



Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada PT Dewi Wisata Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia: Pendekatan Kualitatif Berbasis SERVQUAL

Nur Fatima Zehra^{1*}, Tiara Prisca Sabilla², Ramadhani Sanjaya³, Laili, Banuwa Fadila⁴

¹⁻⁴Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Lampung, Indonesia

*Penulis Korespondensi: tiara.sabilla@feb.unila.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze service quality and customer satisfaction at PT Dewi Wisata, South Sulawesi Province, using a SERVQUAL-based qualitative approach. The research employed a descriptive qualitative method with data collected through in-depth interviews, non-participant observation, and documentation studies. Informants included company management, service staff, customers, and business partners involved in the company's operations. The analysis was conducted based on the five SERVQUAL dimensions, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. The results indicate that the overall service quality of PT Dewi Wisata is categorized as good and has successfully generated a high level of customer satisfaction. Responsiveness and empathy were identified as the most influential dimensions affecting customer satisfaction, reflected in prompt responses, ease of communication, friendly service, and the company's ability to provide solutions to customer problems. In addition, reliability and assurance contributed to building customer trust through accurate information and professional services, while tangibles served as supporting factors that strengthened the company's professional image. The findings suggest that high-quality service contributes positively to customer satisfaction, customer loyalty, and the sustainability of travel service businesses.*

Keywords: Customer Satisfaction; PT Dewi Wisata; Service Quality; SERVQUAL; Travel Agency Services.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT Dewi Wisata Provinsi Sulawesi Selatan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis SERVQUAL. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi nonpartisipatif, dan studi dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas manajemen perusahaan, staf pelayanan, pelanggan, serta mitra usaha yang terkait dengan operasional perusahaan. Analisis dilakukan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT Dewi Wisata secara umum berada pada kategori baik dan mampu menciptakan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Dimensi responsiveness dan empathy merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, yang tercermin dari kecepatan respons, kemudahan komunikasi, keramahan pelayanan, serta kemampuan perusahaan dalam memberikan solusi terhadap permasalahan pelanggan. Selain itu, reliability dan assurance berperan dalam membangun kepercayaan pelanggan melalui penyampaian informasi yang akurat dan pelayanan yang profesional, sedangkan tangibles berfungsi sebagai faktor pendukung yang memperkuat citra perusahaan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, serta keberlanjutan usaha perusahaan jasa perjalanan wisata.

Kata Kunci: Jasa Perjalanan Wisata; Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan; PT Dewi Wisata; SERVQUAL.

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta perolehan devisa negara. Industri pariwisata juga berperan dalam memperkuat identitas budaya daerah, memperluas peluang investasi, serta mendorong pembangunan wilayah secara berkelanjutan (Irawan & Ganiza, 2021). Menurut UN Tourism, pemulihan sektor pariwisata global pascapandemi COVID-19 menunjukkan tren yang positif dengan meningkatnya mobilitas wisatawan internasional dan permintaan terhadap layanan

perjalanan wisata (UN Tourism, 2024). Kondisi tersebut memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pelaku industri pariwisata untuk meningkatkan kualitas layanan agar mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan yang semakin kompleks.

Di Indonesia, sektor pariwisata terus berkembang dan menjadi salah satu sektor prioritas dalam pembangunan nasional. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia terus mendorong pengembangan destinasi wisata, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta penguatan pelayanan pariwisata berbasis digital guna meningkatkan daya saing industri pariwisata nasional (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2024). Selain itu, data dari Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa aktivitas perjalanan wisata di Provinsi Sulawesi Selatan mengalami peningkatan pada tahun 2024 seiring membaiknya kondisi ekonomi dan meningkatnya minat masyarakat terhadap kegiatan wisata domestik (Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, 2024). Peningkatan tersebut turut mendorong pertumbuhan berbagai usaha pendukung pariwisata, termasuk perusahaan jasa perjalanan wisata (travel agent).

Perusahaan jasa perjalanan wisata memiliki peranan penting dalam mendukung aktivitas pariwisata melalui penyediaan layanan perjalanan secara terintegrasi. Layanan tersebut mencakup penjualan tiket transportasi, reservasi hotel, pengurusan dokumen perjalanan, hingga penyusunan paket wisata domestik maupun internasional (Immanuel & Tanoto, 2019). Perkembangan industri travel agent di Indonesia menunjukkan perubahan yang cukup signifikan, terutama setelah pandemi COVID-19 yang mendorong perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital (Nawangsari & Purnami, 2021). Kehadiran berbagai platform Online Travel Agent (OTA) memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam membandingkan harga, memperoleh informasi wisata, dan melakukan transaksi secara cepat dan praktis. Namun, kondisi tersebut juga meningkatkan tingkat persaingan antarperusahaan jasa perjalanan wisata.

Persaingan yang semakin kompetitif menuntut perusahaan jasa perjalanan wisata untuk mampu memberikan kualitas pelayanan yang optimal. Dalam industri jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan dan membangun loyalitas jangka panjang (Lovelock & Wirtz, 2021). Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui pelayanan yang unggul dan konsisten. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan terhadap perusahaan.

Konsep kualitas pelayanan banyak dijelaskan melalui model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Model ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi utama, yaitu reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati), dan tangibles (bukti fisik). Reliability berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara tepat dan akurat sesuai janji. Responsiveness menunjukkan kesediaan perusahaan dalam membantu pelanggan secara cepat dan tanggap. Assurance mencerminkan kemampuan karyawan dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan. Empathy berkaitan dengan perhatian dan kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan, sedangkan tangibles mencakup fasilitas fisik, penampilan pegawai, dan sarana pendukung pelayanan (Tjiptono & Chandra, 2022).

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pelanggan terhadap pengalaman yang diperoleh setelah menggunakan suatu produk atau jasa (Zeithaml et al., 2020). Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, dan membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan (Lupiyoadi, 2020). Sebaliknya, pelanggan yang merasa tidak puas dapat memberikan penilaian negatif, mengurangi tingkat loyalitas, bahkan berpindah kepada perusahaan pesaing. Oleh karena itu, perusahaan jasa perlu memahami harapan pelanggan serta melakukan evaluasi layanan secara berkelanjutan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam konteks industri pariwisata, kualitas pelayanan memiliki peranan yang sangat penting karena produk utama yang ditawarkan bersifat intangible atau tidak berwujud. Pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir perjalanan wisata, tetapi juga pengalaman pelayanan yang diperoleh selama proses transaksi hingga pelaksanaan perjalanan. Bafadhal (2021) menjelaskan bahwa manajemen pelayanan dan penanganan komplain yang baik menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan. Selain itu, Rosana (2022) menyatakan bahwa pemulihan sektor pariwisata pascapandemi sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang aman, nyaman, responsif, dan sesuai kebutuhan pelanggan.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada sektor jasa. Penelitian Fatini dan Dewi (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung pada sektor wisata. Hasil serupa juga ditemukan oleh Mumtaza dan Millanyani (2023) pada perusahaan jasa travel serta Heykal et al. (2024) pada jasa open trip yang menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian Putri dan Hidayat (2023) juga menegaskan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam membentuk loyalitas pelanggan pada industri jasa. Selain itu, Kamila dan Wardhana (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada layanan perjalanan haji dan umrah pascapandemi COVID-19.

PT Dewi Wisata merupakan salah satu perusahaan jasa perjalanan wisata yang beroperasi di Provinsi Sulawesi Selatan sejak tahun 2005. Perusahaan ini menyediakan berbagai layanan perjalanan seperti penjualan tiket pesawat, reservasi hotel, pengurusan paspor dan visa, serta penyelenggaraan paket wisata domestik dan internasional. Dalam menghadapi perkembangan industri pariwisata yang semakin dinamis, PT Dewi Wisata terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan melalui pengembangan kompetensi sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital, serta evaluasi pelayanan secara berkala. Namun demikian, perubahan perilaku konsumen pascapandemi dan meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan digital menuntut perusahaan untuk terus melakukan inovasi layanan agar mampu bersaing dengan perusahaan travel lainnya.

Pelanggan saat ini tidak hanya mengharapkan pelayanan yang cepat dan akurat, tetapi juga menginginkan pengalaman pelayanan yang nyaman, komunikatif, responsif, dan mampu memberikan solusi terhadap kebutuhan perjalanan mereka. Kondisi tersebut menjadikan kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang sangat menentukan tingkat kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa perjalanan wisata. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka perusahaan berpotensi kehilangan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, sebagian besar kajian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan masih berfokus pada sektor perhotelan, restoran, rumah sakit, dan layanan publik. Penelitian yang secara khusus mengkaji kualitas pelayanan berdasarkan dimensi SERVQUAL pada perusahaan jasa perjalanan wisata di wilayah Sulawesi Selatan masih relatif terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kualitas pelayanan diterapkan dan dirasakan oleh pelanggan dalam konteks perusahaan jasa perjalanan wisata.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT Dewi Wisata Provinsi Sulawesi Selatan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis SERVQUAL. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran jasa, khususnya terkait kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada industri pariwisata. Selain itu, hasil penelitian

diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi PT Dewi Wisata dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin kompetitif.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT Dewi Wisata Provinsi Sulawesi Selatan. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali persepsi, pengalaman, dan penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan secara lebih komprehensif sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan (Creswell & Creswell, 2018).

Lokasi penelitian adalah PT Dewi Wisata, sebuah perusahaan jasa perjalanan wisata yang beroperasi di Provinsi Sulawesi Selatan. Perusahaan ini dipilih secara purposive karena memiliki pengalaman yang cukup panjang dalam industri perjalanan wisata dan menyediakan berbagai layanan, seperti penjualan tiket pesawat, reservasi hotel, pengurusan paspor dan visa, serta penyelenggaraan paket wisata domestik dan internasional. Penelitian dilaksanakan selama satu bulan, mulai dari proses pengumpulan data hingga analisis hasil penelitian.

Sumber data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan informan yang dianggap memahami dan terlibat langsung dalam proses pelayanan perusahaan. Informan penelitian meliputi manajemen perusahaan, staf pelayanan (frontline staff), pelanggan, serta mitra usaha yang bekerja sama dengan PT Dewi Wisata, seperti penyedia akomodasi dan transportasi wisata. Data sekunder diperoleh dari dokumen internal perusahaan, laporan operasional, data pelanggan, literatur ilmiah, jurnal, buku, serta publikasi resmi dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik (BPS).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi nonpartisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Observasi nonpartisipatif dilakukan dengan mengamati secara langsung proses pelayanan pelanggan tanpa keterlibatan peneliti dalam aktivitas operasional perusahaan. Sementara itu, studi dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data penelitian melalui berbagai dokumen yang relevan dengan fokus penelitian.

Analisis kualitas pelayanan dalam penelitian ini menggunakan model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang meliputi lima dimensi, yaitu reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati), dan tangibles (bukti fisik). Kelima dimensi tersebut digunakan sebagai kerangka analisis untuk mengidentifikasi bagaimana kualitas pelayanan diterapkan oleh perusahaan dan bagaimana pelanggan menilai pelayanan yang diterima.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu kondensasi data (data condensation), penyajian data (data display), dan penarikan serta verifikasi kesimpulan (conclusion drawing and verification). Pada tahap kondensasi data, peneliti melakukan seleksi, penyederhanaan, dan pengelompokan data sesuai fokus penelitian. Selanjutnya, data yang telah terorganisasi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan identifikasi pola dan hubungan antar-temuan. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan pola yang muncul dari data serta melakukan verifikasi secara berkelanjutan selama proses penelitian.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik ini digunakan untuk meningkatkan kredibilitas dan validitas temuan penelitian sehingga hasil yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT Dewi Wisata secara lebih objektif dan komprehensif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum PT Dewi Wisata

PT Dewi Wisata merupakan perusahaan jasa perjalanan wisata yang berlokasi di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2005 dan bergerak dalam penyediaan berbagai layanan perjalanan, seperti penjualan tiket pesawat, reservasi hotel, pengurusan dokumen perjalanan (paspor dan visa), serta penyelenggaraan paket wisata domestik dan internasional. Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan bekerja sama dengan berbagai mitra strategis di sektor penerbangan, perhotelan, dan transportasi wisata.

Sebagai perusahaan jasa, keberhasilan PT Dewi Wisata sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles

Analisis Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi SERVQUAL

Reliability (Keandalan)

Dimensi reliability berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara akurat, konsisten, dan sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, PT Dewi Wisata dinilai mampu memberikan layanan pemesanan tiket, reservasi hotel, dan pengurusan dokumen perjalanan secara tepat dan sesuai kebutuhan pelanggan.

Sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa informasi mengenai jadwal perjalanan, harga, serta fasilitas wisata disampaikan secara jelas dan akurat. Keandalan pelayanan ini menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang berasal dari pihak eksternal, seperti perubahan jadwal maskapai penerbangan dan keterlambatan konfirmasi dari mitra wisata, yang terkadang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Temuan ini menunjukkan bahwa reliability merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT Dewi Wisata.

Responsiveness (Daya Tanggap)

Responsiveness berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan dalam membantu pelanggan secara cepat dan tepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap merupakan dimensi yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan menilai bahwa staf PT Dewi Wisata cukup responsif dalam menjawab pertanyaan, memberikan informasi perjalanan, serta menangani perubahan jadwal maupun keluhan pelanggan. Komunikasi melalui telepon dan WhatsApp menjadi media utama yang memudahkan pelanggan memperoleh layanan secara cepat.

Meskipun demikian, beberapa pelanggan mengeluhkan keterlambatan respons pada periode libur panjang atau musim wisata ketika volume permintaan meningkat secara signifikan. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas pelayanan agar perusahaan mampu mempertahankan kecepatan respons pada saat permintaan tinggi.

Assurance (Jaminan)

Dimensi assurance berkaitan dengan pengetahuan, kompetensi, kesopanan, serta kemampuan karyawan dalam memberikan rasa aman kepada pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan merasa yakin menggunakan layanan PT Dewi Wisata karena staf mampu menjelaskan produk wisata secara rinci serta memberikan solusi ketika terjadi kendala perjalanan.

Selain itu, pengalaman perusahaan yang telah beroperasi selama lebih dari dua dekade turut meningkatkan tingkat kepercayaan pelanggan. Sikap profesional, kemampuan komunikasi yang baik, dan penguasaan informasi perjalanan menjadi faktor yang memperkuat persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa assurance berperan penting dalam menciptakan rasa percaya dan mengurangi ketidakpastian pelanggan dalam menggunakan jasa perjalanan wisata.

Empathy (Empati)

Empathy menunjukkan perhatian dan kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan individual pelanggan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, karyawan PT Dewi Wisata berupaya memberikan pelayanan yang bersifat personal sesuai kebutuhan masing-masing pelanggan.

Pelanggan mengungkapkan bahwa staf perusahaan bersikap ramah, mudah dihubungi, serta bersedia memberikan alternatif solusi ketika terjadi perubahan jadwal perjalanan atau kendala lainnya. Pendekatan personal tersebut membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan. Temuan ini menunjukkan bahwa dimensi empati menjadi salah satu faktor utama yang mendorong terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hubungan yang baik antara pelanggan dan staf perusahaan turut memperkuat pengalaman pelayanan yang positif.

Tangibles (Bukti Fisik)

Dimensi tangibles berkaitan dengan kondisi fasilitas fisik, peralatan, teknologi, serta penampilan karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan kerja PT Dewi Wisata cukup nyaman dan mendukung proses pelayanan pelanggan. Perusahaan memiliki fasilitas pendukung seperti komputer, akses internet, ruang pelayanan yang tertata rapi, serta sistem komunikasi digital yang memudahkan pelanggan melakukan transaksi. Pemanfaatan WhatsApp Business dan sistem pembayaran digital juga memberikan kemudahan dalam proses pelayanan.

Walaupun bukan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan, keberadaan fasilitas yang memadai memberikan kesan profesional dan meningkatkan kenyamanan pelanggan selama menggunakan layanan perusahaan.

Kepuasan Pelanggan PT Dewi Wisata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan PT Dewi Wisata. Tingkat kepuasan terutama dipengaruhi oleh kecepatan pelayanan, keramahan staf, kemudahan komunikasi, serta kemampuan perusahaan dalam memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi pelanggan.

Pelanggan juga menilai bahwa harga yang ditawarkan relatif kompetitif dibandingkan dengan agen perjalanan lain di Kota Makassar. Selain itu, kemudahan proses pemesanan secara daring memberikan nilai tambah yang meningkatkan pengalaman pelanggan. Tingginya tingkat kepuasan tercermin dari banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian ulang (repeat order) dan memberikan ulasan positif terhadap perusahaan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan PT Dewi Wisata. Temuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles.

Dari kelima dimensi tersebut, responsiveness dan empathy merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan. Kecepatan respons dalam memberikan informasi serta kemampuan staf dalam memahami kebutuhan pelanggan terbukti meningkatkan pengalaman pelayanan secara signifikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Tjiptono (2020) yang menyatakan bahwa pelanggan cenderung merasa puas ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan berorientasi pada solusi.

Selain itu, reliability dan assurance juga berkontribusi dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Keakuratan informasi dan kompetensi karyawan menciptakan rasa aman bagi pelanggan dalam menggunakan layanan perjalanan wisata. Sementara itu, dimensi tangibles berfungsi sebagai faktor pendukung yang memperkuat persepsi profesionalisme perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan PT Dewi Wisata, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, memperkuat sistem pelayanan digital, serta mengembangkan standar pelayanan yang lebih terstruktur guna mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin kompetitif.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT Dewi Wisata Provinsi Sulawesi Selatan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis SERVQUAL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Berdasarkan analisis lima dimensi SERVQUAL, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles, seluruh dimensi telah diterapkan oleh PT Dewi Wisata dalam proses pelayanan kepada pelanggan. Namun demikian, dimensi responsiveness (daya tanggap) dan empathy (empati) merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan memberikan penilaian positif terhadap kecepatan respons staf, kemudahan komunikasi, keramahan pelayanan, serta kemampuan perusahaan dalam memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan perjalanan yang dihadapi pelanggan.

Dimensi reliability (keandalan) dan assurance (jaminan) juga berkontribusi dalam membangun kepercayaan pelanggan melalui penyampaian informasi yang akurat, pelayanan yang profesional, serta kemampuan staf dalam memberikan rasa aman selama proses transaksi. Sementara itu, dimensi tangibles (bukti fisik) berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat citra profesional perusahaan melalui fasilitas pelayanan yang memadai dan pemanfaatan teknologi digital dalam proses pemesanan.

Secara umum, pelanggan PT Dewi Wisata menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi yang tercermin dari adanya pelanggan tetap (repeat order), ulasan positif, serta hubungan jangka panjang yang terjalin antara pelanggan dan perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan sekaligus mendorong loyalitas pelanggan dalam industri jasa pariwisata.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh PT Dewi Wisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Pertama, perusahaan perlu meningkatkan kapasitas pelayanan terutama pada periode liburan dan musim wisata ketika volume permintaan pelanggan meningkat secara signifikan. Penambahan personel layanan pelanggan atau penerapan sistem respons otomatis dapat membantu mempercepat waktu tanggapan terhadap pelanggan. Kedua, perusahaan perlu menyusun dan mendokumentasikan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan secara

lebih formal agar kualitas pelayanan dapat terjaga secara konsisten meskipun terjadi pergantian karyawan. SOP tersebut perlu mencakup prosedur pelayanan pelanggan, penanganan keluhan, komunikasi digital, serta mekanisme tindak lanjut pasca pelayanan.

Ketiga, pelatihan sumber daya manusia perlu dilakukan secara berkelanjutan, khususnya pada aspek komunikasi interpersonal, pelayanan pelanggan, manajemen keluhan, dan pemanfaatan teknologi digital. Kompetensi karyawan yang baik akan memperkuat dimensi responsiveness, assurance, dan empathy yang terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Keempat, perusahaan perlu memperkuat digitalisasi layanan melalui pengembangan sistem reservasi yang lebih terintegrasi, penggunaan platform komunikasi digital yang efektif, serta optimalisasi media sosial sebagai sarana pelayanan dan promosi. Digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi pelayanan sekaligus memperluas jangkauan pasar.

Kelima, perusahaan perlu mengembangkan sistem evaluasi kepuasan pelanggan secara berkala melalui survei atau mekanisme umpan balik digital. Informasi yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam perbaikan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Dengan menerapkan berbagai strategi tersebut, PT Dewi Wisata diharapkan mampu mempertahankan kualitas pelayanan, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat daya saing perusahaan di tengah perkembangan industri pariwisata yang semakin dinamis dan kompetitif.

Keterbatasan Penelitian Dan Saran Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada satu perusahaan jasa perjalanan wisata, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh industri pariwisata di Indonesia. Selain itu, jumlah informan yang terbatas menyebabkan hasil penelitian lebih menekankan pada pemahaman mendalam mengenai fenomena yang terjadi pada PT Dewi Wisata.

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden yang lebih besar untuk mengukur pengaruh masing-masing dimensi SERVQUAL terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan secara statistik.

Penelitian berikutnya juga dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas hubungan pelanggan (*customer relationship management*), kepercayaan pelanggan, kualitas layanan digital, maupun loyalitas pelanggan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen pada industri jasa pariwisata.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada PT Dewi Wisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Meningkatkan kecepatan respons layanan pelanggan, terutama pada periode liburan dan musim ramai, melalui penambahan personel atau pengaturan jadwal kerja yang lebih efektif sehingga pelanggan dapat memperoleh informasi dan bantuan secara lebih cepat. Menyusun dan mendokumentasikan *Standard Operating Procedure* (SOP) pelayanan secara lebih formal dan terstruktur, sehingga seluruh karyawan memiliki pedoman yang seragam dalam memberikan pelayanan, menangani keluhan, serta menyelesaikan permasalahan pelanggan. Melaksanakan pelatihan pelayanan pelanggan secara berkala, khususnya terkait komunikasi, penanganan keluhan, penggunaan teknologi digital, dan pengembangan keterampilan interpersonal guna meningkatkan profesionalisme karyawan. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital melalui pengembangan sistem reservasi dan layanan pelanggan yang lebih terintegrasi untuk mempercepat proses transaksi, meningkatkan akurasi informasi, serta memudahkan pelanggan dalam mengakses layanan. Meningkatkan sistem evaluasi kepuasan pelanggan secara berkelanjutan, baik melalui survei, formulir umpan balik, maupun pemantauan ulasan pelanggan pada platform digital, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan melakukan perbaikan layanan secara berkesinambungan. Memperkuat kerja sama dengan mitra eksternal, seperti maskapai penerbangan, hotel, dan operator wisata, guna meminimalkan kendala pelayanan yang disebabkan oleh faktor di luar kendali perusahaan serta menjaga kualitas pengalaman pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R. (2022). *Dampak pandemi COVID-19 terhadap sektor pariwisata di Indonesia*. Penerbit Pariwisata Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan. (2024). *Statistik pariwisata Sulawesi Selatan 2024*. BPS Provinsi Sulawesi Selatan.
- Bafadhal, A. S. (2021). *Manajemen komplain dan kualitas layanan pariwisata*. Tirtabhuna Media.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage.
- Fatini, N. A., & Dewi, R. S. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Vanaprastha Gedong Songo Park Kabupaten Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Heykal, M., Prasetya, S., & Harsanti, P. S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa wisata (Open Trip) C.V Tidung Island. *Jurnal Ekonomi*

Manajemen Akuntansi (EMA), 30(1), 250–265.
<https://doi.org/10.59725/ema.v30i1.226>

- Imanuel, H., & Tanoto, P. (2019). Perkembangan travel agent di Indonesia. *Jurnal Manajemen Jasa*, 7(1), 23–34.
- Irawan, B., & Ganiza, R. (2021). Kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 12(2), 45–56.
- Kamila, N., & Wardhana, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen setelah layanan haji dan umrah dibuka kembali pada masa pandemi COVID-19. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(1), 548–565. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1708>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024). *Data wisatawan dan kepuasan pariwisata nasional 2024*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). Pearson.
- Lupiyadi, R. (2020). *Manajemen pemasaran jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage.
- Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Urbans Travel. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(2), 1645–1652. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3242>
- Nawangsari, I., & Purnami, N. (2021). Tren industri travel agent di Indonesia pasca-pandemi. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 9(3), 112–123.
- Nugroho, Y. (2020). Sektor pariwisata sebagai motor pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(1), 14–25.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Putri, D. A., & Hidayat, R. (2023). The effect of service quality on customer satisfaction in service industries. *Journal of Business and Management Studies*, 5(2), 45–56.
- Rahayu, S., & Yatun, R. F. (2023). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tour Agent Cah Pantai. *Jurnal JEKMA*, 2(2), 187–195. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.863>
- Rosana, D. (2022). Pemulihan sektor pariwisata Indonesia pasca COVID-19. *Jurnal Ekonomi Pariwisata*, 8(2), 55–67.
- Sabon, S., et al. (2018). Global tourism trends and their economic impact. *International Journal of Tourism Research*, 20(4), 456–468.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran* (5th ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Service, quality and customer satisfaction* (5th ed.). Andi.

UN Tourism. (2024). *World tourism barometer 2024*. UN Tourism.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.