

KUALITAS PELAYANAN PENJUALAN TIKET PADA PT. BONANZA PEKANBARU HOLIDAY TOUR & TRAVEL

Oleh: Fauziah

Pembimbing I : Siti Sofro Sidiq

Pembimbing II : Mariaty Ibrahim

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Tavel, serta untuk mengetahui mengapa terjadinya pembatalan reservasi tiket pesawat. Dalam kualitas pelayanan ini terdiri dari lima (5) faktor yang akan dilihat faktor apakah yang paling dominan dalam proses kualitas pembelian tiket atau reservasi tiket di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan fakta dengan cara memaparkan suatu keadaan, tidak menjelaskan hubungan, tidak meneliti hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, 1999). Untuk menjawab tujuan dari permasalahan yang diambil oleh penulis dalam melakukan penelitian di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel ini, penulis menggunakan pendekatan analisis kuantitatif.

Batasan masalah dalam hal ini penulis hanya membahas tentang Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang membeli tiket di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel. Diluar dari aspek ini peneliti tidak membahasnya

Identifikasi dari penelitian ini adalah bagaimanakah Kualitas pelayanan penjualan tiket di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel? Dan faktor apakah yang paling dominan menurut konsumen dalam pemberian pelayanan penjualan tiket di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel dengan menggunakan faktor-faktor kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Tangibles, Empahty, Responsiveness, Reability, and Assurance

KUALITAS PELAYANAN PENJUALAN TIKET PADA PT. BONANZA PEKANBARU HOLIDAY TOUR & TRAVEL

By: Fauziah

Conselor I : Rd. Siti Sofro Sidiq

Conselor II : Mariaty Ibrahim

Abstract

The study was conducted to determine the quality of service at PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour and Tavel, and to find out why the cancellation of a reservation ticket. In the service quality is comprised of five (5) factors that will be seen whether the most dominant factor in the quality of ticket purchase or reservation tickets at PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel.

The research method used in this research is descriptive method, which aims to describe the facts presented by the state, does not explain the relationship, did not examine the hypotheses or make predictions (Rakhmat, 1999). To answer the purposes of the issues taken up by the authors in conducting research at PT. Bonanza Holiday Tour & Travel Pekanbaru, the author uses quantitative analysis approaches.

Extent of the problem in this case only the author discusses the Quality of Service provided to customers who purchase tickets at PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel. Apart from this aspect the researchers do not discuss.

Services is one of the most important in marketing or offering services. The existence of good service will make customers feel satisfied and want to return enjoy the services provided by the company. As for the service was organized activities related to the needs of organizations in the consumer and will give rise to a distinct impression (Supriyono, 1999:300).

Identification of the research is how quality of service ticket sales at PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel? And what is the most dominant factor in consumer ticket sales service delivery in PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel by using factors of service quality.

Keywords: Tangibles, Empahty, Responsiveness, Reability, and Assurance

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Pada dewasa ini Indonesia merupakan Negara sedang berkembang. Indonesia berusaha untuk mengikuti segala perkembangan di berbagai bidang, baik bidang ekonomi, sosial, maupun transportasi. Indonesia membutuhkan sarana transportasi baik darat, sungai, laut maupun udara. Pengangkutan udara merupakan sarana perhubungan dengan atau antar daerah terpencil yang tercepat. Dengan demikian, pengangkutan udara mempunyai peran yang penting dan strategis dalam pembangunan nasional karena harus mampu menjadi jembatan penghubung di dalam Negeri.

Perkembangan sektor transportasi di Indonesia saat ini mengalami peningkatan setiap tahunnya, kita bisa melihat di daerah Provinsi Riau saat ini menunjukkan perkembangan yang sangat meningkat, khususnya pada sektor transportasi udara. Hal ini terbukti bahwa di daerah Riau telah banyak perusahaan penerbangan yang berjadwal (*scheduled Flight*) maupun perusahaan penerbangan yang tidak berjadwal (*non scheduled Flight*). Masing-masing perusahaan penerbangan tersebut antara lain : PT. Garuda Indonesia (GA), PT. Lion Airlines, PT. Batavia Airlines, PT. Sriwijaya Airlines, PT. Air Asia dan penerbangan lainnya. Pada umumnya perusahaan penerbangan ini melayani penerbangan Domestik dan sebagian ada juga melayani penerbangan Internasional.

Dengan begitu banyaknya jadwal penerbangan yang ada di Pekanbaru membuat berbagai pihak swasta melihat peluang yang cukup besar untuk mendapatkan keuntungan dari jadwal penerbangan yang ada. Sebagian pihak swasta membuat suatu perusahaan yang berhubungan dengan perjalanan wisata atau yang berkaitan dengan perusahaan penerbangan. Pihak-pihak swasta atau lebih sering dikenal dengan istilah Biro Perjalanan Wisata tersebut bekerjasama dengan perusahaan penerbangan untuk menjual tiket pesawat atau yang lainnya.

Dalam menjual tiket pesawat perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikannya kepada konsumen yang datang karena produk yang dijual oleh PT. Bonanza Pekanbaru Holiday sebagian besar juga berbentuk jasa. Produk atau jasa yang bisa memuaskan konsumen adalah produk atau jasa yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat maksimal. Dalam konteks teori perilaku konsumen, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari prespektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas, Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas dan senang. Menurut Swasta dalam Sugiyono (2004:42). Kepuasan konsumen merupakan suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan.

Kotler (2001:13) menyatakan bahwa, kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) terhadap pembelian tergantung pada kinerja nyata sebuah produk relatif terhadap pembeli. Seorang konsumen dapat saja mengalami berbagai derajat

kepuasan, harapan didasarkan pada pengalaman pembelian masa lalu pelanggan, opini kawan sejawatnya, informasi dan janji pemasar serta pesaing. Konsumen yang sangat puas menghasilkan sejumlah manfaat bagi perusahaan. Dengan naiknya tingkat kepuasan konsumen, akan meningkat pula kecenderungan konsumen untuk kembali membeli produk yang ditawarkan perusahaan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pemasaran Jasa

Industri jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh sangat pesat. Pertumbuhan tersebut selain diakibatkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya jenis jasa baru, sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Dipandang dari konteks globalisasi, pesatnya pertumbuhan bisnis antar Negara ditandai dengan meningkatnya intensitas pemasaran lintas Negara serta terjadinya aliansi berbagai penyedia jasa di dunia. (Ratih, 2005:40).

Angkutan udara atau penerbangan merupakan salah satu jasa yang dibutuhkan masyarakat umumnya dan pemakai jasa khususnya. Kegiatan pemasaran jasa angkutan udara menuntun manajemen perusahaan penerbangan mencapai tujuannya untuk menarik konsumen lebih banyak.

Pemasaran dalam arti lain merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. (Swastha dan Irawan, 2000:7)

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. (Kotler, 1996)

2.2 Reservasi Tiket

Pengertian tiket menurut R. Achmad Basah (1999:25) adalah sebuah bukti perjanjian mengenai jasa angkutan udara. Dan ditinjau dari segi geografis tiket pesawat terbang dibagi kedalam dua jenis, yaitu domestik (dalam negeri) dan tiket Internasional (luar negeri). Menurut Desky (2001:45) Biro Perjalanan Wisata, yang pengertiannya sebagai berikut:

1. Tiket Domestik, adalah sebuah tiket yang dipergunakan seseorang untuk melakukan penerbangan di dalam negeri
2. Tiket Internasional, adalah sebuah tiket yang digunakan untuk melakukan perjalanan keluar negeri/antar Negara.

Sedangkan menurut Oka A. Yoeti (2001:68) adalah formulir berharga yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan penerbangan.

Reservasi pada dasarnya adalah aktivitas pencatatan awal terhadap segala fasilitas yang berkaitan dengan acara perjalanan penerbangan. Untuk mendapatkan kepastian, petugas reservasi hendaknya lebih teliti dalam menanggapi atas setiap pesanan yang masuk. Bagian reservasi tidak boleh menunda-nunda dalam melakukan reservasi tiket, hendaknya petugas reservasi tiket harus mencatat nama pelanggan yang membeli tiket di buku reservasi perusahaan dan kembali menanyakan kepada pelanggan atau konsumen tentang status tiketnya.

2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam rangka melaksanakan fungsi dan tugas menawarkan produk jasa tiket kepada calon penumpang perusahaan harus memberikan pelayanan yang maksimal dan lebih agresif agar calon konsumen lebih tertarik dan percaya atas produk yang ditawarkan. Tuntutan dan kebutuhan konsumen sebagai pengguna jasa terhadap eksistensi perusahaan sudah menunjukkan perubahan ke arah peningkatan kualitas pelayanan konsumen.

Pelayanan merupakan salah satu yang terpenting dalam memasarkan atau menawarkan jasa. Adanya pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa puas dan ingin kembali menikmati pelayanan jasa yang diberikan perusahaan. Adapun yang dimaksud dengan pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi dalam menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri (Supriyono, 1999:300).

Pelayanan jasa yang baik dapat diberikan oleh sebuah perusahaan memiliki beberapa kriteria sebagai berikut :

- a. *Tangible* (Tampilan fisik pemberian pelayanan)
Faktor yang mencakup antara lain, fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan karyawan dan sarana komunikasi. Penampilan, kemampuan, dan prasarana fisik PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel harus dapat ditingkatkan karena hal tersebut merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang datang ke PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel.
- b. *Empathy*
Dalam hal ini menjelaskan bahwa suatu perusahaan memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan pelanggannya. Dimensi ini menjelaskan bahwa organisasi memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada konsumen dan berupaya untuk memahami keinginannya.
- c. *Responsiveness* (daya tanggap, kesediaan dan kesiapan pemberian pelayanan)

Dalam hal ini terlihat dari kebijakan perusahaan yang dimaksud untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap kepada pelanggannya. Faktor ini terlihat dari kebijakan manajemen yang

dimaksudkan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap kepada konsumen. Dalam hal ini sangat berkaitan dengan kemampuan dan profesionalisme karyawan PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel untuk lebih mengutamakan pemberian pelayanan yang prima kepada konsumen.

- d. *Reability* (kemampuan dalam pemberian pelayanan)
Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, tepat waktu dan tidak membedakan pelanggan. Dalam hal ini PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel kemampuan yang diberikan harus sesuai dengan harapan konsumen yang berkaitan tepat waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen dan tanpa kesalahan.
- e. *Assurance* (Kepastian dan jaminan)
Pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Menurut Parasuraman, V.A. Zeithaml dan L.L. Berry (dalam Tjitono 2002:184)

3. Permasalahan Penelitian

Dalam penelitian ini yang dijadikan permasalahan adalah penyebab pembatalan reservasi tiket pesawat yang dilakukan oleh konsumen kepada PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang bekerja di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel.

4. Tujuan Peneliti

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pembelian tiket di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel.
- b. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi pelayanan penjualan tiket di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel.

B. Metoda Penelitian

- a. Teknik Pengumpulan Data
 1. Wawancara atau interview, yaitu tanya jawab secara langsung mengenai permasalahan yang diteliti, adapun yang di wawancara atau di interview oleh penulis dalam penelitian ini adalah :
 - a) Pimpinan dari PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel dilakukan di Kantor pada saat jam kerja, adapun data-data yang akan ditanyakan dalam wawancara ini yaitu berkaitan dengan sejarah perusahaan, dan pengambilan data lainnya yang berkaitan dengan penelitian penulis.
 - b) Karyawan yang bekerja di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel pada saat jam kerja dan data-data yang ditanyakan kepada karyawan tersebut adalah data-data yang berkaitan dengan perusahaan dan kualitas pelayanan serta data lainnya yang mendukung penelitian penulis.

2. Observasi, yaitu proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), objek (benda), ataupun kegiatan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis dengan mendatangi tempat atau lokasi penelitian yaitu di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel.
3. Kuesioner atau angket, yaitu pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, ditujukan kepada konsumen atau pelanggan yang telah menikmati pelayanan atau membeli tiket pesawat di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel (Sopiah, 2010:151-152).

b. Analisis Data

Untuk menjawab tujuan dari permasalahan yang diambil oleh penulis dalam melakukan penelitian di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel ini, penulis menggunakan pendekatan analisis kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan secara kronologis setelah semua data dikumpulkan dan biasanya diolah dan dianalisis secara komputerisasi, dimana metode kualitatif hanya mengemukakan data yang masuk dengan cara di kelompokkan dalam bentuk tabel, kemudian diberikan penjelasan sesuai dengan metode deskriptif. Data dalam penelitian kualitatif terdiri atas deskripsi tentang fenomena (situasi, kegiatan, dan peristiwa) baik berupa kata-kata, angka, maupun yang hanya bisa dirasakan (Sopiah dkk, 2010:198-199). Penulis menggunakan pendekatan ini karena pengukuran terhadap peristiwa dan fakta lebih akurat dan keyakinan yang lebih tinggi serta terukur.

C. Hasil dan Pembahasan

A. Kualitas Pelayanan

a. Tangibles

Tabel IV.1
Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Faktor Tangibles

No	Indikator	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	TB	STB	
1	Kondisi bangunan	100	152	78	4	0	334
2	Pedinggin ruangan	0	116	132	26	0	274
3	Areal parker	0	60	150	42	0	252
4	Ruang tunggu	0	124	135	20	0	279
5	Penampilan karyawan	30	180	105	0	0	315
Rata-rata		130	632	600	92	0	1454
Persentase		8.94	43.47	41.27	6.33	100.00	100
Kategori							Cukup Baik

Sumber: *Data primer yang diolah, 2012*

Dari hasil tabel IV.1 dapat di lihat bahwa jawaban terbanyak dari indikator tangibles (bukti langsung kualitas pelayanan) yang diberikan oleh responden atau konsemen PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel adalah cukup baik,

penilaian yang diberikan oleh responden mengatakan bahwa PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel memberi jawaban baik karena telah melakukan tugasnya sebagai penyedia jasa dengan baik dengan memberikan kualitas pelayanan secara bukti langsung (tangibles) berupa fasilitas-fasilitas sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh responden.

Pada tabel IV.1 diatas jumlah skor keseluruhan tanggapan responden terhadap faktor tangibles yaitu berjumlah 1.454, pada perhitungan pengukuran interval pada bab III bahwa jumlah faktor tangibles termasuk pada kategori Cukup Baik, karena jumlah skor faktor tangibles berjumlah 1.454 terletak antara 1.116 - 1.460.

b. Empahaty

Tabel IV.2
Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Emphaty

No	Indikator	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	TB	STB	
1	Respon terhadap pelanggan	90	152	90	0	0	332
2	Perhatian kepada pelanggan	65	152	105	0	0	322
3	Memberi informasi	100	128	102	0	0	330
4	Mendengar keluhan pelanggan	35	120	141	4	0	300
5	Mampu menahan emosi	70	148	105	0	0	323
Rata-rata		360	700	543	4	0	1607
Persentase		22.4	43.6	33.8	0.2	0.0	100.0
Kategori						Baik	

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Dari hasil penyebaran kuisisioner dan pengolahan data dari jawaban responden di dapatkan bahwa kualitas penjualan tiket di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel dalam indikator Emphaty (pemahaman terhadap konsumen) adalah baik. penilaian ini diberikan oleh responden yang menyakini dan merasakan bahwa perusahaan telah berusaha memahami keinginan dari konsumennya dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dalam menyelesaikan reservasi tiket atau hal-hal lainnya.

Pada tabel IV.17 diatas jumlah skor keseluruhan tanggapan responden terhadap faktor Emphaty yaitu berjumlah 1.607, pada perhitungan pengukuran interval pada bab III bahwa jumlah faktor Emphaty termasuk pada kategori Baik, karena jumlah skor faktor Emphaty berjumlah 1.607 terletak antara 1.461 – 1.805.

c. Reliability

Tabel IV.3
Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Reliability

No	Indikator	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	TB	STB	
1	Menyelesaikan masalah	30	128	144	0	0	302
2	Memberikan pelayanan yang dijanjikan	35	160	117		0	312
3	Sikap karyawan kepada konsumen	55	156	108	0	0	319
4	Kemudahan prosedur reservasi	55	136	120	2	0	313
Rata-rata		175	580	489	2	0	1246
Persentase		14.0	46.5	39.2	0.2	0.0	100.0

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Dari tabel IV.22 dapat dilihat bahwa jawaban dari responden mengenai kualitas pelayanan mengenai indikator reliability adalah baik, hal ini terlihat dari jumlah jawaban dari responden baik, menurut jawaban dari responden mengatakan bahwa PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel telah berusaha mengatasi permasalahan yang ada seperti mempermudah prosedur tiketing dan hal-hal lain yang berkaitan dengan indikator reliability. Selanjutnya jawaban terbanyak yang kedua yaitu cukup baik, karena menurut responden bahwa PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel masih cukup baik atau masih ada kekurangan dalam pelayanannya, seperti prosedur pembookingan tiket atau merealisasikan janji-janji perusahaan terhadap konsumennya yang masih dianggap kurang tepat, dan seperti pengantaran tiket yang tidak tepat pada waktu yang telah di janjikan.

Pada tabel IV.3 diatas jumlah skor keseluruhan tanggapan responden terhadap faktor reliability yaitu berjumlah 1.246, pada perhitungan pengukuran interval pada bab III bahwa jumlah faktor Reliability termasuk pada kategori Baik, karena jumlah skor faktor reliability berjumlah 1.246 terletak antara 1.168,6 – 1.443,8.

d. Responsiveness

Tabel 4.4
Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Responsiveness

No	Indikator	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	TB	STB	
1	Menangani reservasi tiket	45	168	105	0	0	318
2	Tidak pilih kasih	30	100	165	0	0	295
3	Bersikap sopan dan memberikan pelayanan yang memuaskan	45	156	114	0	0	315
4	Kecepatan dalam melayani tamu	45	116	144	0	0	305
Rata-rata		165	540	528	0	0	1233
Persentase		13.4	43.8	42.8	0.0	0.0	100.0

Sumber: *data primer yang diolah, 2012*

Dari tabel rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai faktor responsiveness atau pelayanan yang cepat dan tanggapan responden mendapat jawaban positif dari responden, hal ini terlihat dari jawaban yang diberikan oleh responden. Jawaban terbanyak dari responden yaitu yang mengatakan baik, dalam hal ini responden beranggapan bahwa karyawan PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel telah mengerahkan seluruh kemampuannya dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumennya.

Pada tabel 4.27 di atas jumlah skor keseluruhan tanggapan responden terhadap faktor responsiveness yaitu berjumlah 1.233, pada perhitungan pengukuran interval pada bab III bahwa jumlah faktor Responsiveness termasuk pada kategori Baik, karena jumlah skor faktor responsiveness berjumlah 1.233 terletak antara 1.168,6 – 1.443,8.

e. Assurance

Tabel 4.5
Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Assurance

No	Indikator	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB/SC	B/C	CB/CC	TB/TC	STB/STC	
1	Pengantaran tiket pesawat tepat waktu	30	128	144	0	0	302
2	Perhatian kepada pelanggan	35	88	171	0	0	294
3	Memberi informasi dengan jelas	45	135	128	0	0	308
4	Mendengar keluhan pelanggan	20	184	108	0	0	312
5	Mampu menahan emosi atau amarah	65	144	111	0	0	320
Rata-rata		195	679	662	0	0	1536
Persentase		12.7	44.2	43.1	0.0	0.0	100

Sumber: *Data primer yang diolah, 2012*

Dari tabel IV.5 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang mengatakan baik/cepat dari jawaban yang diterima penulis dari responden sebagian responden percaya atas keadaan atau keaslian tiket yang mereka dapatkan dan mereka juga percaya bahwa PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel sangat mengutamakan kenyamanan dan kenyamanan konsumennya, dari pelayanan-pelayanan yang mereka dapatkan sudah cukup memberikan bukti sehingga responden percaya dan datang kembali membeli tiket ke PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel.

Pada tabel 4.5 diatas jumlah skor keseluruhan tanggapan responden terhadap faktor Assurance yaitu berjumlah 1.536, pada perhitungan pengukuran interval pada bab III bahwa jumlah faktor assurance termasuk pada kategori Baik, karena jumlah skor faktor assurance berjumlah 1.536 terletak antara 1.461 – 1.805

f. Rekapitulasi Kualitas Pelayanan Reservasi Tiket

Tabel 4.6
Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan
Penjualan Tiket Pada PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel

No	Indikator	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB/SC	B/C	CB/CC	TB/TC	STB/STC	
1	Tangibles	130	632	600	96	0	1458
2	Empthy	360	700	543	4	0	1607
3	Reliability	175	580	489	2	0	1246
4	Responsiveness	165	540	528	0	0	1233
5	Assurance	195	679	662	0	0	1536
		1025	3131	2822	102	0	7080
Persentase		14.5	44.2	39.9	1.4	0.0	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Pada jawaban responden dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen yang datang untuk membeli tiket pesawat atau memerlukan jasa lain di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & travel telah memenuhi keinginan konsumennya walaupun masih ada hal-hal lain yang perlu di perbaiki atau ditambah seperti penambahan karyawan, penambahan pendingin udara/ac, pengantaran tiket tepat pada waktu yang dijanjikan, memperbaharui kursi tunggu dan hal lainnya yang dapat mendukung meningkatnya kualitas pelayanan di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel. Penambahan karyawan PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel sangat lah diperlukan karena sangat mendorong pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen yang datang, walaupun karyawan yang ada dianggap masih sanggup dan mampu memberikan pelayanan yang diinginkan oleh konsumen namun tetap diperlukan karyawan tambahan di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel.

D. Kesimpulan Dan Saran

1. Kesimpulan

- a. Dari hasil penelitian mengenai pelaksanaan peningkatan kualitas pelayanan reservasi tiket transportasi udara yang terdiri dari indikator Tangibles, emphaty, reliability, responsiveness, dan assurance dapat disimpulkan baik oleh responden sebanyak 45.2% dan mengatakan indikator kualitas pelayanan dapat mempengaruhi penjualan atau reservasi tiket transportasi udara di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel dapat mempengaruhi penjualan atau reservasi tiket transportasi udara di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel

- a. Di dalam penelitian ini menurut responden hambatan/kendala yang dihadapi dari PT.Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel dalam indikator-indikator kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kualitas reservasi tiket adalah :
1. Belum tersedianya lapangan atau areal parkir yang disediakan oleh PT.Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel, sehingga konsumen merasa kurang mendapatkan pelayanan semestinya.
 2. Belum dapat sepenuhnya memberikan pelayanan yang dapat memberikan perhatian kepada konsumen, sehingga konsumen merasa bahwa karyawan PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel tidak mau mendengarkan keluhan dari konsumen dan konsumen tersebut merasa diabaikan.
 3. Belum dapat sepenuhnya memberikan pelayanan reservasi tiket yang cepat dan tepat kepada konsumen.
 4. Dalam hal ini konsumen merasa PT.Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel belum sepenuhnya memberikan pelayanan yang sama kepada tiap konsumen, hingga konsumen merasa bahwa karyawan tersebut pilih kasih dalam penyelesaian reservasi tiket maupun penanganan tiket pesawat.
 5. Menurut responden karyawan PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel belum sepenuhnya menumbuhkan rasa percaya konsumen, karyawan PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel masih lamban mengantar tiket yang diinginkan konsumen sesuai dengan waktu yang di janjikan serta lamban dalam penyelesaian reservasi tiket pesawat.

2. Saran

- a. Hendaknya PT.Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel menambah jumlah karyawan karena karyawan yang bekerja pada saat ini di PT.Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel relatif kecil, baik untuk tenaga reservasi tiket maupun tenaga di masing-masing bagian. Hal ini dilakukan agar dapat menunjang operasional kerja di perusahaan tersebut.
- b. PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel harus meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumennya, sehingga pimpinan perusahaan perlu memberikan pengarahan, pembinaan tentang pentingnya kualitas pelayanan kepada karyawannya.
- c. Adanya pengevaluasi rencana kerja secara rutin pada akhir minggu sehingga setiap kendala/hambatan yang dihadapkan dapat dicari solusinya dan penyimpangan kerja dapat di perkecil
- d. Kelima faktor yang ada tentang kualitas pelayanan memiliki pengaruh nilai yang berbeda terhadap variabel kepuasan konsumen, maka disarankan agar pihak perusahaan lebih memperhatikan faktor-faktor tersebut agar dapat terus mempertahankan kualitas yang ada sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.
- e. Selanjutnya pihak PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel harus memiliki wadah atau tempat yang dapat digunakan sebagai tempat konsumen mengeluarkan pendapat atau keluhan kesahnya, baik pendapat yang baik untuk perusahaan hingga pendapat yang mengkritik perusahaan.

E. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih untuk Sang Pencipta Semesta, Allah swt, atas segala ridho dan anugerah kepada peneliti dalam mengerjakan penelitian ini. Dan untuk keluarga besar abah Abd. Gapar dan Ibunda Intan Pilih, seluruh Dosen akademika Prodi Pariwisata, Dosen Pemimbing Peneliti yaitu Ibu Dra. Hj. Rd. Siti Sofro Sidiq, M.Si dan Ibu Mariaty Ibrahim, S.Sos, M.Si serta teman-teman seperjuangan Pariwisata 08.

F. Daftar Pustaka

- Achamad Basah R. 1996 . *Tour & Travel Management*. Pradya Paramita. Jakarta
- Buchari. Alma. 1993. *Pemasaran dan Penjualan* . Pradya Paramita. Jakarta
- Diklat PT. Merpati Nusantara. 1993. *Menuju Pelayanan Keras Dunia*. Jakarta
- Diklat PT. Sriwijaya Air. 2007. *Pedoman Prosedur Penjualan*. Jakarta. JKTCUSJ
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Edisi Ketiga, CV, Alfabeta. Bandung
- Kotler. Philip dan Amstrong. G. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran* . Prentice Hall. Jakarta
- Kotler. Philip dan Amstrong. G. 1998. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid I, Alih Bahasa Drs. Alexander Sindoro*. Penyunting Benyamin Mala. Prenhallindo. Jakarta
- Kusmayadi. 2004. *Statika Pariwisata Deskriptif*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- M.A. Desky. 2001. *Biro Perjalanan Wisata*. Yogyakarta. Adicita Karya Nusa
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Managemen Jasa*. Penerbit andi. Yogyakarta
- Ramadhani, R. Mutia. 2007. *Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan Reservasi Tiket Transportasi Udara pada PT. Marlian Bina Putra Tour & Travel Pekanbaru*. Program Studi Pariwisata Universitas Riau. Pekanbaru

- Stanton. William J. 1998. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Supriyono. RA. 1999. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. BPFE UGM.
Yogyakarta
- Sopiah, dkk. 2010. *Metodologi Penelitian*. CV. Andi OFFSET. Jakarta
- Swasha Basu dan Ibnu Sukotjo. 2000. *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar
Ekonomi Perusahaan Modern)*. Liberty. Yogyakarta.
- Swastha. Basu dan Irawan. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
Yogyakarta
- Oka A. Yoeti. 1992. *Tours and Travel Management*. Pradya Paramita. Jakarta