepat tanggap terhadap kebutuhan tamu, Tki sebesar 89,43%. (III) kebersihan dan kerapihan karyawan dengan Tki sebesar 90,66%. Ini adalah 3 faktor yang memiliki Tki (Tingkat Kesesuaian) terendah yang harus menjadi perhatian dan supaya dapat dilakukan pembenahan terhadap pelayanan CV. *CAN Tour & Travel*.

Pada hasil penelitian diketahui rata-rata penilaian faktor kinerja karyawan dan kepentingan wisatawan, selanjutnya perhitungan rata-rata penilaian kinerja dan kepentingan dimasukkan kedalam diagram kartesius untuk mengetahui posisi kinerja karyawan dengan tingkat kepuasan wisatawan yang dapat dilihat pada Diagram 1.

Diagram 1. Diagram Kartesius dari Faktor-Faktor Kinerja Karyawan dan Kepentingan Wisatawan terhadap Kualitas Pelayanan Jasa *CAN Tour & Travel*



Adapun interpretasi dari diagram kartesius pada Diagram 1 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A, Faktor yang dianggap penting, namun tingkat pelaksanaannya masih belum dapat memuaskan. Faktor yang termasuk adalah nomor (8). Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan tamu. Contoh karyawan kurang cepat dalam mengatasi keluhan dan tidak adanya tindak lanjut dari perusahaan.
2. Kuadran B, Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Kinerja perusahaan perlu di pertahankan, karena pada umumnya tingkat perlaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan sehingga wisatawan merasa puas. Faktor tersebut adalah (4), (5), (10), dan (11).
3. Kuadran C, bahwa faktor-faktor masih dianggap kurang penting bagi wisatawan, sedangkan kualitas pelayanannya biasa saja. Faktor-faktor tersebut yaitu nomor (1), (2), (3), (6), (7), (9), (14), dan (15).
4. Kuadran D, faktor-faktor yang berlebihan dalam pelaksanaannya. Dianggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik sekali oleh perusahaan. Faktor tersebut adalah (12) dan (13). Hal ini dianggap tidak terlalu penting dibandingkan aspek – aspek lainnya seperti pada kuadran 1 dan 2. Contoh: hubungan yang dilanjutkan setelah *tour* berakhir, beberapa tamu menganggap hal ini tidak terlalu penting.

Pada Diagram 1 sudah menjelaskan bahwa ada faktor -faktor yang harus dipertahankan perusahaan, belum dapat memuaskan pelanggan, dianggap berlebihan dan juga faktor yang dianggap tidak terlalu penting. Oleh sebab itu perusahaan harus lebih memperhatikan faktor – faktor yang berada pada kuadran A yaitu kemampuan karyawan dalam menangani keluhan tamu dan mempertahankan faktor pada kuadran B yaitu kemampuan karyawan berkomunikasi dengan tamu, memberikan informasi secara jelas, kemampuan penguasaan tempat wisata dan efisiensi waktu. Dari faktor-faktor yang ada, semua faktor termasuk dapat memuaskan wisatawan, namun belum bisa mencapai sangat memuaskan wisatawan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian telah dihasilkan rata-rata penilaian kinerja *CAN Tour & Travel* sebesar 3,28 yang berarti kinerja *CAN Tour & Travel* tergolong sangat baik. Sedangkan rata-rata penilaian kepentingan wisatawan sebesar 3,51 yang berarti sangat penting. Berbagai faktor yang terkandung dalam menentukan kepuasan wisatawan ini yaitu kebersihan dan kerapian karyawan, kelengkapan dan kesiapan fasilitas, penampilan karyawan, kemampuan karyawan dalam berkomunikasi serta memberikan informasi secara jelas, ketepatan waktu dan tanggap terhadap kebutuhan serta keluhan tamu. Faktor – faktor yang menjadi prioritas utama dan harus dilaksanakan sesuai dengan harapan wisatawan adalah kemampuan karyawan dalam menangani keluhan tamu.

Saran

CV. *CAN Tour & Travel* sebaiknya memberikan perhatian kepada wisatawan dan melatih kepekaan para karyawan untuk tanggap serta berinisiatif dalam menghadapi keluhan serta keinginan wisatawan. *CAN Tour & Travel* juga harus memperhatikan para karyawannya dalam hal berpakaian dan penampilannya di depan wisatawan serta mempersiapkan terlebih dahulu segala perlengkapan dan fasilitas pendukung saat menangani wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Prenhalindo, Jakarta
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Syafiq, Yasir. 2012. *Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction*. International Journal Of Management & Organization Studies. Vol2, Pakistan
- Tjiptono, Fandy., and Gregorious Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi ketiga. Andi, Yogyakarta.
- Trisnansih, S. 2007. “*Independensi dan Komitmen Organisasi Sebagai Mediasi Pengaruh Pemahaman Good Governance Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja*”. Simposium Nasional Akuntansi