

STUDI DESKRIPTIF KUALITAS LAYANAN DI MABRURO TOUR TRAVEL SIDOARJO

Trio Ari Wibowo

Manajemen Layanan dan Pariwisata / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

ariwibowo_3@yahoo.co.id

Abstrak - Mabruro Tour & Travel merupakan agen perjalanan umroh dan haji dengan setiap bulan rata-rata memberangkatkan jamaah ibadah umroh 3 kali ketika awal bulan, pertengahan bulan dan akhir bulan. Namun di sisi lain Mabruro Tour & Travel menghadapi persaingan yang begitu ketat sehingga perlu dilakukan evaluasi mengenai kualitas layanan Mabruro Tour & Travel. Hasil sigi awal terhadap layanan Mabruro Tour & Travel menunjukkan adanya kecenderungan responden menilai baik terhadap kualitas layanan Mabruro Tour & Travel. Berdasarkan pada perumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kualitas layanan di Mabruro Tour & Travel Sidoarjo.

Penelitian ini adalah berjenis riset *deskriptif* karena dalam penelitian ini tidak memuat tentang pernyataan menerima atau menolak hipotesis penelitian. Dimensi dari *Service Quality of Travel Agents* meliputi *Responsiveness, Reliability, Emphaty, Resource & Corporate Image dan Tangibility*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang diperoleh dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang memperoleh data mengenai penilaian atas *Service Quality* Mabruro Tour & Travel.

Secara keseluruhan, persepsi responden terhadap *Service Quality* Mabruro Tour & Travel adalah positif. *Tangibility* adalah dimensi yang dipersepsikan paling positif karena dengan nilai rata-rata tertinggi diantara dimensi *Service Quality* lainnya. Sedangkan dimensi *Service Quality* dengan penilaian terendah adalah *Reliability dan Emphaty*. Kata Kunci: Service, Service Quality, Tour & Travel

Abstract - Mabruro Tour & Travel is a travel agency umrah and Hajj with an average monthly pilgrimage pilgrims despatch times when the initial 3 -month, mid -month and end of the month . But on the other hand Mabruro Tour & Travel competition is so tight that it is necessary to evaluate the quality of service Mabruro Tour & Travel. The results of the initial torch Mabruro Tour & Travel service shows the tendency of respondents rate the better the quality of services Mabruro Tour & Travel . Based on the formulation of the research problem, the purpose of this study was to describe the quality of service in the Tour & Travel Mabruro Sidoarjo.

This study is a descriptive research type because in this study did not contain a statement about accepting or rejecting the hypothesis of the study. Dimensions of Service Quality of Travel Agents include Responsiveness, Reliability, Emphaty, Resource & Corporate Image and tangibility. Sources of data used in this research is the source of primary data collected using a questionnaire research instruments that obtain data on the assessment of the Service Quality Mabruro Tour & Travel.

Overall, respondents' perceptions of Service Quality Mabruro Tour & Travel is positive . Tangibility is the most positive dimension perceived as the highest average value among other dimensions of Service Quality . While the dimensions of Service Quality with the lowest ratings are Reliability and Emphaty
Key word: Service, Service Quality, Tour & Travel

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Indonesia memiliki populasi penduduk beragam Islam hingga sekitar 805 dari seluruh populasi penduduk. Saat ini, kesadaran dan kemampuan kaum muslim di Indonesia untuk menunaikan ibadah Umrah & Haji telah semakin tinggi yang ditandai dengan panjangnya antrian untuk menunaikan ibadah haji serta banyaknya kaum muslim yang melaksanakan ibadah umrah sebelum mendapatkan giliran untuk menunaikan ibadah haji. Memilih biro perjalanan dan bimbingan ibadah umrah maupun haji harus dilakukan dengan selektif guna mendapatkan kualitas bimbingan dan pelayanan ibadah yang khusus nyaman dan maksimal.

Di Surabaya merupakan salah satu kota besar di Indonesia, juga terdapat banyak biro perjalanan haji dan umroh. Para biro perjalanan tersebut bersaing untuk memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik untuk para calon jamaah Umrah, lengkap dengan harga yang bersaing pula. Berikut ini beberapa nama dari Biro Perjalanan umroh dan haji di Sidoarjo dan Surabaya:

- Sidoarjo: 1) Mabruro Tour & Travel Sidoarjo 2) Bhakti Ananda Putri 3) Al Mutazam
- Surabaya 1) Linda Jaya Tour & Travel, 2) Baitul Izzah, 3) Safiir Amal Imani, 4) Shafira Lintas Semesta, 5) Trimitra Rezeki Wisata, 6) Persada Duta Beliton Travel, 7) Fath Indah Travel Service.

Berdasarkan sigi awal menunjukkan bahwa persentase responden yang mempersepsikan kualitas layanan pada Mabruro Tour & Travel Sidoarjo adalah baik. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata persentase responden yang menjawab ya terhadap keseluruhan pertanyaan adalah 88%, sedangkan rata-rata persentase responden yang menjawab kualitas layanan Mabruro Tour & Travel Sidoarjo tidak baik adalah 12%

Berdasarkan pada hasil survey terhadap 30 jamaah umroh yang pernah menggunakan layanan Mabruro Tour & Travel Sidoarjo, ternyata tidak semua responden menyatakan setuju terhadap kualitas layanan Mabruro Tour & Travel Sidoarjo. Ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar jamaah menilai baik terhadap kualitas layanan Mabruro Tour & Travel Sidoarjo, tetapi masih terdapat sejumlah responden yang menilai kurang baik terhadap kualitas layanan Mabruro Tour & Travel Sidoarjo.

Seiring dengan berkembangnya peminat ibadah umroh masyarakat dan juga semakin berkembangnya agen perjalanan membuat para agen perjalanan berlomba untuk memberikan layanan yang baik untuk memanjakan jamaahnya.

Bukan hanya fasilitas secara fisik yang baik tetapi juga keramah-tamahan karyawan dalam memberikan layanan juga harus baik. Kualitas layanan yang baik merupakan hal penting untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Namun untuk mengetahui kualitas layanan yang baik sangat susah untuk diketahui dibandingkan dengan kualitas barang.

METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian ini, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Aras pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras interval. Sedangkan skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *numerical scale*. Sampel yang ditetapkan dalam penelitian penelitian ini yaitu responden laki-laki maupun perempuan yang berdomisili di Jawa Timur, pendidikan minimal SMA atau sederajat karena, pada pendidikan tersebut jamaah mempunyai kemampuan untuk memahami kuesioner yang diberikan, pernah ibadah umroh melalui Mabruro Tour & Travel Sidoarjo dalam 2 tahun terakhir. Peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 130 responden.

Langkah-langkah dalam prosedur pengumpulan data, pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut: membagikan kuesioner kepada responden yang memenuhi karakteristik populasi yang telah ditetapkan, menjelaskan kepada responden mengenai maksud dan tujuan penelitian, meminta kesediaan responden untuk mengisi kuesioner, memberikan panduan pengisian kuesioner tersebut, melakukan seleksi kuesioner yang memenuhi syarat untuk dianalisa lebih lanjut, melakukan tabulasi data isian kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis mengenai karakteristik responden penelitian, proporsi terbesar jamaah yang pernah melakukan umroh di Mabruro Tour & Travel Sidoarjo yaitu dengan jenis kelamin pria sebesar 51,5%. Responden penelitian ini sebagian besar dengan pendidikan terakhir SMA yaitu sebesar 56,9%. Berdasarkan usia responden, diketahui bahwa jumlah terbesar responden penelitian dengan usia antara 56-65 tahun sebesar 32,3%, berdasarkan pengeluaran diketahui bahwa jumlah terbesar responden penelitian dengan pengeluaran Rp 1.000.000,-<Rp 3.000.000 yaitu sebesar 43,1% dan berdasarkan pekerjaan diketahui bahwa jumlah terbesar responden penelitian dengan pekerjaan yaitu wiraswasta sebesar 36,9%.

Evaluasi selanjutnya akan dilakukan pembahasan hasil tanggapan responden terhadap kuesioner yang berkaitan dengan dimensi *Service Quality*, yaitu *Responsiveness, Reliability, Emphaty, Resources and Corporate image*. Berdasarkan skala numeric, maka untuk dapat mengetahui penilaian responden terhadap *Service Quality* pada Mabruro Tour & Travel Sidoarjo, data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan rumus statistik untuk mendapatkan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi (standard deviation), dan koefisien varian (KV) untuk tiap pernyataan dari tiap dimensi dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Service Quality*

No.	Dimensi	Mean	SD	KV (%)
1.	<i>Responsiveness</i>	5,61	0,78	13,90
2.	<i>Reliability</i>	5,50	0,72	13,09
3.	<i>Emphaty</i>	5,50	0,70	12,72
4.	<i>Resources and Corporate image</i>	5,76	0,79	13,71
5.	<i>Tangibility</i>	5,77	0,82	14,21
<i>Service Quality Total</i>		5,62	0,76	13,52

Sumber : data kuesioner, diolah dengan SPSS 18.00 for Windows

Dapat dilihat pada tabel 1 menunjukkan bahwa nilai rata-rata penilaian responden terhadap masing-masing dimensi *Service Quality* maupun penilaian secara total keseluruhan. Dapat dijelaskan dari tabel tersebut bahwa responden memiliki penilaian yang baik terhadap *Service Quality* yang ada di Mabruro Tour & Travel Sidoarjo yaitu sebesar 5,62. Dengan hasil penilaian sebesar 5,62, dapat dikatakan *Service Quality* pada Mabruro Tour & Travel Sidoarjo sudah dikatakan cukup baik. Pada tabel 1 diatas juga menunjukkan bahwa nilai standar deviasi penilaian responden secara keseluruhan adalah sebesar 0,76. Sedangkan untuk penilaian KV dapat dilihat di tabel 1 bahwa menunjukkan peilaian responden adalah secara keseluruhan sebesar 13,52.

Ditinjau dari tiap dimensi *Service Quality* yang diteliti, tampak pada tabel 1, penilaian responden tertinggi ditunjukkan pada *Tangibility* dengan nilai rata-rata sebesar 5,77, *Resources and Corporate image* dengan nilai rata-rata sebesar 5,76, *Responsiveness* dengan nilai rata-rata sebesar 5,61, *Reliability* dengan nilai rata-rata sebesar 5,50 dan *Emphaty* dengan nilai rata-rata sebesar 5,50. Hal ini menunjukkan bahwa *Tangibility* memberikan peranan terbesar sedangkan *Reliability* dan *Emphaty* memberikan peranan terkecil dalam menentukan penilaian *Service Quality* total pada Mabruro Tour & Travel Sidoarjo, akan tetapi penilaian responden tersebut masih dapat dikatakan bagus karena rata-rata nilai yang diberikan responden terhadap *Reliability* dan *Emphaty* masih diatas nilai 4.

Ditinjau dari nilai koefisien varian tiap dimensi *Service Quality* pada tabel 1, maka diketahui bahwa nilai koefisien varian tertinggi ditunjukkan pada *Tangibility* yaitu sebesar 14,21%. Hal tersebut berarti bahwa distribusi penilaian responden terhadap *Tangibility* lebih heterogen dibandingkan distribusi penilaian responden untuk dimensi yang lain.

Sedangkan nilai koefisien varian terendah ditunjukkan oleh *Reliability* yaitu sebesar 13,09%. Hal ini berarti bahwa distribusi penilaian responden terhadap *Reliability* lebih homogen dibandingkan distribusi penilaian responden untuk dimensi yang lain. Homogenitas berarti responden mempunyai tingkat pemahaman yang lebih seragam terhadap sebuah pernyataan atau dimensi dibandingkan pernyataan atau dimensi yang lain sehingga ada kecenderungan bahwa jawaban-jawaban yang diberikan adalah relatif sama.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh data bahwa *service quality* pada Mabruro Tour & Travel Sidoarjo dipersepsikan baik. Hal ini diketahui dari hasil rata-rata keseluruhan dimensi *service quality* sebesar 5,62. Nilai rata-rata tersebut menjelaskan bahwa *service quality* pada Mabruro Tour & Travel Sidoarjo telah dinilai baik oleh responden. Untuk mengukur *service quality* digunakan 5 dimensi, yaitu: *Responsiveness, Reliability, Emphaty, Resource and Corporate image dan tangibility*.

B. Saran

1. Direkomendasikan kepada pihak manajemen Mabruro Tour & Travel Sidoarjo untuk menambah karyawan pada posisi customer service kantor yang awalnya hanya ada 2 orang karyawan, dengan cara melakukan *rolling* karyawan bagian lain ke *customer service*.
2. Direkomendasikan kepada pihak manajemen Mabruro Tour & Travel Sidoarjo untuk masalah waktu keberangkatan karena untuk masalah waktu ini pihak perusahaan tidak sepenuhnya bersalah karena sebagian besar tidak tepat waktu pada keberangkatan atau kepulangan saat menunggu pesawat terbang, sebaiknya pihak Mabruro Tour & Travel Sidoarjo memberikan informasi tentang resiko delay diluar kendali Mabruro Tour & Travel Sidoarjo informasi tersebut sebaiknya dilakukan berulang-ulang ketika jamaah melakukan pembayaran ataupun ketika jamaah melakukan manasik, dengan dilakukan informasi berulang-ulang apabila terjadi delay image pihak Mabruro Tour & Travel Sidoarjo tidak bruk di benak jamaah.
3. Direkomendasikan kepada pihak manajemen Mabruro Tour & Travel Sidoarjo untuk masalah ketersediaan karyawan untuk memenuhi kebutuhan personal jamaah sebaiknya Mabruro Tour & Travel Sidoarjo melakukan kerja sama dengan warga Indonesia yang sudah menetap di Arab Saudi tugas mereka ketika pihak Mabruro Tour & Travel Sidoarjo melakukan acara ziarah atau ketempat bersejarah tugas mereka untuk mendampingi jamaah dengan adanya kerjasama tersebut pihak perusahaan tidak terlalu banyak mengeluarkan biaya dengan menambah karyawan khusus untuk mendampingi jamaah.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, penerbit PT Mancanan Jaya Cemerlang

Lovelock, Christoper H, 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, penerbit PT INDEKS kelompok GRAMEDIA, Jakarta

Mohamed, Ghada Abd-Alla, 2007, *Service Quality of Travel Agents: The View Point of Tourists in Egypt, Tourismos:An International Multidisciplinary Journal of Tourism Volume 2, Number 1, Spring 2007, pp.63-87*

Soekadijo, R.G, 2000, *Anatomi Pariwisata*, penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Spillane, James J, 1987, *Ekonomi Pariwisata*, penerbit Kanisius, Yogyakarta

Tjiptono, Fandi, 1995, *Strategi Pemasaran*, penerbit Andi Offset, Yogyakarta

Zeithaml, Bitner, 1996, penerbit Mc Graw-Hill companies, inc

<http://www.bali-bisnis.com/index.php/pdb-pariwisata-2012-diproeksi-naik-6-jadi-rp229-triliun/>

<http://www.pikiran-rakyat.com/node/215705>

<http://www.pabriktiket.com/berita/bisnis-travel-agent-peluang-yang-menjanjikan/>

<http://lajnah.kemenag.go.id/publikasi-lpma/katalog-bqmi/panduan-wisata-religi.html>

<http://royaljavatour.co.id/umroh haji/?p=19>

<http://www.jurnalhaji.com/peminat-umrah-meningkat/>

<http://www.jurnalhaji.com/ biro-hajiumrah/#Top>

www.mabruro.com.

<http://subadra.wordpress.com>

<http://nuruzzaman2.multiply.com>

<http://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata>

<http://tyshasetyaniyunisha.wordpress.com>

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/05/pengertian-tentang-kualitas-pelayanan.html>

<https://hendraprijatna68.files.wordpress.com/2012/06/kepariwisataan.docx>

<http://tabeatamang.wordpress.com/2012/08/24/definisi-pariwisatamenurut-beberapa-ahli/comment-page-1/>

<http://detikbatulicin.wordpress.com/2013/07/29/wisata-religi-segarkan-pikiran-dan-dzikir/>