

Analisis Kualitas Jasa Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada CV Travel Tulus Di MuaraTeweh

Rinto Alexandro^{1*}, Kuwing Baboe²

¹² Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Palangka Raya

Abstrak

Perkembangan jumlah perusahaan jasa transportasi (travel) yang dimiliki pihak swasta saat ini, menunjukkan perkembangan yang cukup tinggi, sehingga tingkat persaingan untuk mendapatkan pelanggan semakin sulit. Sejalan dengan hal tersebut salah satu strategi yang dilakukan pemilik usaha jasa pelayanan (travel) dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas pelayanan yang optimal, diharapkan pihak yang memberikan jasa pelayanan transportasi akan mampu memenuhi harapan dari konsumennya, mampu memenangkan persaingan yang pada akhirnya akan memperoleh laba yang maksimal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan kualitas jasa untuk meningkatkan jumlah pelanggan pada Travel Tulus di MuaraTeweh. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini melibatkan 7 informan yang dipilih secara acak berdasarkan latar dari individu yang bersangkutan sebagai bagian dari satu kesatuan yang utuh. Data yang dijarah dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi terlebih dahulu, kemudian melakukan wawancara, dan mendokumentasikan data yang diperlukan, baik data primer maupun data sekunder, lalu dianalisis secara kualitatif dan ditarik suatu kesimpulan. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa untuk meningkatkan jumlah pelanggan pada CV. Travel Tulus di Muara Teweh adalah memfokuskan kepada kepuasan konsumen, yaitu dengan berusaha memenuhi harapan konsumen, melangkah lebih jauh dari dugaan konsumen dan berbuat sesuatu yang lebih dari pada yang diharapkan konsumen sehingga mereka tertarik untuk kembali. Bahkan, mereka akan menginformasikan pengalamannya itu kepada orang lain. Usaha CV. Travel Tulus di Muara Teweh untuk memuaskan konsumen adalah mengacu pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu Reliability (Keandalan); Tangible (Bukti Fisik); Responsiveness (Ketanggapan); Empathy (Perhatian); Assurance (Jaminan dan Kepastian).

Kata Kunci: kualitas jasa dan pelanggan

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, sarana transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan selalu dibutuhkan manusia. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Betapa besar peranan transportasi bagi kehidupan manusia sehingga bisnis di bidang jasa transportasi semakin meningkat. Pada era globalisasi yang cepat ini dibutuhkan suatu transportasi yang cepat, nyaman dan aman. Banyak orang memilih travel untuk perjalanan karena cepat, nyaman dan aman (Panjaitan dkk, 2010:1). Sehingga perusahaan-perusahaan transportasi travel saling bersaing untuk merebut minat masyarakat agar mau menggunakan jasa yang ditawarkan. Tingkat persaingan antar perusahaan jasa transportasi semakin tinggi dan ketat, keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Syarat yang harus dipenuhi suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Tjiptono, 1997:19). Bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan menyediakan jasa atau barang yang berkualitas perlu mengedepankan dan memenuhi beberapa faktor yang bisa mempengaruhi persepsi konsumen. Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2008:56) ada lima determinan/penentu kualitas jasa yaitu:

- a. Keandalan adalah kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.

- b. Daya tanggap adalah kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- c. Jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
- d. Empati adalah kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.
- e. Benda berwujud adalah penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.

Saat ini banyak sekali perusahaan yang bergerak dibidang jasa angkutan yang kurang memperhatikan kualitas jasa yang mereka tawarkan. Padahal memperhatikan kualitas jasa sangatlah penting untuk menarik pelanggan lebih banyak. Kurang memuaskannya pelayanan yang diberikan menjadikan salah satu faktor pelanggan menjadi berkurang. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa angkutan darat di Muara Teweh adalah Tulus Travel yang merupakan biro perjalanan umum dengan nomor izin 55-21/32/2007 yang melayani jasa angkutan umum dengan tujuan Muara Teweh-Palangkaraya, Muara Teweh-Buntok, Muara Teweh-Purukcahu. Letak kantor Tulus travel Muara Teweh yang sangat strategis yaitu beralamat di jl.Yetro sinseng No. 46 sehingga paling sering dan banyak digunakan khususnya oleh masyarakat Muara Teweh. Tulus Travel Muara Teweh, menyadari betapa pentingnya memperhatikan kualitas jasa dengan memberikan pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan agar tidak berubah menjadi pelanggan travel lain. Menyadari pentingnya mempertahankan pelanggan bagi kelangsungan suatu perusahaan, maka CV. Tulus Travel Muara Teweh senantiasa berupaya memberikan pelayanan yang baik, memperhatikan nilai pelanggan dan berusaha membangun kepuasan para pelanggannya sehingga pelanggan bersedia untuk terus menggunakan jasa Tulus Travel. Pelayanan yang diberikan Tulus Travel antara lain penjemputan yang selalu tepat waktu, sopir yang siap sedia dengan ramah melayani pelanggan, armada Tulus Travel yang dilengkapi dengan AC, full musik, serta bonus *snack* selama perjalanan.

METODE

Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data kualitatif. Menurut Sugiyono (2009:266) bahwa: Analisis data kualitatif pada dasarnya adalah ingin memahami situasi sosial (obyek penelitian dalam penelitian kuantitatif), menjadi bagian-bagian, hubungan antar bagian, dan hubungannya dengan keseluruhan, yaitu bagaimana peneliti mampu mengkonstruksi data-data yang diperolehnya dalam proses penelitian tersebut. Analisis dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah dilapangan. Dalam hal ini sesuai dengan Nasution dalam Sugiyono (2009 : 429) yang menyatakan “analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun kelapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian”.

Analisis Sebelum Dilapangan

Dalam penelitian ini telah dilakukan sebelum memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data-data pendahulu, berdasarkan hasil observasi sementara yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun dalam fokus penelitian ini hanya bersifat sementara karena nantinya fokus tersebut akan lebih berkembang seiring dengan proses memasuki lapangan dan selama penelitian.

Analisis Data Selama Di Lapangan Model Miles dan Huberman

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai pada tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dilapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, makin lama penelitian lapangan, maka jumlah data akan makin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data artinya merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, *pie chart*, *pictogram* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

c. Verifikasi Data

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila kesimpulan yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak menemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung dengan bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Strategi Pelayanan CV. Travel Tulus di Muara Teweh dalam menjalankan usahanya.

CV. Travel Tulus di Muara Teweh adalah salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam pelayanan orang-orang yang hendak melakukan perjalanan, baik secara individu atau kelompok. Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan mulai dari awal sampai akhir yang dilakukan oleh pimpinan tertinggi sampai karyawan terendah untuk memenuhi

kebutuhan calon ataupun pengguna barang dan jasa yang ditangani. Bagi perusahaan yang ingin tetap bertahan di tengah-tengah persaingan yang ketat maka harus dapat memberikan pelayanan yang baik serta memuaskan kepada konsumen dan pelanggan. Seperti halnya hasil wawancara dengan pemilik/ pengelola CV. Travel Tulus Muara Teweh Bapak Suparman, (13-05-2014) mengatakan bahwa: Usaha jasa yang bergerak dalam biro perjalanan khususnya jurusan dari Muara Teweh ke berbagai daerah di Kalimantan Tengah ini semakin banyak dan berkembang. Otomatis persaingan antara perusahaan jasa pelayanan biro perjalanannya pun juga semakin ketat. Oleh sebab itu, kami CV. Travel Tulus Muara Teweh berusaha memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan. Seperti pada visi CV. Travel Tulus Muara Teweh, yaitu mewujudkan biro perjalanan yang benar-benar profesional dipercaya dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan mengutamakan pelayanan yang baik. Pelayanan sederhana yang kami berikan kepada konsumen atau pelanggan adalah produk atau jasa yang berkualitas; aksesnya yang mudah; pelayanan kepada pelanggan yang baik, mereka diperlakukan dengan hormat dan setiap proses transaksi berjalan dengan efisien dan lancar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik CV. Travel Tulus Muara Teweh di atas dapat disimpulkan bahwa usaha jasa pelayanan jurusan dari Muara Teweh ke berbagai daerah semakin banyak dan berkembang. Semakin banyaknya masyarakat yang membuka usaha travel, maka persaingan antara perusahaan satu dengan yang lainnya akan semakin ketat. Untuk mengatasi hal tersebut, pemilik usaha CV. Travel Tulus Muara Teweh memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan. Pelayanan sederhana yang dilakukan CV. Travel Tulus Muara Teweh adalah (1) produk atau jasa yang diberikan berkualitas, produk ini dapat berupa alat transportasi, yaitu mobil; (2) memberikan akses yang mudah, akses ini dapat berupa proses pembelian tiket dapat melalui telepon dan antar jemput sesuai tujuannya; (3) pelayanan kepada pelanggan yang baik, mereka diperlakukan dengan hormat dan setiap proses transaksi berjalan dengan efisien dan lancar. Untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal maka diperlukan suatu perencanaan atau strategi dalam hal pelayanan, maksudnya adalah memberikan pengarahan dan petunjuk kepada karyawan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Strategi pelayanan adalah bertujuan untuk mencegah kekecewaan pelanggan, misalnya pelanggan merasa tidak diperhatikan atau tidak dilayani, tutur kata yang tidak tepat, tidak cekatan dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik/ pengelola CV. Travel Tulus Muara Teweh Bapak Suparman, (13-05-2014) menyatakan bahwa: Strategi pelayanan di CV. Travel Tulus Muara Teweh dalam menjalankan usaha jasanya antara lain:

1. Merekrut orang yang memiliki skill dan ramah
2. Berusaha memberikan perhatian secara individual
3. Mengumpulkan informasi
4. Menentukan tujuan dan kebijakan
5. Mendukung para pegawai dan memberikan insentif

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik CV. Travel Tulus Muara Teweh di atas, maka strategi yang digunakan untuk menjalankan usaha travel antara lain:

Merekrut Orang Yang Memiliki Skill Dan Ramah

Usaha untuk dapat memilih calon pegawai yang memiliki kemampuan baik dalam hal ticketing dan ramah yang telah dilakukan pimpinan CV. Travel Tulus adalah dengan mengutamakan lulusan SMA/ Sederajat, dan memiliki pandangan betapa pentingnya seorang pelanggan demi berjalannya suatu usaha, hal tersebut dapat di lihat dari bagaimana calon karyawan memberi tanggapan atas pertanyaan tentang cara penyelesaian masalah pelayanan pelanggan.

Keuntungan dari merekrut orang-orang yang memiliki kemampuan bagus dalam pelayanan dan ramah untuk suatu usaha jasa adalah akan meningkatkan citra perusahaan. Jika seorang petugas pelayanan kerjanya bagus selalu menyapa dan melayani konsumen dengan sepenuh hati, sopan dan ramah, biasanya pelanggan akan lebih leluasa dalam mengungkapkan keinginannya karena mereka merasa aman, nyaman, bahagia, dan tenang. Hal ini bisa menciptakan hubungan yang harmonis antar petugas pelayanan dengan konsumen, dan akan memungkinkan seorang konsumen menjadi pelanggan setia bagi perusahaan. Jika para pelanggan setia, maka mereka akan lebih sering membeli dan membayar lebih banyak untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Sehingga bisa diharapkan pelanggan tersebut akan bersikap loyal terhadap perusahaan. Berbeda dengan jika seorang petugas pelayanan menyapa dan melayani dengan setengah hati atau kurang ramah, secara otomatis akan menimbulkan perasaan tidak nyaman dihati konsumen. Meskipun tidak tampak marah atau kecewa tapi seorang petugas pelayanan yang tidak ramah telah gagal mengambil hati konsumen, dan kemungkinan besar konsumen akan enggan untuk kembali lagi.

Berusaha Memberikan Perhatian Secara Individual

Memberikan perhatian secara individu pada konsumen, baik akan saat dan pasca menggunakan jasa di CV. Travel Tulus. Sebagai contoh adalah menyapa para tamu yang datang atau telepon dengan ramah, menawarkan bantuan, melayani dengan sungguh-sungguh, dan mengingatkan tentang waktu penjemputan atau waktu persiapan saat akan menggunakan travel melalui sms sebelum penggunaan jasa di CV. Travel Tulus.

Mengumpulkan Informasi

Untuk mengumpulkan informasi CV. Travel Tulus dapat diperoleh dengan menerapkan strategi. Pertama-tama, melakukan penelitian pada organisasi perusahaan untuk menentukan bagaimana para pegawai dalam memandang para pelanggan. Kedua, memperhatikan para pesaing, bagaimana mereka menangani para pelanggannya dan memberikan penilaian perihal program-program pelayanan pelanggan. Ketiga, berkomunikasi kepada para pelanggan dan mencari tahu apa yang mereka harapkan dari perusahaan.

Menentukan Tujuan Dan Kebijakan

Pada point ini, pemilik CV. Travel Tulus bekerja dengan para pegawai untuk menetapkan tujuan dan kebijakan yang akan memandu program perusahaan untuk bisa diterapkan secara nyata. Hal yang cukup penting dalam penentuan tujuan dan kebijakan adalah pemberian informasi. Pertama, dengan memberi para pegawai data-data yang akan membantu mereka bekerja lebih baik. Pegawai perlu mengenal siapa pelanggan mereka, seberapa besar nilai pelanggan, dan seberapa banyak kerugian perusahaan jika kehilangan para pelanggan.

Mendukung Para Pegawai Dan Memberikan Insentif

Para pegawai yang menghadapi tantangan dalam program pelayanan pelanggan harus mendapatkan banyak dukungan dari pihak manajemen. Perusahaan juga harus mengenalkan konsep organisasi, yang akan membawa perubahan berarti dalam lingkungan yang menunjang. Sistem penunjang yang baik akan membantu para pegawai menyesuaikan diri dan mencapai kesuksesan. Sistem insentif yang baik akan menginspirasi pegawai untuk berjuang mencapai lebih banyak keberhasilan.

Sistem penunjang yang baik akan membantu para pegawai menyesuaikan diri dan mencapai kesuksesan. Sistem insentif yang baik akan menginspirasi pegawai untuk berjuang mencapai lebih banyak keberhasilan.

1. Mendukung para pegawai

Mendukung pegawai sifatnya adalah multidimensional. Mencakup dukungan moral dan memastikan bahwa sistem dan sumber daya akan membantu kinerja mereka bukannya menghalangi. Dukungan moral dapat dalam hal yang baik, umpan balik kinerja, atau dengan mendengarkan dan merespon secara tepat pada keluhan atau frustrasi para pegawai.

Dukungan sumber daya mencakup pelatihan yang baik dan pemilihan sumber daya yang tepat.

2. Menyediakan insentif dan pemahaman

Selain pembayaran, mengenali pegawai-pegawai yang layak untuk mendapat insentif yang baik juga perlu. Karena program insentif atau penghargaan dapat diberikan dalam waktu bulanan atau mingguan. Misal penghargaan khusus untuk pegawai yang melayani konsumen yang paling baik. Insentif tidak harus selalu berupa uang, memuji atas kerja pegawai yang bagus juga termasuk di dalamnya. Dukungan positif yang sering dilontarkan merupakan motivator yang baik. Mempromosikan perkembangan, pertumbuhan, dan peningkatan adalah hal-hal yang diharapkan dari adanya insentif. Jika pegawai merasa perusahaan memahami waktu dan energi yang mereka habiskan untuk bekerja, pegawai akan terdorong untuk terus berkembang dan meningkatkan diri.

Kualitas Jasa CV. Travel Tulus di Muara Teweh untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan

Strategi pelayanan di CV. Travel Tulus di Muara Teweh dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen untuk menambah jumlah pelanggan adalah fokus kepada kepuasan konsumen, yaitu dengan berusaha memenuhi harapan konsumen, melangkah lebih jauh dari dugaan konsumen dan berbuat sesuatu yang lebih dari pada yang diharapkan konsumen sehingga mereka tertarik untuk kembali. Hal ini sesuai dengan pendapat salah satu karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh, Saudara Dwi Erlangga, (14-05-2014) bahwa:

Pelayanan yang diberikan CV. Travel Tulus di Muara Teweh kepada konsumen dalam rangka meningkatkan jumlah pelanggan selalu memfokuskan pada kepuasan pelanggan. Sebab, jika kepuasan pelanggan terpenuhi atau tinggi, otomatis pelanggan tersebut akan loyal dengan travel kami. Ketika mengkonsumsi jasa khususnya pembelian tiket, konsumen mengadakan penilaian. Adapun aspek yang dinilai termasuk fasilitas dan layanan yang diberikan pada konsumen. Setelah konsumen menilai dan merasakan adanya kepuasan, mereka akan bercerita tentang fasilitas dan layanan yang diterima kepada tetangga atau saudaranya, demikian pula apabila merasakan adanya kekecewaan. Oleh karena itu sebisa mungkin pelayanan yang diberikan harus dapat memenuhi harapan konsumen, agar mereka merasa puas. Kepuasan itu penting. Karena konsumen yang puas biasanya bersedia untuk memberitahukan kepuasan yang mereka nikmati kepada orang lain. Selain itu, kami juga memberlakukan promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat dalam hal membeli atau memutuskan untuk menggunakan travel tulus, pada umumnya mendasarkan pada dua sumber informasi, sebagai bantuan dalam hal memutuskan pembelian, yaitu sumber *personal* dan sumber *impersonal*. Sumber *impersonal* meliputi televisi, Koran, majalah, internet, dan media massa lainnya. Sumber *personal* termasuk informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), dari seorang teman, kenalan, atau dalam asosiasi bisnis yang lain. Maka dalam usaha meningkatkan jumlah pelanggan di CV. Travel Tulus di Muara Teweh, organisasi perusahaan mengatur strategi dengan berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada konsumen serta melakukan promosi.

Langkah-langkah yang dilakukan CV. Travel Tulus di Muara Teweh sebagai usaha untuk memuaskan konsumen adalah mengacu pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

Reliability (Keandalan)

Reliability atau komitmen dan kesungguhan dalam melayani, meliputi ketepatan janji karyawan, kantor dapat dipercaya menjamin tersedianya jasa atau tiket, kecepatan karyawan menyelesaikan transaksi, dan keakuratan catatan transaksi. Salah satu hal yang sangat penting demi kemajuan suatu usaha adalah pembentukan kepercayaan pelanggan terhadap

perusahaan, memberikan pelayanan dengan sungguh-sungguh serta berusaha memuaskan konsumen akan membantu pembentukan kepercayaan. Dengan memberi informasi yang apa adanya maka akan meyakinkan pelanggan.

Hal di atas sejalan dengan salah satu pendapat karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh, Saudara Fernando, (14-05-2014) bahwa:

Suatu usaha tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau di dalam usahanya tidak ada kejujuran. Karena kejujuran adalah kunci keberhasilan dalam menjalankan suatu usaha agar usaha tersebut dapat berjalan lancar dan bertahan dalam jangka panjang dalam dunia bisnis yang persaingannya semakin ketat. Oleh sebab itu, CV. Travel Tulus Muara Teweh dalam meningkatkan jumlah pelanggan/ konsumen selalu memberikan kemudahan dalam proses pembelian tiket dan jujur dalam memberikan berbagai macam informasi yang terjadi berkenaan dengan CV. Travel Tulus. Dalam melayani konsumen/ pelanggan kami harus dapat bersikap sopan dan ramah.

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen/ pelanggan CV. Travel tulus, Saudari Elma (21 Tahun), (17-05-2014) bahwa:

Kualitas pelayanan yang diberikan CV. Travel Tulus di Muara Teweh kepada Saya selaku konsumen sudah cukup baik. Akses pembelian atau pemesanan tiket mudah, kantornya juga mudah untuk dijangkau, dan ruang tunggu juga cukup nyaman. Tetapi, sayangnya dalam hal pelayanannya terdapat karyawan dibagian kasir yang dalam bersikap masih kurang sopan. Selain itu, yang lebih menyebalkan lagi terdapat sopir yang merokok di dalam travel. Otomatis hal ini mengganggu kenyamanan Saya.

Berdasarkan hasil wawancara dari Karyawan CV. Travel Tulus dapat disimpulkan bahwa keandalan merupakan salah satu dimensi yang sangat penting demi keberhasilan suatu usaha. Oleh sebab itu, untuk meningkatkan jumlah pelanggan CV. Travel Tulus di Muara Teweh selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya/ pelanggan guna mendorong kepuasannya. Dalam melakukan pelayanan karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh selalu berusaha memberikan kemudahan bagi konsumen/ pelanggan, selain itu bersikap sopan, ramah, dan jujur. Tetapi, hal ini bertolak belakang dengan pernyataan dari salah satu konsumen/ pelanggan CV. Travel Tulus yang menyatakan pelayanannya masih kurang memuaskan. Hal ini disebabkan terdapat karyawan dalam melakukan pelayanan terkadang kurang ramah. Dengan begitu, mengakibatkan kekecewaan pada diri konsumen/ pelanggan.

Tangible (Bukti Fisik)

Meliputi penampilan fisik karyawan *front office*, peralatan, kenyamanan ruang pelayanan, serta letak dan posisi kantor yang mudah dijangkau.

Penampilan Fisik Karyawan

Penampilan yang baik dari seorang pegawai akan menciptakan citra baik bagi diri karyawan itu sendiri juga bagi perusahaan. Karena penampilan yang menarik adalah salah satu kunci sukses dalam bekerja, terutama pekerjaan yang berhubungan dengan orang lain. Orang lain yang berinteraksi akan merasa nyaman, betah, dan senang. Penampilan diri yang baik, di samping didukung oleh penampilan luar, juga harus timbul dari dalam diri seseorang. Kesehatan tubuh sangat mempengaruhi penampilan seseorang dalam bekerja.

Menurut salah satu karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh, Saudara Fernando, (13-05-2014) bahwa:

Penampilan secara keseluruhan menentukan menarik atau tidaknya seseorang. Penampilan diri yang baik seorang petugas pelayanan adalah tubuh yang sehat; kulit yang bersih; rambut yang bersih dan rapi; tangan dan jari yang bersih, kuku terpotong rapi (tidak panjang); wajah yang cerah dan murah senyum; nafas dan badan tidak bau; baju kerja dan

aksesoris yang serasi dan tidak berlebihan. Tetapi, sayangnya di CV.Travel Tulus ini untuk baju yang dikenakan tidak ada seragam. Meskipun demikian, kami dihimbau dari bos untuk tetap berpakaian rapi dan tidak berlebihan.

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen/ pelanggan CV. Travel tulus, Saudari Rina (20 Tahun), (17-05-2014) bahwa:

Penampilan karyawan di CV. Travel Tulus cukup baik. Selain itu, terdapat karyawan perempuan yang berlebihan. Selain itu, ada juga sopirnya yang tidak rapi dalam berpenampilan. Jadi, tidak enak sekali untuk dipandang/ dilihat. Apalagi kalau sudah di mobil, sopirnya merokok. Sehingga, membuat Saya tidak nyaman, karena bau rokok yang membuat saya pusing dan mabuk.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kebersihan dan kerapian karyawan atau petugas dalam melayani pelanggan sangat penting sekali. Penampilan secara keseluruhan dapat berpengaruh terhadap ketertarikan atau tidaknya para pelanggan/ konsumen untuk menggunakan jasa yang di tawarkannya. Namun, CV. Travel Tulus di Muara Teweh belum ada seragam yang diberikan kepada karyawannya. Tetapi, himbauan untuk karyawan tetap harus berpenampilan rapi dan tidak berlebihan. Tetapi, pada kenyataannya masih terdapat karyawan dalam berpenampilan yang masih berlebihan dan kurang rapi, sehingga kurang nyaman jika dilihat. Selain itu, sopir Travelnya kedapatan merokok dan menyebabkan pelanggan mabuk.

Peralatan

CV. Travel Tulus di Muara Teweh dalam pemenuhan fasilitas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dapat lebih cepat dan akurat, maka CV. Travel Tulus di Muara Teweh melengkapinya dengan telepon/ Handphone. Hal ini bertujuan untuk memudahkan para konsumen dalam membeli atau pemesanan tiket. Selain itu, kondisi mobil dan fasilitas di dalam mobil sudah baik. Fasilitas di dalam mobil meliputi; kursi, full musik, full ac, dan snack. Berdasarkan pendapat salah satu karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh, Saudari Anggraeni Timbung, (13-05-2014) bahwa:

Untuk mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian dan pemesanan tiket, maka CV. Travel Tulus di Muara Teweh melengkapinya dengan telepon dan handphone. Adanya telepon dan handphone, maka pelanggan/ konsumen akan dengan cepat mengonfirmasi dalam melakukan transaksinya, bahkan dalam hal penjemputannya. Sebab, dalam melakukan transaksi CV. Travel Tulus dapat dilakukan secara langsung ke kantor CV. Travel Tulus ataupun langsung ke sopir CV. Travel Tulus ketika akan berangkat. Selain itu, untuk memaksimalkan pelayanan, maka kondisi mobil dan fasilitas di dalamnya kami lengkapi dengan musik, ac, dan kursi yang kualitas baik, dan diberi snack.

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen/ pelanggan CV. Travel tulus, Saudara Ridwan (27 Tahun), (17-05-2014) bahwa:

Pembelian dan pemesanan tiket di CV. Travel Tulus dapat dilakukan melalui telepon. Adanya telepon Mempermudah Saya apabila akan mengonfirmasi pembayaran dan penjemputannya. Sedangkan untuk pembayaran, bisa dilakukan di kantor CV. Travel Tulus ataupun langsung ke sopir CV. Travel Tulus ketika akan berangkat. Selain itu, mobilnya bagus dan fasilitas di dalam mobil sudah cukup baik, karena dilengkapi dengan full musik, ac dan kursinya empuk, dan snack.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa CV. Travel Tulus di Muara Teweh dalam melakukan pelayanan untuk memudahkan akses dalam hal pemesanan

atau pembelian tiket dapat dilakukan melalui telepon. Adanya telepon memudahkan para konsumen untuk mengonfirmasikan dalam transaksi dan penjemputannya. Transaksi dapat dilakukan secara langsung ke kantor CV. Travel Tulus melalui loket kasir atau dapat secara langsung melalui sopir CV. Travel Tulus ketika akan berangkat. Selain itu, kondisi mobil bagus dan fasilitas yang diberikan sudah cukup baik.

Kondisi Fisik Ruang

Pimpinan CV. Travel Tulus di Muara Teweh menyadari bahwa lingkungan fisik merupakan salah satu aspek organisasi jasa yang dengan mudah terlihat oleh konsumen, guna mendorong tercapainya kepuasan konsumen.

Menurut pemilik CV. Travel Tulus di Muara Teweh, Bapak Suparman, (13-05-2014) bahwa:

Ruang pelayanan di CV. Travel Tulus di Muara Teweh kami lengkapi dengan ruang tunggu, meja, kursi, kipas angin, dan televisi. Fasilitas ini kami berikan kepada konsumen guna mendorong tercapainya kepuasan konsumen. Kami berharap dengan adanya fasilitas yang CV. Travel Tulus berikan diharapkan dapat menghilangkan kejenuhan para konsumen pada saat menunggu jam keberangkatan.

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen/ pelanggan CV. Travel tulus, Saudari Gusti (23 Tahun), (17-05-2014) bahwa:

Kondisi ruangan di CV. Travel Tulus yang Saya rasakan sudah cukup baik dan kondisi fisiknya juga masih baik, disitu tersedia fasilitas ruang tunggu, kipas angin, televisi, kursi dan sebagainya. Tetapi, untuk ruang tunggu khususnya kursinya masih kurang banyak. Jadi, terkadang ketika Saya sedang menunggu keberangkatan travelnya otomatis Saya berdiri atau menunggu di luar.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa CV. Travel Tulus di Muara Teweh pada ruang pelayanan dilengkapi dengan fasilitas antara lain; ruang tunggu, meja, kursi, kipas angin, dan televisi. Adanya fasilitas ini diharapkan dapat memberikan tercapainya kepuasan konsumen, sehingga para konsumen tidak merasa jenuh pada saat menunggu jam keberangkatan. Namun, untuk kursi di ruang tunggu masih belum memadai atau kurang banyak. Sehingga, konsumen/ pelanggan yang tidak kebagian tempat duduk akan berdiri atau menunggu di luar ruangan ketika sedang menunggu jam keberangkatan travelnya.

Letak Kantor Yang Mudah Dijangkau (Strategis)

Tata letak suatu kantor usaha harus berada pada jangkauan masyarakat atau strategis. Dengan letak yang strategis, maka akan mudah untuk ditemui dan dicari.

Menurut salah satu karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh, Timang, (14-05-2014) bahwa:

Posisi kantor CV. Travel Tulus di Muara Teweh terletak di Jalan Yetro sinseng No. 46 menghadap ke jalan raya dan dapat terlihat dengan jelas. Letak kantor CV. Travel Tulus sangat mudah dijangkau karena letaknya yang strategis.

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen/ pelanggan CV. Travel tulus, Saudari Ririn (20 Tahun), (17-05-2014) bahwa:

Lokasi CV. Travel Tulus di Muara Teweh cukup strategis, karena tepat ditengah-tengah pemukiman penduduk. Selain itu, mudah untuk di cari dan terlihat juga dari jalan raya serta pelayanannya yang baik terhadap pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa letak kantor CV. Travel Tulus di Muara Teweh adalah strategis dan mudah untuk dijangkau para konsumen atau

pelanggan. Posisi kantor CV. Travel Tulus di Muara Teweh terletak di Jalan Yetro Sinseng No.46 menghadap ke jalan raya dan dapat terlihat dengan jelas.

Responsiveness (Ketanggapan)

Memberi tanggapan terhadap keinginan konsumen dengan kemauan untuk membantu melayani dengan segera mungkin merupakan salah satu dimensi yang menjadi kiat beberapa perusahaan. Pada umumnya perusahaan yang bagus sangat memperhatikan bidang ini.

Menurut salah satu karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh, Saudara Alim, (15-05-2014) bahwa:

Kecepatan dan ketanggapan dalam melakukan pelayanan kepada konsumen itu sangat penting sekali dan itu harus kami lakukan dengan sepenuh hati. Kebutuhan konsumen/pelanggan itu harus diutamakan dalam hal mendorong tercapainya kepuasan pada diri konsumen/ pelanggan. Adanya kepuasan pada diri konsumen/ pelanggan CV. Travel Tulus diharapkan mereka akan loyal terhadap jasa transportasi yang kami berikan dan pada akhirnya mereka akan menginformasikan kepada orang lain.

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen/ pelanggan CV. Travel tulus, Saudara Singgih (29 Tahun), (17-05-2014) bahwa:

Karyawan CV. Travel tulus ada yang kurang tanggap dalam melayani konsumen/ pelanggan. Saat itu, saya sedang melakukan pengiriman barang ke Palangka Raya, tetapi barangnya terselip tidak tau kemana dan ketika ditanyakan kepada pihak karyawan malah bersikap tidak ramah dan cuek.

Sesuai hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa CV. Travel Tulus di Muara Teweh mengandalkan kecepatan dan ketanggapan dalam melakukan pelayanannya. Kebutuhan pelanggan/ konsumen selalu dinomor satukan guna mencapai kepuasan, sehingga mereka akan loyal terhadap CV. Travel Tulus di Muara Teweh apabila akan melakukan perjalanan ke berbagai daerah. Selain itu, diharapkan mereka akan memberikan informasi kepada pihak-pihak lain untuk turut serta dalam menggunakan jasa transportasi CV. Travel Tulus di Muara Teweh. Namun, pada kenyataannya terdapat karyawan yang masih belum memberikan respon dengan baik kepada konsumen/ pelanggan.

Asurance (Jaminan dan Kepastian)

Pegawai harus berpengetahuan luas, sopan dan bisa meyakinkan konsumen. Tampilannya harus mengekspresikan jaminan bahwa konsumen merasa aman ditangani olehnya. Bagi *front liner* ini merupakan dimensi yang tidak bisa diabaikan. Dengan layanan itu konsumen akan merasa aman, merasa adanya kepastian bahwa pilihannya itu merupakan keputusan yang tepat.

Menurut salah satu karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh, Saudara Adang Somantri, (15-05-2014) bahwa:

Kami selaku karyawan harus mempunyai pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan/ konsumen kepada perusahaan. Untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan/ konsumen terhadap CV. Travel Tulus, maka kami melakukan komunikasi kepada konsumen dengan dengan baik, menjamin keamanannya, dan bersikap sopan santun.

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen/ pelanggan CV. Travel tulus, Saudara Andre (20 Tahun), (17-05-2014) bahwa:

Selama Saya menaiki travel CV. Travel Tulus tidak pernah ada masalah dan saya juga cukup puas dengan pelayanannya. Karyawan CV. Travel Tulus juga baik dan mudah

berkomunikasi khususnya untuk sopirnya. Mereka juga bersikap sopan. Jadi, saya senang naik travel ini.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan CV. Travel Tulus dalam memberikan pelayanan kepada konsumen/ pelanggan selalu berusaha menyakinkan dan menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan/ konsumen. Hal ini dapat dilakukan oleh karyawan CV. Travel Tulus dengan cara berkomunikasi kepada konsumen dengan dengan baik, menjamin keamanannya, dan bersikap sopan santun.

Empathy (Perhatian)

Dibidang industri jasa sentuhan individual menempati posisi yang strategis. Bahkan dalam dunia penyedia jasa transportasi terjadi perlombaan untuk dapat memberikan layanan yang unik dan personal. Hal ini beriringan dengan tingkat pendapatan dan pendidikan seseorang. Semakin tinggi pendapatan seseorang biasanya semakin ingin diperlakukan khusus untuk mencapai tingkat kepuasan yang maksimal, dan semakin rendah pendidikan seseorang biasanya lebih susah mencapai tingkat kepuasan konsumen yang maksimal, sehingga perlu lebih diperhatikan.

Bagi penyedia jasa layanan ini diharapkan mampu memberikan kesan atau Warna tersendiri di hati konsumen. Dan akhirnya konsumen tidak pindah pada pesaingnya, serta kemungkinan akan melakukan promosi yang baik kepada orang lain atau rekannya. Kelima dimensi kualitas pelayanan ini pada dasarnya identik dengan jenis pelayanan jasa yang memberikan kepuasan kepada para konsumen. kegiatan lain yang dilakukan oleh CV. Travel Tulus di Muara Teweh untuk menarik konsumen adalah dengan memasang iklan atau promosi, memberikan harga promo (pada saat-saat tertentu) dan sebagainya.

Hal ini sejalan dengan satu salah satu karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh , Saudara Dwi Erlangga bahwa:

Kami selaku karyawan di CV. Travel Tulus Muara Teweh harus peka terhadap keluhan atau aduan terhadap kebutuhan informasi konsumen/ pelanggan. Dalam bersikap melayani karyawan/ pelanggan juga harus sopan dan ramah. Dengan demikian, diharapkan mereka para konsumen akan puas dan merasa diperhatikan, serta mendapat solusi atas keluhannya tersebut. Selain itu, pada hari besar tertentu CV. Travel Tulus Muara Teweh untuk menarik jumlah pelanggan juga memberlakukan promosi atau pemasangan iklan baik di koran ataupun brosur, dan spanduk.

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen/ pelanggan CV. Travel tulus, Saudari Ririn (20 Tahun), (17-05-2014) bahwa:

Saya sudah lama menjadi pelanggan travel ini, selama ini saya tidak pernah ada masalah, baik berkenaan dengan pelayanan ataupun hal-hal lainnya. Namun, ada pengalaman dari teman Saya yang ketika itu menumpang Travel Tulus ini. Katanya, dia kecewa dengan pelayanan dari kasir di CV. Travel tulus. Masalahnya sepele saja, ketika itu teman Saya ingin mencancel tiketnya untuk dipindah pada hari tertentu dikarenakan ada kepentingan yang mendadak, tapi ternyata perhatian dari karyawannya kurang baik. Kalau untuk masalah promosi, memang benar CV. Travel Tulus ketika hari besar tertentu memberlakukan promosi. Pihak CV. Travel Tulus memotong harga tiket Rp 10.000-Rp 20.000.

Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu karyawan di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh sudah peka dalam melayani keluhan/ aduan dari pelanggan. Dalam melakukan pelayanannyapun mereka juga bersikap sopan dan ramah. Hal ini dilakukan supaya para konsumen/ pelanggan tersebut konsumen akan puas dan merasa

diperhatikan, serta mendapat solusi atas keluhannya tersebut. Selain kecepatan dan ketanggapan karyawan, untuk meningkatkan jumlah pelanggan CV. Travel Tulus Muara Teweh memberlakukan promosi atau pada hari besar atau hari-hari tertentu dan pemasangan iklan. Namun, untuk pelayanan dan perhatian dari karyawan kepada pelanggan masih belum semuanya sepenuh hati.

Perkembangan Jumlah Pelanggan di CV. Travel Tulus

Kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen/pelanggan. Dengan demikian, dapat mendorong kepuasan konsumen/ pelanggan dan pada akhirnya akan loyal dan bahkan akan menginformasikan kepada orang lain atas pengalamannya.

Kualitas pelayanan berhasil dibangun, apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan mendapatkan pengakuan dari pihak-pihak yang dilayani. Pengakuan terhadap keprimaan sebuah pelayanan, bukan datang dari aparat yang memberikan pelayanan, melainkan datang dari pengguna jasa layanan. Oleh sebab itu, citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas pelayanan umum. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa atau pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.

Hal ini sesuai pendapat dari salah satu karyawan CV. Travel Tulus, saudari Anggraeni Timbung, (13-05-2014) bahwa:

Jumlah konsumen CV. Travel Tulus setiap harinya \pm 6-15 orang dan menggunakan mobil 1-2. Tetapi, jika hari besar tertentu konsumen akan meningkat hingga mencapai > 16 orang lebih, sehingga membutuhkan kendaraan 3-4 mobil. Hari biasa atau hari besar CV. Travel Tulus selalu berupaya memaksimalkan kualitas pelayanan dengan mengedepankan kepuasan konsumen.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pada hari biasa jumlah konsumen lebih sedikit dibandingkan dengan hari besar. Oleh sebab itu, CV. Travel Tulus selalu berupaya memaksimalkan kualitas pelayanan dengan mengedepankan kepuasan konsumen. Sehingga, antara hari biasa atau hari besar akan selalu ramai oleh pelanggan yang membutuhkan/ menggunakan jasanya.

Pembahasan Hasil Penelitian

CV. Travel Tulus di Muara Teweh adalah salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam pelayanan orang-orang yang hendak melakukan perjalanan, baik secara individu atau kelompok. Pelayanan sederhana yang dilakukan CV. Travel Tulus Muara Teweh adalah (1) produk atau jasa yang diberikan berkualitas, produk ini dapat berupa alat transportasi, yaitu mobil; (2) memberikan akses yang mudah, akses ini dapat berupa proses pembelian tiket dapat melalui telepon dan antar jemput sesuai tujuannya; (3) pelayanan kepada pelanggan yang baik, mereka diperlakukan dengan hormat dan setiap proses transaksi berjalan dengan efisien dan lancar.

Untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal maka diperlukan suatu perencanaan atau strategi dalam hal pelayanan, maksudnya adalah memberikan pengarahan dan petunjuk kepada karyawan yang berhubungan langsung dengan konsumen/ pelanggan. Strategi pelayanan adalah bertujuan untuk mencegah kekecewaan pelanggan. Strategi pelayanan di CV. Travel Tulus Muara Teweh dalam menjalankan usaha jasanya antara lain: (1) Merekrut orang yang memiliki skill dan ramah; (2) Berusaha memberikan perhatian secara individual; (3)

Mengumpulkan informasi; (4) Menentukan tujuan dan kebijakan; (5) Mendukung para pegawai dan memberikan insentif.

Strategi pelayanan di CV. Travel Tulus di Muara Teweh dalam usaha peningkatan pelayanan kepada konsumen untuk menambah jumlah pelanggan adalah fokus kepada kepuasan konsumen, yaitu dengan berusaha memenuhi harapan konsumen, melangkah lebih jauh dari dugaan konsumen dan berbuat sesuatu yang lebih dari pada yang diharapkan konsumen sehingga mereka tertarik untuk kembali. Langkah-langkah yang dilakukan CV. Travel Tulus di Muara Teweh sebagai usaha untuk memuaskan konsumen adalah mengacu pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. Reliability (Keandalan)

Salah satu hal yang sangat penting demi kemajuan suatu usaha adalah pembentukan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, memberikan pelayanan dengan sungguh-sungguh serta berusaha memuaskan konsumen akan membantu pembentukan kepercayaan. Dengan memberi informasi yang apa adanya maka akan meyakinkan pelanggan. Untuk meningkatkan jumlah pelanggan CV. Travel Tulus di Muara Teweh selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya/ pelanggan guna mendorong kepuasannya. Dalam melakukan pelayanan karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh selalu berusaha memberikan kemudahan bagi konsumen/ pelanggan, selain itu bersikap sopan, ramah, dan jujur.

2. Tangible (Bukti Fisik)

Penampilan fisik karyawan meliputi; peralatan, kenyamanan ruang pelayanan, serta letak dan posisi kantor yang mudah dijangkau.

a. Penampilan Fisik Karyawan

Penampilan yang baik dari seorang pegawai akan menciptakan citra baik bagi diri karyawan itu sendiri juga bagi perusahaan. Karena penampilan yang menarik adalah salah satu kunci sukses dalam bekerja, terutama pekerjaan yang berhubungan dengan orang lain. Orang lain yang berinteraksi akan merasa nyaman, betah, dan senang. Penampilan diri yang baik, di samping didukung oleh penampilan luar, juga harus timbul dari dalam diri seseorang. Kesehatan tubuh sangat mempengaruhi penampilan seseorang dalam bekerja. Namun, CV. Travel Tulus di Muara Teweh belum ada seragam yang diberikan kepada karyawannya. Tetapi, himbuan untuk karyawan tetap harus berpenampilan rapi dan tidak berlebihan khususnya untuk karyawan perempuan.

b. Peralatan

CV. Travel Tulus di Muara Teweh dalam pemenuhan fasilitas untuk memberikan pelayanan kepada konsumen dapat lebih cepat dan akurat, maka CV. Travel Tulus di Muara Teweh melengkapinya dengan telephone/ Handphone. Hal ini bertujuan untuk memudahkan para konsumen dalam membeli atau pemesanan tiket.

c. Kondisi Fisik Ruangan

CV. Travel Tulus di Muara Teweh pada ruang pelayanan dilengkapi dengan fasilitas antara lain; ruang tunggu, meja, kursi, kipas angin, dan televisi. Adanya fasilitas ini diharapkan dapat memberikan tercapainya kepuasan konsumen, sehingga para konsumen tidak merasa jenuh pada saat menunggu jam keberangkatan.

d. Letak Kantor Yang Mudah Dijangkau (Strategis)

Letak kantor CV. Travel Tulus di Muara Teweh adalah strategis dan mudah untuk dijangkau para konsumen atau pelanggan. Posisi kantor CV. Travel Tulus di Muara Teweh terletak di Jalan Yetro Sinseng menghadap ke jalan raya dan terlihat dengan jelas.

3. Responsiveness (Ketanggapan)

CV. Travel Tulus di Muara Teweh mengandalkan kecepatan dan ketanggapan dalam melakukan pelayanannya. Kebutuhan pelanggan/ konsumen selalu dinomor satukan guna mencapai kepuasan, sehingga mereka akan loyal terhadap CV. Travel Tulus di Muara Teweh apabila akan melakukan perjalanan ke berbagai daerah. Selain itu, diharapkan mereka akan memberikan informasi kepada pihak-pihak lain untuk turut serta dalam menggunakan jasa transportasi CV. Travel Tulus di Muara Teweh.

4. Assurance (Jaminan dan Kepastian)

CV. Travel Tulus dalam memberikan pelayanan kepada konsumen/ pelanggan selalu berusaha menyakinkan dan menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan/ konsumen. Hal ini dapat dilakukan oleh karyawan CV. Travel Tulus dengan cara berkomunikasi kepada konsumen dengan baik, menjamin keamanannya, dan bersikap sopan santun.

5. Empathy (Perhatian)

Karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh sudah peka dalam melayani keluhan/ aduan dari konsumen/ pelanggan. Dalam melakukan pelayanannya pun mereka juga bersikap sopan dan ramah. Hal ini dilakukan supaya para konsumen/ pelanggan/ konsumen tersebut akan puas dan merasa diperhatikan, serta mendapat solusi atas keluhannya tersebut. Selain kecepatan dan ketanggapan karyawan, untuk meningkatkan jumlah pelanggan CV. Travel Tulus Muara Teweh memberlakukan promosi atau pada hari besar atau hari-hari tertentu dan pemasangan iklan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis kualitas jasa untuk meningkatkan jumlah pelanggan pada CV. Travel Tulus di Muara Teweh, maka kesimpulannya adalah mengacu pada lima dimensi kualitas jasa yaitu:

1. *Reliability* (Keandalan); CV. Travel Tulus di Muara Teweh selalu berusaha memberikan kemudahan bagi konsumen/ pelanggan, selain itu bersikap sopan, ramah, dan jujur.
2. *Tangible* (Bukti Fisik) antara lain:
 - 1) Penampilan Fisik Karyawan; belum tersedianya seragam kerja untuk seluruh karyawan, khususnya karyawan bagian tiket.
 - 2) Peralatan; CV. Travel Tulus di Muara Teweh melengkapinya dengan telepon/ Handphone.
 - 3) Kenyamanan Ruang Pelayanan; ruang pelayanan dilengkapi dengan fasilitas antara lain; ruang tunggu, meja, kursi, kipas angin, dan televisi.
 - 4) Letak Kantor; Letak kantor CV. Travel Tulus di Muara Teweh sudah strategis dan mudah untuk dijangkau para konsumen atau pelanggan.
3. *Responsiveness* (Ketanggapan); CV. Travel Tulus di Muara Teweh mengandalkan kecepatan dan ketanggapan dalam melakukan pelayanannya.
4. *Assurance* (Jaminan dan Kepastian); CV. Travel Tulus dalam memberikan pelayanan kepada konsumen/ pelanggan selalu berusaha menyakinkan dan menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan/ konsumen.
5. *Empathy* (Perhatian); kepekaan karyawan CV. Travel Tulus di Muara Teweh dalam melayani keluhan/ aduan dari konsumen/ pelanggan. Dalam melakukan pelayanannya pun mereka bersikap sopan dan ramah. Selain itu, memberlakukan promosi atau pada hari besar atau hari-hari tertentu dan pemasangan iklan.

Saran

Saran yang dapat diajukan berdasarkan kesimpulan di atas adalah: 1) Sebaiknya pemilik atau pengelola CV. Travel Tulus melakukan pengawasan kepada karyawannya, sehingga meminimalkan sikap karyawan dalam melakukan pelayanan yang kurang sopan dan para sopir travelnya dalam mengemudikan mobil atau hal-hal yang dapat mengganggu kenyamanan konsumen/ pelanggan. Pemilik atau pengelola CV. Travel Tulus juga harus memperhatikan penampilan seluruh karyawan agar memakai baju yang rapi dan diharapkan untuk menambah jumlah kursi tunggu bagi pelanggan. Selain itu, meminta pelanggan untuk menyampaikan kritik dan sarannya demi usaha peningkatan pelayanannya. 2) Saran untuk karyawan CV. Travel Tulus dalam melakukan pelayanan diharapkan untuk selalu ramah kepada pelanggan. 3) Sebaiknya sopir lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan dengan tidak merokok didalam mobil pada saat perjalanan dan juga mengendarai mobil dengan kecepatan yang normal serta mematuhi rambu-rambu lalu lintas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Basrowi, Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Djajasudarma, T.F (2006). *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Jakarta: Balai Pustaka
- Ernawati, Lili. 2005. *Studi Perbandingan Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Tiga Perusahaan Angkutan Darat/Travel Di Kota Palangkaraya*. Palangka Raya: UNPAR
- FKIP, UNPAR. 2007. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Palangka Raya
- Heizer, Jay. Render, Barry. 2006. *Manajemen Operasi*. Edisi ketujuh. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip. Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Satu. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Armstrong, 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga