



KUALITAS PELAYANAN TOUR LEADER PT WEHA JALAN JALAN

Oleh

Kevin Muhammad Irsyad¹, Rizki Nurul Nugraha²

^{1,2}Universitas Nasional, Indonesia

Email: ¹purwasdupit@gmail.com, ²joko.adianto@ui.ac.id

Abstract

In the era of globalization, services or products that compete in a market are growing rapidly. Companies that are able to compete are companies that provide quality products or services. This study aims to analyze service quality to increase customer satisfaction of PT Weha Jalan Jalan, a travel service company. A descriptive qualitative approach with SWOT analysis was used to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats related to service quality. Data were collected through observation, interviews, and literature study. SWOT analysis uses IFAS and EFAS matrix to evaluate the company's internal and external factors. The results showed that PT Weha Jalan Jalan's service quality is quite good based on customers' positive assessment of tangible, empathy, responsiveness, reliability, and assurance. SWOT analysis also revealed that PT Weha Jalan Jalan is in a strong position and has many opportunities to grow.

Keywords: *Service quality, Customer satisfaction, SWOT Analysis, Service industry, Matrics IFAS EFAS*

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan sangat penting untuk tingkat kepuasan pelanggan dalam industri jasa. Kinerja layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan disebut sebagai kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang mereka rasakan dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2012). Pelanggan dapat puas jika kebutuhan dan keinginan mereka dipenuhi dengan layanan berkualitas tinggi. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka biasanya akan kembali membeli makanan tersebut (Tjiptono, 2016). Parasuraman et al. (1988) mencatat lima aspek utama kualitas pelayanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan: kepercayaan, respons, keamanan, empati, dan bukti fisik.

Penyedia jasa harus memahami dan memenuhi harapan pelanggan agar sepenuhnya puas karena kepuasan pelanggan adalah kunci keberhasilan bisnis. Kepuasan konsumen merupakan faktor kunci dalam keberhasilan

sebuah bisnis jasa karena konsumen yang puas cenderung akan menjadi loyal, melakukan pembelian ulang, serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Mengingat pentingnya kepuasan konsumen, maka penting bagi penyedia jasa untuk memahami dan memenuhi harapan konsumen untuk mencapai kepuasan yang optimal. Kepuasan konsumen merupakan faktor penting keberhasilan usaha jasa karena konsumen yang puas cenderung loyal, melakukan pembelian berulang, dan menyampaikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Dalam industri jasa perjalanan, kualitas pelayanan memegang peranan yang sangat penting karena konsumen tidak hanya membeli produk (paket perjalanan), namun juga merasakan layanan pemandu wisata dan tenaga pendukung lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Weha Jalan Jalan, sebuah perusahaan yang menyediakan jasa perjalanan. Dimensi kualitas



layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dievaluasi untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memiliki dampak terbesar terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga menyelidiki peran pemandu wisata dalam memberikan pengalaman berkualitas kepada wisatawan dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk menguji hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen di industri jasa. Penelitian di bidang restoran oleh Ariani dan Sumedi (2019), Anggraeni et al. (2017) dan Nursyamsi (2012) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Di sisi lain, penelitian Qureshi et al. (2019) dan Nugraha dkk. (2023) menegaskan pentingnya peran kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di industri jasa hotel dan perjalanan.

Penelitian sebelumnya telah menyelidiki hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen di berbagai bidang layanan seperti restoran, hotel, dan layanan perjalanan secara umum. Pada penelitian ini berfokus pada evaluasi dampak kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan melakukan studi kasus pada PT Weha Jalan Jalan dibuat dan dianalisis menggunakan metodologi SWOT-IFAS-EFAS untuk menentukan strategi.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini berfokus pada upaya peningkatan kualitas pelayanan saat ini dan kepuasan pelanggan pemandu wisata di PT Weha Jalan Jalan. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi strategi yang diperlukan untuk kualitas layanan pemandu wisata PT Weha Jalan Jalan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan pentingnya evaluasi kinerja pelayanan pemandu wisata dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu ditingkatkan agar kepuasan pelanggan dapat terus ditingkatkan.

LANDASAN TEORI

Industri Jasa

Industri jasa merupakan sektor ekonomi yang sangat penting dan terus berkembang pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Sektor ini mencakup berbagai bidang usaha seperti pariwisata, perbankan, telekomunikasi, transportasi, dan lain-lain. Industri jasa juga memegang peranan penting dalam perekonomian modern. Menurut data dari World Bank, industri jasa menyumbang lebih dari 60% dari produk domestik bruto (PDB) global pada tahun 2020 (World Bank, 2021). Karakteristik utama dari industri jasa adalah produk yang ditawarkan bersifat tidak berwujud (*intangible*), tidak dapat disimpan (*inseparability*), dan melibatkan interaksi langsung antara penyedia jasa dengan konsumen (*inseparability of production and consumption*) (Kotler & Keller, 2016).

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014), pelayanan merujuk pada segala tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang secara umum tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan.

Menurut Kotler dalam Buchari Alma (2013:284) mengungkapkan ada lima (5) faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan disingkat TERRA yaitu :

- a) Tangible (berwujud) Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawat, lancar, dan lain-lain.
- b) Emphaty (empati) Ketersediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
- c) Responsiveness (cepat tanggap) Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/complaint dari konsumen.
- d) Reliability (kehandalan) Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang



dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten.

- e) Assurance (kepastian) Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Tjiptono dan Chandra (2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan semua aspek dari produk yang ditawarkan yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Kualitas layanan berperan penting dalam menciptakan diferensiasi, penempatan pasar, dan strategi bersaing bagi setiap organisasi pemasaran, baik itu perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa.

Hoffman dan Bateson (2017), ada tiga faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri jasa, yaitu:

1. Kualitas Layanan.
2. Produk dan Harga.
3. Situasi dan Faktor Personal.

Keterkaitan Antar Variabel

Sebuah industri pariwisata di bidang jasa perjalanan tidak terlepas dari kualitas produk dan juga kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang mungkin akan memengaruhi kepuasan konsumen yang membeli atau menggunakan jasanya.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Weha Jalan Jalan

Pelayanan yang baik akan memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan, sehingga mereka merasa puas dan cenderung untuk terus menggunakan produk atau jasa tersebut. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan, komplain, dan kehilangan pelanggan (**Aryani & Rosinta, 2010**).

Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha et al. pada tahun 2023 berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Front Office Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada

Pengelolaan Hotel Horison Bekasi". Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan front office memiliki pengaruh terhadap kualitas pelanggan karena front office dalam perhotelan sebagai ujung tombak perusahaan yang memiliki peran penting dalam pembentukan citra perusahaan.

2. Aulia Ananda dan Gagih Pradini melakukan penelitian pada tahun 2022 dengan judul "Peran Food & Beverage Service Dalam Memberikan Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Mcdonald's Jatipadang". Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Food & beverage service memiliki peranan penting dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, karena dengan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan keinginan pelanggan, maka pelanggan akan merasakan puas atas pelayanan yang diterimanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT Weha Jalan Jalan. Data dikumpulkan melalui observasi tidak langsung, wawancara, dan studi kepustakaan. Observasi tidak langsung dilakukan dengan menghubungi pihak pengelola PT Weha Jalan Jalan untuk mendapatkan laporan data kunjungan wisatawan dan gambaran umum perusahaan. Wawancara mendalam dilakukan dengan pihak pengelola sebagai penyedia layanan dan konsumen sebagai penerima layanan untuk memperoleh informasi yang akurat dan mendalam terkait kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari literatur seperti



buku, jurnal, dan data perusahaan yang relevan dengan penelitian ini.

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terkait kualitas pelayanan PT Weha Jalan Jalan. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Hasil dari analisis SWOT akan menunjukkan posisi perusahaan pada diagram internal-eksternal, yang kemudian akan digunakan sebagai dasar untuk merekomendasikan strategi peningkatan kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen PT Weha Jalan Jalan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Pt Weha Jalan Jalan

PT Weha Jalan Jalan adalah perusahaan publik yang bergerak di bidang transportasi darat dan perjalanan wisata. Perusahaan ini juga dikenal dengan nama White Horse Group. WEHA menyediakan jasa angkutan penumpang, penyewaan mobil, dan perjalanan wisata. Perusahaan ini juga memiliki bisnis Explorer.id yang memberangkatkan penumpang ke berbagai destinasi liburan di Indonesia. Salah satu produk PT Weha Jalan Jalan adalah jasa open trip dan private trip. Dengan menawarkan paket perjalanan yang lebih fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu, jasa open trip memungkinkan pelanggan untuk memilih destinasi dan aktivitas yang sesuai dengan preferensi mereka.

Kualitas Pelayanan Pt Weha Jalan Jalan Menurut Pengelola

Terdapat 5 (lima) indikator kualitas pelayanan yang telah diimplementasikan di PT Weha Jalan Jalan. Identifikasi kualitas pelayanan tersebut, yaitu :

1. Tangible (berwujud)

Tangible dalam konteks pelayanan wisata berarti fasilitas yang disediakan oleh perusahaan harus nyaman dan memenuhi standar kebersihan dan kenyamanan. Dalam pelayanan wisata, PT Weha Jalan Jalan menawarkan berbagai paket wisata alam dan kota. Mereka memastikan fasilitas yang disediakan nyaman dan bersih dengan melakukan pemeriksaan rutin terhadap kendaraan dan akomodasi. Kendaraan selalu dalam kondisi prima dan dilengkapi dengan AC, toilet, dan tempat penyimpanan barang. Akomodasi yang disediakan adalah hotel-hotel berkualitas. PT Weha Jalan Jalan juga menyediakan fasilitas tambahan seperti P3K dan peralatan keselamatan yang memadai. Mereka memiliki tim khusus yang memeriksa kondisi transportasi dan akomodasi secara berkala untuk memastikan kenyamanan dan keamanan pengunjung. Dengan demikian, PT Weha Jalan Jalan menjamin bahwa fasilitas yang disediakan memenuhi standar kebersihan dan kenyamanan.

2. Emphaty (empati)

Emphaty dalam konteks pelayanan wisata berarti perusahaan harus memahami kebutuhan dan perasaan setiap pengunjung. Dalam wawancara, pengelola PT Weha Jalan Jalan menjelaskan bahwa mereka melakukan upaya untuk membangun kepedulian tour leader terhadap kebutuhan pengunjung. Mereka memberikan pelatihan kepada tour leader agar dapat memahami latar belakang dan karakteristik pengunjung, sehingga dapat menyesuaikan layanan. Selain itu, mereka juga memberikan briefing sebelum tour dimulai untuk membahas profil dan kebutuhan khusus setiap pengunjung jika ada. Mereka juga memiliki program pengembangan diri dan pelatihan service excellence untuk meningkatkan kemampuan membaca kebutuhan unik setiap pengunjung. Dengan demikian, PT Weha Jalan Jalan menjamin bahwa tour leader dapat memahami dan memenuhi kebutuhan pengunjung secara lebih



baik. Mereka juga memiliki sistem penilaian 360 derajat untuk memastikan kompetensi tour leader mereka, termasuk kemampuan memahami kebutuhan pengunjung

3. Responsiveness (cepat tanggap)

Responsiveness dalam konteks pelayanan wisata berarti perusahaan harus cepat tanggap terhadap permintaan dan keluhan pengunjung. Dalam wawancara, pengelola PT Weha Jalan Jalan menjelaskan bahwa mereka memastikan tour leader cepat menanggapi permintaan dan keluhan pengunjung dengan memberikan alat komunikasi agar dapat dihubungi setiap saat. Mereka juga menekankan pentingnya sikap proaktif dalam menangani setiap masalah yang muncul selama perjalanan. Mereka memiliki standard operating procedure yang mengharuskan tour leader merespons permintaan dan keluhan dalam waktu maksimal 1 jam. Dengan demikian, PT Weha Jalan Jalan menjamin bahwa tour leader dapat menanggapi kebutuhan pengunjung dengan cepat dan efektif. Mereka juga memiliki sistem penilaian 360 derajat untuk memastikan kompetensi tour leader mereka, termasuk kemampuan menanggapi permintaan dan keluhan pengunjung

4. Reliability (kehandalan)

Reliability dalam konteks pelayanan wisata berarti perusahaan harus dapat memberikan layanan yang handal dan konsisten. Dalam wawancara, pengelola PT Weha Jalan Jalan menjelaskan bahwa mereka memberikan pelatihan kepada tour leader agar dapat memberikan layanan yang handal dan konsisten. Mereka juga memiliki tim khusus yang bertugas memeriksa kondisi transportasi dan akomodasi secara berkala untuk memastikan kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung. Kendaraan yang digunakan selalu dalam kondisi layak jalan dan bersih, begitu pula dengan akomodasi yang mereka pilih adalah yang memenuhi standar kenyamanan. Dengan demikian, PT Weha Jalan Jalan menjamin bahwa pelayanan yang disediakan dapat memenuhi standar kehandalan dan

konsistensi. Mereka juga memiliki sistem penilaian 360 derajat untuk memastikan kompetensi tour leader mereka, termasuk kemampuan memberikan layanan yang handal dan konsisten

5. Assurance (kepastian)

Assurance dalam konteks pelayanan wisata berarti perusahaan harus dapat membangun kepercayaan pengunjung terhadap kemampuan dan keramahan tour leader. Dalam wawancara, pengelola PT Weha Jalan Jalan menjelaskan bahwa mereka memiliki proses seleksi yang ketat untuk memastikan kompetensi tour leader mereka. Mereka harus memiliki pengalaman memadai dalam memimpin tur wisata, serta pengetahuan mendalam tentang daerah tujuan wisata. Mereka juga mengadakan pelatihan berkala untuk memastikan keterampilan mereka selalu mutakhir. Sebelum ditugaskan, mereka harus menunjukkan kemampuan komunikasi yang baik, penguasaan bahasa asing jika diperlukan, serta keterampilan manajemen waktu dan penanganan situasi darurat. Dengan demikian, PT Weha Jalan Jalan menjamin bahwa tour leader memiliki kemampuan dan kompetensi yang diperlukan untuk memberikan layanan yang berkualitas. Mereka juga memiliki sistem penilaian 360 derajat untuk memastikan kompetensi tour leader mereka, termasuk kemampuan membangun kepercayaan pengunjung

Kualitas Pelayanan Pt Weha Jalan Jalan Menurut Pelanggan

Terdapat 5 (lima) indikator kualitas pelayanan yang telah diimplementasikan di PT Weha Jalan Jalan. Identifikasi kualitas pelayanan tersebut, yaitu :

1. Tangible (berwujud)

Salah satu faktor penting dalam mengevaluasi kualitas layanan PT Weha Jalan Jalan adalah aspek yang dapat dilihat dan dirasakan (tangible). Menurut wawancara dengan pelanggan, mereka merasa puas dengan fasilitas transportasi dan akomodasi yang diberikan oleh perusahaan. Fasilitas ini dinilai



sesuai dengan yang dijanjikan dan sebanding dengan biaya yang dibayarkan. Selain itu, PT Weha Jalan Jalan juga memiliki aplikasi explorer yang mudah diakses dan memiliki tampilan yang menarik. Meskipun ada beberapa saran untuk perbaikan, secara keseluruhan fasilitas fisik yang disediakan sudah sesuai dengan biaya dan perjanjian yang telah disepakati bersama.

2. Emphaty (empati)

PT Weha Jalan Jalan menunjukkan kepedulian dan kemampuan untuk memahami kebutuhan setiap pengunjung sebagai prioritas utama. Perusahaan ini memberikan pelatihan khusus kepada para tour leader agar mereka dapat memahami dan memenuhi kebutuhan pengunjung dengan baik. Berdasarkan pengalaman pelanggan, tour leader dianggap peduli, komunikatif, dan mampu menciptakan pengalaman yang menyenangkan selama perjalanan. Mereka mampu menjalin hubungan yang baik dengan pengunjung dan memastikan setiap kebutuhan terpenuhi secara optimal.

3. Responsiveness (cepat tanggap)

Berdasarkan hasil wawancara, kecepatan dan ketepatan dalam menanggapi permintaan dan keluhan pengunjung dianggap sebagai aspek penting dalam meningkatkan kualitas layanan PT Weha Jalan Jalan. Para pelanggan memberikan apresiasi terhadap responsif dan sigapnya para tour leader dalam menanggapi setiap permintaan dan keluhan selama perjalanan. Meskipun terkadang terdapat sedikit keterlambatan, secara keseluruhan tour leader dianggap mampu memberikan solusi dan menindaklanjuti setiap permintaan dengan cepat dan tepat sasaran.

4. Reliability (kehandalan)

Aspek kehandalan merupakan faktor penting dalam memberikan layanan yang bermutu. PT Weha Jalan Jalan telah berhasil menumbuhkan kepercayaan pelanggan melalui kinerja tour leader yang profesional dan terampil. Tour leader dianggap mampu menciptakan suasana nyaman dan aman bagi peserta tur. Selain itu, PT Weha Jalan Jalan juga

menjamin keselamatan peserta dengan memberikan briefing lengkap sebelum memulai tur ekstrim atau berisiko tinggi. Tindakan ini mencerminkan komitmen perusahaan dalam mengutamakan keselamatan dan kenyamanan pelanggan.

5. Assurance (kepastian)

Ketika pelanggan merasa yakin dan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Weha Jalan Jalan, maka hal tersebut menjadi indikator keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Dari hasil wawancara, terlihat bahwa keramahan, ketanggapan, dan keterampilan tour leader sangat berperan dalam membuat pelanggan merasa nyaman dan ingin menggunakan jasa perusahaan tersebut kembali di masa mendatang. Selain itu, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh keberagaman pilihan paket tour yang ditawarkan oleh PT Weha Jalan Jalan. Semua ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, kualitas pelayanan PT Weha Jalan Jalan dapat dikatakan cukup baik. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan juga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tour leader memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena tour leader dalam perhotelan memiliki peran penting dalam pembentukan citra perusahaan. Kesimpulan tersebut ternyata juga sejalan dengan penelitian Rizki Nurul Nugraha, Cahya Gilang, dan Dinda Putri pada penelitian di tahun 2023 yang meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat terlihat dari penilaian positif yang diberikan oleh pelanggan terhadap kelima indikator kualitas pelayanan, yaitu tangible, emphaty, responsiveness, reliability, dan assurance.

Dalam aspek tangible atau bukti fisik, PT Weha Jalan Jalan telah berhasil memenuhi harapan pelanggan dalam hal fasilitas



transportasi dan akomodasi. Pelanggan merasa puas dengan bukti fisik yang diberikan, karena fasilitas tersebut sesuai dengan yang dijanjikan dan sebanding dengan harga yang mereka bayarkan. Selain itu, aplikasi explorer yang dimiliki perusahaan juga dinilai mudah diakses dan memiliki tampilan yang menarik, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian (Rizki Nurul Nugraha, Cahya Gilang, dan Dinda Putri, 2023) bahwa pelanggan akan merasa puas dengan bukti bukti fisik yang diberikan oleh penyedia jasa.

Dari sisi empathy atau kepedulian, Para tour leader PT Weha Jalan Jalan menunjukkan kepedulian yang tinggi terhadap kebutuhan pengunjung. Mereka mampu memahami dan memenuhi setiap kebutuhan dengan baik. Selain itu, mereka juga mampu menjalin hubungan yang baik dengan pengunjung, sehingga memastikan setiap kebutuhan terpenuhi secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa PT Weha Jalan Jalan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap pelanggan. Rizki Nurul Nugraha, Cahya Gilang, dan Dinda Putri pada penelitian di tahun 2023 yang membahas tentang kepuasan pelanggan di industri hotel juga sependapat bahwa aspek kepedulian dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam hal responsiveness atau ketanggapan, Responsiveness para tour leader PT Weha Jalan Jalan patut diapresiasi. Mereka mampu dengan cepat dan tepat menanggapi setiap permintaan dan keluhan selama perjalanan berlangsung. Kemampuan mereka dalam memberikan solusi dan menindaklanjuti setiap permintaan dengan cepat dan tepat sasaran, membuat pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik.

Aspek reliability atau kehandalan juga menjadi kekuatan PT Weha Jalan Jalan. PT Weha Jalan Jalan memiliki kehandalan yang tinggi dalam memberikan tour kepada pelanggan. Para tour leader mampu membangun rasa kenyamanan dan keamanan

bagi pengunjung selama tour berlangsung. Selain itu, perusahaan juga memberikan briefing yang lengkap sebelum memulai tour ekstrim atau berisiko tinggi, sehingga memastikan keselamatan pengunjung. Keandalan ini menjadi salah satu kekuatan PT Weha Jalan Jalan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Analisis SWOT yang dilakukan juga menunjukkan bahwa PT Weha Jalan Jalan berada pada posisi yang kuat dan memiliki banyak peluang untuk terus berkembang. Dengan demikian, strategi agresif menjadi pilihan yang tepat untuk diimplementasikan. Strategi tersebut meliputi mengembangkan paket wisata baru, meningkatkan pemasaran online, mengoptimalkan umpan balik pelanggan, meningkatkan kualitas dan nilai tambah paket wisata, memberikan pelatihan khusus kepada tour leader, mempertahankan standar tinggi pelayanan, serta melakukan analisis kompetitif secara berkala.

Matriks Ifas Efas

Dalam mendapatkan bentuk yang lebih efektif maka digunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) terdiri dari faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) serta EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) terdiri dari peluang (*oppurtunity*) dan ancaman (*threat*). Matriks tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh dari nilai yang dihasilkan dari faktor-faktor internal dan eksternal objek wisata yang dihitung melalui bobot serta rating. Berikut adalah analisis SWOT dalam matriks IFAS dan EFAS.

Tabel 1. Matriks IFAS

No.	Strengths (Kekuatan) – Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot × Rating
1.	Variety Of Tour Packages	0.15	4.0	0.60
2.	Facilities Offered	0.15	4.0	0.60
3.	Dedicated and Trained Tour Leader	0.10	4.0	0.40

4.	Proactive and Responsive Tour Leader	0.15	3.0	0.45
Total Strengths		0,55		2.50
No.	Weaknesses (Kelemahan) – Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot × Rating
1.	Handling Unexpected Situation	0.15	2	0.3
2.	Challenges In Diverse Customer Needs	0.15	2	0.3
3.	Ensuring Consistency Of Service Quality	0.05	3	0.15
4.	Managing Operational Complexities	0.1	2	0.2
Total Weaknesses		0.45		0.95
Total		1.00		3.00

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2024

Pada Tabel 2. diatas dapat dilihat nilai total hasil matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) kualitas pelayanan PT Weha Jalan Jalan menunjukkan nilai total dalam hasil analisis faktor internal dengan skor 3.00. Angka tersebut termasuk dalam kategori diatas rata-rata, yang menunjukkan bahwa kondisi internal pada kualitas pelayanan PT Weha Jalan Jalan berada pada posisi yang baik.

Tabel 2. Matriks EFAS

No.	Opportunities (Peluang) – Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot × Rating
1.	Increasing Customer Feedback	0.15	4	0.6
2.	Expanding Variety Of Tour Packages	0.2	4	0.8
3.	Maintaining Technology	0.1	3	0.3
4.	Building Stronger Online Presence	0.1	4	0.4
Total Opportunities		0.55		2.1
No.	Threats (Ancaman) –	Bobot	Rating	Bobot × Rating

Faktor Eksternal				
1.	Competitors	0.15	3	0.45
2.	External Factors Such As Weather Maintaining	0.1	2	0.2
3.	Current High Standards	0.05	3	0.15
4.	External Factors Such As Road Traffic	0.15	3	0.45
Total Threats		0.45		1.25
Total		1		3.35

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2024

Pada Tabel 2. diatas dapat dilihat nilai total hasil matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) objek wisata Bojong Karnival menunjukkan nilai total dalam hasil analisis faktor internal dengan skor 3,35. Angka tersebut termasuk dalam kategori diatas rata-rata, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT Weha Jalan Jalan ini dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mereka miliki dan menghindari ancaman eksternal.

Matriks Internal – Eksternal

Dari nilai yang didapatkan setelah melakukan analisis faktor internal dan eksternal, selanjutnya dilakukan pencarian posisi pada Matriks Internal – Eksternal untuk mendapatkan posisi apa yang ditempati kualitas pelayanan PT Weha Jalan Jalan. IE Matriks digunakan untuk melihat posisi objek wisata dalam diagram yang terdiri dari 9 (sembilan) sel. Berdasarkan perhitungan IFAS Matriks sebelumnya memperoleh total bobot sebesar 3.00 untuk dijadikan sumbu x, total bobot pada EFAS Matriks sebesar 3.35 yang merupakan titik y, maka posisi kualitas pelayanan PT Weha Jalan Jalan untuk memengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Gambar seperti berikut :

IFAS		
Tinggi	Sedang	Rendah
4,00 – 3,00	2,99 – 2,00	1,99 – 1,00
3,00		

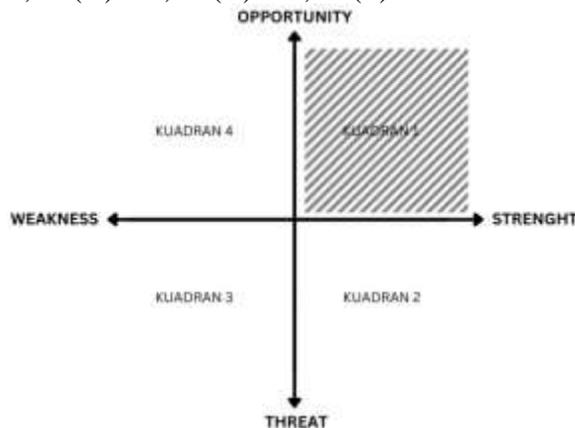


EFAS	3.3	I Growt h	II Growt h	III Retrench ment
	0	IV Stabili ty	V Growt h Stabili ty	VI Retrench ment
		VII Growt h	VIII Stabili ty	IX Retrench ment

Gambar 1. Matriks Internal – Eksternal Matriks Swot

Dari nilai yang didapatkan setelah melakukan analisis faktor internal dan eksternal, selanjutnya dilakukan pencarian nilai kuadran pada diagram analisis SWOT untuk mendapatkan posisi apa yang ditempati objek wisata Bojong Karnival. Pencarian nilai kuadran tersebut yaitu untuk mencari nilai X faktor kekuatan (S) dikurangi faktor kelemahan (W), sedangkan untuk mencari nilai Y faktor peluang (O) dikurangi faktor ancaman (T).

- a. $0,55 (S) - 0,45 (W) = 0,05 (X)$
- b. $0,55 (O) - 0,45 (C) = 0,05 (Y)$



Berdasarkan hasil pencarian nilai kuadran, nilai X dan Y menunjukkan bahwa posisi kualitas pelayanan PT Weha Jalan Jalan berada pada kuadran 1 (positif, positif). Posisi tersebut menunjukkan kualitas pelayanan PT Weha Jalan Jalan dalam posisi yang kuat dan memiliki peluang. Strategi yang direkomendasikan yaitu agresif. Artinya kualitas pelayanan dalam kondisi prima

sehingga memungkinkan untuk terus memberbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan dengan maksimal. Strategi yang harus diterapkan yaitu peluang untuk menutup kelemahan, sedangkan kekuatan akan digunakan untuk menghadapi tantangan.

Matriks SWOT ini digunakan ssebagai alat untuk menyusun berbagai faktor internal juga eksternal kualitas pelayanan PT Weha Jalan Jalan yang telah diidentifikasi sebelumnya untuk mengembangkan 4 strategi. Strategi Kekuatan-Peluang (SO), Strategi Kelemahan-Peluang (WO), Strategi Kekuatan-Ancaman (ST), Serta Strategi Kelemahan-Ancaman (WT). Skema analisis kualitas pelayanan PT Weha Jalan jalan dilihat dalam tabel berikut :

IFAS	Strengths 1. Variety of Tour Packages 2. Facilities Offered 3. Dedicated and Trained Tour Leader 4. Proactive and Responsive Tour Leader	Weaknesss 1. Handling Unexpected Situation 2. Challenges in Diverse Customer Needs 3. Ensuring Consistency of Service Quality 4. Managing Operational Complexities
EFAS	Oppurtunities 1. Increasing Customer Feedback 2. Expanding Variety of Tour Packages 3. Maintaining	Strategi S-O 1. Mengembangkan paket wisata baru dengan memanfaatkan variasi paket wisata yang sudah ada dan memaksimalkan fasilitas yang ditawarkan untuk menarik
		Strategi W-O 1. Mengembangkan pelatihan khusus bagi pemimpin tur untuk meningkatkan kemampuan dalam menangani situasi yang tidak terduga dengan memanfaatkan

<p>Technology Building Stronger Online Presence</p> <p>4.</p>	<p>lebih banyak pelanggan.</p> <p>2. Meningkatkan pemasaran online dengan memanfaatkan kehadiran pemimpin tur yang responsif dan terlatih untuk membangun citra positif perusahaan di media sosial dan situs web.</p> <p>3. Mengoptimalkan umpan balik pelanggan dengan memanfaatkan kemampuan pemimpin tur yang proaktif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.</p>	<p>kan umpan balik pelanggan.</p> <p>2. Memperbaiki sistem operasional dengan mengadopsi teknologi terbaru untuk mengatasi kompleksitas operasional dan memberikan layanan yang lebih konsisten sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang beragam.</p> <p>3. Memperkuat kehadiran online melalui website dan media sosial untuk mempromosikan variasi paket wisata dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.</p>	<p>High Standards External Factors Such as Road Traffic</p> <p>4.</p>	<p>dan menghadapi persaingan dari pesaing.</p> <p>2. Memberikan pelatihan khusus kepada pemimpin tur untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola faktor eksternal seperti cuaca dan lalu lintas yang dapat memengaruhi pengalaman wisata.</p> <p>3. Mempertahankan standar tinggi dalam pelayanan dengan melakukan evaluasi berkala dan meningkatkan keterampilan staf secara berkelanjutan.</p>	<p>an dampak terhadap pelanggan.</p> <p>2. Meningkatkan dan pengembangan sumber daya manusia untuk memastikan konsistensi kualitas layanan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam.</p> <p>3. Melakukan analisis kompetitif secara berkala untuk memonitor pesaing dan mengidentifikasi area untuk peningkatan layanan.</p> <p>4. Membangun kemitraan dengan penyedia layanan lain seperti transportasi dan akomodasi untuk mengatasi kompleksitas operasional dan meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan.</p>
<p>Threats</p> <p>1. Competitors</p> <p>2. External Factors Such as Weather</p> <p>3. Maintaining Current</p>	<p>Strategi S-T</p> <p>1. Meningkatkan kualitas dan nilai tambah dari paket wisata yang ditawarkan untuk menjaga keunggulan kompetitif</p>	<p>Strategi W-T</p> <p>1. Mengembangkan prosedur dan protokol khusus untuk menangani situasi yang tidak terduga dan meminimalkan</p>			

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2024



Matriks SWOT pada Tabel 3. menghasilkan 4 (empat) strategi alternative yang dapat dikembangkan sebagai optimalisasi pelayanan yang dapat diterapkan oleh PT Weha Jalan Jalan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam aspek tangible atau bukti fisik, PT Weha Jalan Jalan telah berhasil memenuhi harapan pelanggan dalam hal fasilitas transportasi dan akomodasi. Pelanggan merasa puas dengan bukti fisik yang diberikan, karena fasilitas tersebut sesuai dengan yang dijanjikan dan sebanding dengan harga yang mereka bayarkan. Selain itu, aplikasi explorer yang dimiliki perusahaan juga dinilai mudah diakses dan memiliki tampilan yang menarik, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian (Rizki Nurul Nugraha, Cahya Gilang, dan Dinda Putri, 2023) bahwa pelanggan akan merasa puas dengan bukti bukti fisik yang diberikan oleh penyedia jasa.

Dari sisi empathy atau kepedulian, Para tour leader PT Weha Jalan Jalan menunjukkan kepedulian yang tinggi terhadap kebutuhan pengunjung. Mereka mampu memahami dan memenuhi setiap kebutuhan dengan baik. Selain itu, mereka juga mampu menjalin hubungan yang baik dengan pengunjung, sehingga memastikan setiap kebutuhan terpenuhi secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa PT Weha Jalan Jalan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap pelanggan. Rizki Nurul Nugraha, Cahya Gilang, dan Dinda Putri pada penelitian di tahun 2023 yang membahas tentang kepuasan pelanggan di industri hotel juga sependapat bahwa aspek kepedulian dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam hal responsiveness atau ketanggapan, Responsiveness para tour leader PT Weha Jalan Jalan patut diapresiasi. Mereka mampu dengan cepat dan tepat menanggapi setiap permintaan dan keluhan selama perjalanan berlangsung. Kemampuan mereka dalam memberikan solusi dan menindaklanjuti setiap permintaan dengan cepat dan tepat

memastikan, membuat pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik.

Aspek reliability atau kehandalan juga menjadi kekuatan PT Weha Jalan Jalan. PT Weha Jalan Jalan memiliki kehandalan yang tinggi dalam memberikan tour kepada pelanggan. Para tour leader mampu membangun rasa kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung selama tour berlangsung. Selain itu, perusahaan juga memberikan briefing yang lengkap sebelum memulai tour ekstrim atau berisiko tinggi, sehingga memastikan keselamatan pengunjung. Keandalan ini menjadi salah satu kekuatan PT Weha Jalan Jalan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Analisis SWOT yang dilakukan juga menunjukkan bahwa PT Weha Jalan Jalan berada pada posisi yang kuat dan memiliki banyak peluang untuk terus berkembang. Dengan demikian, strategi agresif menjadi pilihan yang tepat untuk diimplementasikan. Strategi tersebut meliputi mengembangkan paket wisata baru, meningkatkan pemasaran online, mengoptimalkan umpan balik pelanggan, meningkatkan kualitas dan nilai tambah paket wisata, memberikan pelatihan khusus kepada tour leader, mempertahankan standar tinggi pelayanan, serta melakukan analisis kompetitif secara berkala.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Weha Jalan Jalan secara keseluruhan sudah baik dan memuaskan bagi pelanggan. Hal ini terlihat dari penilaian positif yang diberikan pelanggan terhadap kelima indikator kualitas pelayanan, yaitu tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance.
2. Analisis SWOT menunjukkan bahwa PT Weha Jalan Jalan berada pada posisi yang



- kuat dan memiliki banyak peluang untuk terus berkembang. Strategi agresif menjadi pilihan yang tepat untuk diimplementasikan agar perusahaan dapat terus meningkatkan pertumbuhan dan meraih kemajuan dengan maksimal.
- Strategi yang dapat diterapkan oleh PT Weha Jalan Jalan meliputi mengembangkan paket wisata baru, meningkatkan pemasaran online, mengoptimalkan umpan balik pelanggan, meningkatkan kualitas dan nilai tambah paket wisata, memberikan pelatihan khusus kepada tour leader, mempertahankan standar tinggi pelayanan, serta melakukan analisis kompetitif secara berkala.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

- PT Weha Jalan Jalan perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan.
- Implementasi strategi agresif yang telah dirumuskan perlu dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan agar perusahaan dapat terus bertumbuh dan bersaing dengan kompetitor lain.
- Perusahaan perlu secara berkala melakukan evaluasi terhadap implementasi strategi yang dilakukan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau dioptimalkan.
- Peningkatan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia, khususnya bagi para tour leader, perlu terus dilakukan agar mereka dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan mampu menghadapi situasi yang tidak terduga dengan lebih siap.
- Perusahaan perlu terus mengikuti perkembangan teknologi dan memanfaatkannya untuk meningkatkan efisiensi operasional serta memberikan

layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

- Keterlibatan pelanggan dalam memberikan umpan balik dan saran perlu terus ditingkatkan agar perusahaan dapat selalu mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan serta melakukan perbaikan yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almana, L. O., Sudarmanto, & Wekke, I. S. (2018). *Tata Kelola Perguruan Tinggi Berbasis Akreditasi (Pertama)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ananda, A., & Pradini, G. (2022). Peran Food & Beverage Service Dalam Memberikan Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Mcdonald's Jatipadang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(3), 263-277.
- Dewi, L., & Nathania, S. (2018). Pengukuran Aspek Kepuasan Konsumen Le Fluffy Dessert. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(1), 61-72.
- Hsannudin, S., Nugraha, R. N., & Chotimah, T. H. (2022). "Penerapan Bauran Pemasaran Pada Teraskita Hotel Jakarta". *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(3), 314-322.
- K.P. Ananda, C., G., Fatimah, D., P., & Nugraha, R., N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Front Office Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengelolaan Hotel Horison Bekasi. *Jurnal Daya Saing*, 9(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- KP. Ananda., C., G., Fatimah, D., P., & Nugraha, R., N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Front Office Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengelolaan Hotel Horison Bekasi. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 92-104.



- [8] Maranisya, U., Putri, M., E., Leonard, R. Delen, K., Puspita T., D., Kusmayanti, T., Achmad, V., S. (2023). Pengaruh Kualitas Penyelenggaraan Acara Musik Terhadap Kepuasan Penonton Konser NCT 127. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 267-270.
- [9] Nugraha, R. N., & Angligan, I. G. K. H. (2022). "REVENGE TOURISM". *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 1359-1370.
- [10] Nugraha, R. N., & Rosa, P. D. (2022). "Pengelolaan Museum Bahari Sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi Di Jakarta". *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6477-6486.
- [11] Nugraha, R. N., Dewi, L., Purnama, N., & Putri, A. A. (2021). Pengembangan Kampung Adat Priijing Sebagai Desa Wisata (Rebranding) Desa Tebara, Kabupaten Sumba Barat. *Turn Journal*, 1(2)
- [12] Nugraha, R. N., Yuliantini, T., & Karyatun, S. (2019). Tren Pariwisata DKI Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 317-328.
- [13] Nugraha, R., N. & Salsabila, R., A., D., A. 2023. Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe Cuci Mulut Depok). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 524-530.
- [14] Nugraha, R., N., & Angelyca, T. (2023). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Museum Sejarah Jakarta Pasca Pandemi Covid – 19. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 512-517
- [15] Nugraha, R., N., & Hardika, P. (2023). Analisis Konsep 3a Dalam Pengembangan Wisata Kota Tua. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 531-543
- [16] Nugraha, R., N., & Virgiawan, F. (2022). Pengembangan Daya Tarik Wisata di Objek Wisata Telaga Arwana Cibur. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6445-6454.
- [17] Nugroho. (2020). Beberapa Masalah Dalam Pembangunan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Pariwisata*, 124. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>.
- [18] Pambagio, A. (2018). Data, target, dan implementasi sektor pariwisata. Retrieved from <https://news.detik.com/kolom/d-3886618/data-target-dan-implementasi-sektor-pariwisata>
- [19] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi.
- [20] Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah*, 2, 170–178.
- [21] Wahyuni, S., A., W., & Erawati, N., W., M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Maya Ubud Resort & Spa. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis*, 1(9), 2561-2575.
- [22] Wittsdy, J., H., Salsabila, R., A., D., A., Sulisty, D., R., dan Nugraha, R., N. (2023). Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe Cuci Mulut Depok). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(9), 7611-7617.
- [23] Zhafirah, A., & Nugraha, R., N., (2022). Potensi Wisata Bahari Dalam Mendukung Pariwisata Di Pulau Sangiang, Banten. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6463-6470.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN