

ABSTRAK SKRIPSI

Pemerintah melihat bahwa industri pariwisata dapat diandalkan sebagai penghasil devisa yang cukup besar, apalagi Indonesia memiliki potensi pariwisata yang melimpah dengan alamnya yang indah dan budayanya yang beraneka ragam. Dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, sektor pariwisata merupakan andalan pendapatan devisa. Posisinyapun naik dari peringkat kelima menjadi peringkat ketiga dalam perolehan devisa, setelah tekstil dan kayu (Sumber: Warta Ekonomi No. 08/VII/ 17 Juli 1995, hal. 22). Selain itu dengan adanya pembangunan kepariwisataan Indonesia diharapkan dapat memperkenalkan kebudayaan bangsa melalui adat istiadat, keramah tamahan penduduk, serta keindahan alam Indonesia. Ditetapkannya tahun 1991 sebagai Tahun Kunjungan Wisata dan ditunjang dengan diadakannya Asean Tourism Forum di Surabaya sebagai ajang promosi wisata negara-negara Asean maka diharapkan banyak wisatawan yang berkunjung ke negara-negara Asean terutama ke Indonesia. Salah satu sarana yang dapat dipergunakan oleh para wisatawan untuk berwisata adalah menggunakan biro perjalanan wisata.

Berdasarkan sumber dari Kanwil VII Depparpostel Jawa Timur, diperoleh data peningkatan jumlah wisatawan yang menggunakan jasa biro perjalanan umum dari Surabaya selama tahun 1993-1996. Dengan semakin meningkatnya jumlah wisatawan asing maupun domestik di Surabaya dan adanya dukungan dari pemerintah untuk pembangunan sektor kepariwisataan maka hal ini membawa dampak semakin banyak didirikan biro perjalanan umum (tour dan travel) di Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan data yang diperoleh dari Kanwil VII Depparpostel Jatim, yang menunjukkan peningkatan jumlah biro perjalanan umum beserta cabang-cabangnya di Surabaya dari tahun 1993 sampai tahun 1996. Di antara biro

perjalanan tersebut, yang saat ini bersaing karena memiliki jenis layanan yang hampir sama, berspesialisasi pada Bali tour, lokasi usaha yang relatif tidak begitu jauh, dan jam kerja yang hampir sama serta jumlah karyawan yang hampir sama pula adalah Wita Tour yang berlokasi di jalan Sulawesi 45, Surabaya dan PT Vayatour yang berlokasi di jalan Basuki Rahmat 8 - 12. Dari layanan-layanan yang diberikan oleh kedua biro perjalanan wisata tersebut (meliputi Outbond, Inbound, Incentive Tour, Homestay, Ticketing, pengurusan dokumen perjalanan, pemesanan hotel baik di dalam negeri maupun di luar negeri), bila diamati dari penjualan tiket pesawat udara domestik dan internasional, keduanya mengalami persentase kenaikan yang tidak berbeda jauh.

Berdasarkan sigi pendahuluan dan wawancara yang dilakukan pada 20 orang responden Wita Tour dan 20 orang responden PT Vayatour, dengan target populasi adalah konsumen yang pernah melakukan pemesanan dan atau pembelian tiket pesawat udara (domestik maupun internasional), pernah mengikuti paket tour yang ditawarkan oleh biro perjalanan Wita Tour dan PT Vayatour di Surabaya, diperoleh informasi yang menunjukkan adanya keunggulan-keunggulan dan kelemahan-kelemahan tertentu yang dimiliki oleh masing-masing biro perjalanan dalam hal kualitas layanannya.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh biro perjalanan Wita Tour maupun PT Vayatour di Surabaya ditinjau dari lima dimensi kualitas layanan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini termasuk dalam penelitian konklusif deskriptif yang bersifat komparatif. Dalam penelitian ini tidak terdapat pola hubungan antar peubah, karena dalam penelitian ini hanya terdapat satu peubah yaitu kualitas layanan.

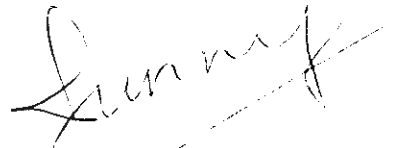
Kualitas layanan yang dimaksud adalah layanan pada saat pemesanan dan atau pembelian tiket pesawat udara (baik domestik maupun internasional) serta pada saat mengikuti paket tour yang ditawarkan oleh kedua biro perjalanan tersebut. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada sejumlah responden yang merupakan konsumen Wita Tour dan PT Vayatour di Surabaya. Target dan karakteristik populasi yang akan diraih adalah konsumen baik pria maupun wanita yang pernah melakukan pemesanan dan atau pembelian tiket pesawat udara baik domestik maupun internasional dan mengikuti tour di Wita Tour atau di PT Vayatour di Surabaya dengan karakteristik minimal tiga kali dalam dua tahun terakhir, berpendidikan minimal SMU, dan memilih biro perjalanan karena pertimbangan kualitas layanan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *quota sampling*, dimana karakteristik pengendali pernah menggunakan jasa WitaTour dan PT Vayatour di Surabaya tiga kali dalam dua tahun terakhir. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang dimulai pada bulan November 1997 sampai dengan bulan Februari 1998. Aras pengukuran yang digunakan adalah aras interval dengan menggunakan skala *semantic differensial monopolar adjective*. Metode pengolahan data dengan menggunakan rata-rata, deviasi standar, dan koefisien variasi. Uji statistik yang digunakan adalah tabel t, yang berjenis *two sample test* dengan dua ekor (*two tail*) dimana *level of significant (α)* yang digunakan dalam pengujian ini adalah 5%.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa ternyata ada perbedaan kualitas layanan antara biro perjalanan Wita Tour dengan PT Vayatour di Surabaya pada dimensi kualitas layanan secara keseluruhan, dimensi *tangibles*, *reliability*, dan *assurance*. Sedangkan pada dimensi

responsiveness dan *emphaty* didapatkan hasil bahwa tidak ada perbedaan kualitas layanan antara biro perjalanan Wita Tour dan PT Vayatour di Surabaya.

Surabaya, 20 Maret 1998

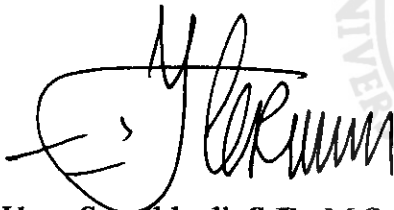
Mahasiswa yang bersangkutan



Funny

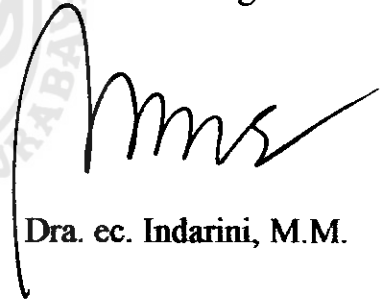
Mengetahui,

Pembimbing I



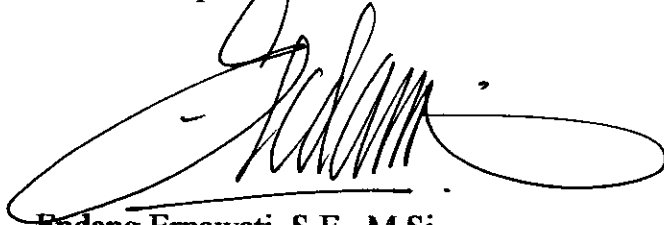
Heru Suprihadi, S.E., M.S.

Pembimbing II



Dra. ec. Indarini, M.M.

Pimpinan PTS



Endang Ernawati, S.E., M.Si.