

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

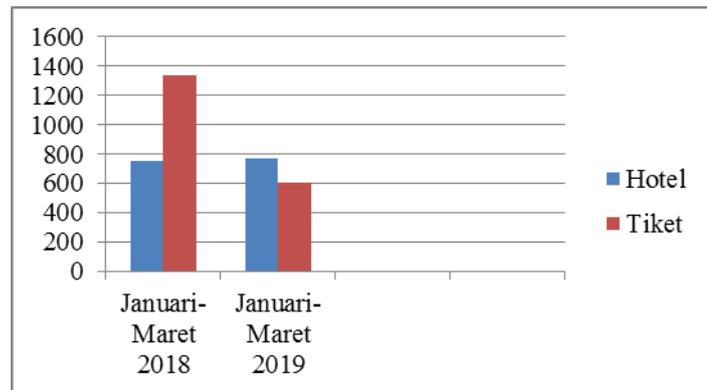
PT Karya Harapan atau lebih dikenal dengan nama *KAHA Tours and Travel*, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa *travel agent*. Jasa/layanan adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Kotler dan Keller, 2009:36). Kualitas sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, karena salah satu karakteristik jasa adalah tak berwujud. Tak berwujud maksudnya adalah jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum jasa itu dibeli. Konsumen biasanya akan mencari bukti kualitas dengan mengambil kesimpulan dari tempat, orang, peralatan, bahan komunikasi, simbol, dan harga untuk mengurangi ketidakpastian. Kondisi ini menyebabkan setiap perusahaan yang bergerak di bidang jasa akan berlomba-lomba menawarkan keunggulan kualitas pelayanan kepada konsumen dengan berbagai cara.

Semakin tinggi tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan (Kotler dan Keller, 2009:144). Teori di atas menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara kualitas dan kepuasan konsumen, sehingga apabila kualitas jasa meningkat maka meningkat pula kepuasan konsumen. Artinya, kualitas jasa merupakan kunci untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan adalah tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas

kinerja yang diterima dengan yang diharapkan (Kotler dalam Lupiyoadi, 2013:228).

KAHA *Tours and Travel* merupakan perusahaan jasa yang berawal dari bisnis *offline travel agent* sejak Agustus tahun 1992. KAHA *Tours and Travel* memiliki beberapa kantor yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya ada di Surabaya. Kesuksesan pemasaran jasa bergantung pada SDM (Sumber Daya Manusia) yang dimiliki (Lupiyoadi, 2013:194). SDM (Sumber Daya Manusia) pada KAHA *Tours and Travel* salah satunya adalah *sales executive*. *Sales executive* pada bisnis *offline* KAHA *Tours and Travel* berperan penting sebagai saluran distribusi dari perusahaan ke konsumen atau penyedia jasa yang diharapkan secara aktif dapat memuaskan konsumen. Tugas *sales executive* KAHA *Tours and Travel* adalah memberikan pelayanan kepada konsumen secara langsung atau konsumen yang datang ke kantor KAHA *Tours and Travel*.

Sejalan dengan riset empiris Dewi dan Nuryati (2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Indikator kepuasan konsumen salah satunya adalah minat pembelian ulang dan kesediaan untuk merekomendasikan, dua hal ini jelas dapat meningkatkan penjualan. Berbeda dengan kondisi yang ada di KAHA *Tours and Travel* Surabaya, di mana terjadi penurunan penjualan. Gambar 1.1 menunjukkan adanya penurunan penjualan antara tahun 2018 dengan 2019, selain itu adanya penutupan beberapa kantor KAHA *Tours and Travel* di Indonesia. Contohnya, kantor KAHA *Tours and Travel* Surabaya di Stasiun Kereta Api Pasar Turi juga mengalami penutupan akibat dianggap kurang berproduksi.



Gambar 1.1

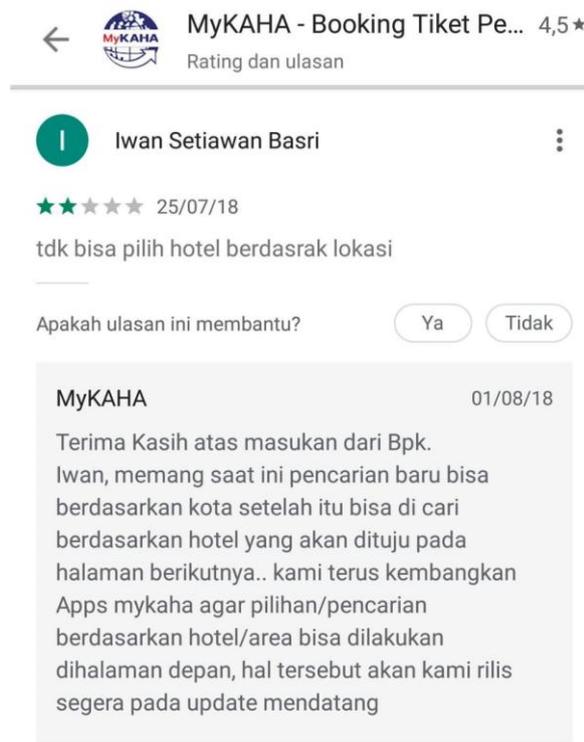
Grafik Data Penjualan KAHA *Tours and Travel* Surabaya
Kantor Mayjend Sungkono

Sumber : KAHA *Tours and Travel* Surabaya Kantor Mayjend Sungkono April 2019

Sisi lain, karena *booming*-nya teknologi internet membawa kata *digital* ke dalam kehidupan kita. Perusahaan baru (*startup*) banyak memanfaatkan teknologi internet untuk operasi bisnisnya atau yang biasa disebut dengan bisnis *online/E-Commerce*. Akhirnya, banyak perusahaan lama mengambil tindakan untuk menambahkan atau beralih ke sistem layanan *online/E-Commerce* karena takut *ter-disrupt* oleh perusahaan baru (*startup*). Aplikasi MyKAHA merupakan langkah yang diambil KAHA *Tours and Travel* dalam menghadapi kondisi seperti ini. MyKAHA rilis pada tanggal 3 April 2018 dan sampai saat ini sudah *download* lebih dari 10.000 pengguna (<https://www.mykaha.com>).

Kualitas juga merupakan hal penting dalam bisnis *online/E-Commerce*, karena di dunia *online* konsumen mencari kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi dan lain-lainnya. Pengembangan sistem layanan *offline* ke *online* dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel*. Sejalan dengan riset empiris Kurniawati *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa kualitas *website* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Indikator kepuasan

konsumen salah satunya adalah ketidakpuasan konsumen yang bisa diketahui dari adanya komplain. Beberapa ulasan negatif tentang MyKAHA tersebut menunjukkan ketidakpuasan konsumen, salah satunya dapat dilihat pada gambar 1.2.



Gambar 1.2
Ulasan Konsumen MyKAHA
Sumber : <https://www.mykaha.com>

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas *Sales Executive* dan *MyKAHA Application* Terhadap Kepuasan Konsumen *KAHA Tours and Travel PT Karya Harapan Surabaya*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas *sales executive* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya ?
2. Apakah kualitas MyKAHA *aplication* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya ?
3. Apakah secara simultan kualitas *sales executive* dan MyKAHA *aplication* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas *sales executive* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas MyKAHA *aplication* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya.
3. Untuk mengetahui apakah secara simultan kualitas *sales executive* dan MyKAHA *aplication* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen KAHA *Tours and Travel* Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pelaku bisnis *travel agent* khususnya *KAHA Tours and Travel Surabaya* agar bisa menjadi *travel agent* terbaik.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi peneliti, dan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini secara garis besar terdiri dari 5 bab yang berisi tentang :

1. Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

2. Bab II : Kajian Pustaka

Bab ini berisi tentang landasan teori, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis.

3. Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik

pengolahan data, uji instrumen, uji *Chi Square*, uji asumsi klasik, analisis data, dan uji hipotesis.

4. Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum KAHA *Tours and Travel*, uji instrumen , deskripsi data hasil penelitian, uji asumsi klasik, analisis data, uji hipotesis, dan pembahasa.

5. Bab V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.