

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor kunci dalam industri pariwisata, terutama bagi agen perjalanan. Standar Operasional Prosedur (SOP) yang baik diharapkan dapat menjadi panduan bagi karyawan dalam memberikan pelayanan yang konsisten dan berkualitas tinggi. Namun, implementasi pelayanan di lapangan sering kali menemui berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan. SOP adalah panduan tertulis yang menguraikan langkah-langkah yang harus diikuti oleh karyawan dalam menjalankan tugas mereka.

SOP bertujuan untuk memastikan konsistensi, efisiensi, dan kualitas pelayanan. Standar Operasional Prosedur merupakan sebuah panduan yang bertujuan memastikan pekerjaan dan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar. Dengan arti lain SOP sebagai suatu pedoman untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah maupun non-pemerintah, usaha maupun non-usaha, berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif, dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan.¹

¹ 'Standar Operasional Prosedur (SOP) Sebagai Elemen Penting Dalam Penerapan Penanganan Yang Baik Pangan Segar Asal Tumbuhan (PSAT)', *Dpkp Diy*, 2022

Implementasi pelayanan merujuk pada bagaimana SOP diterapkan dalam kegiatan operasional sehari-hari. Karyawan harus mematuhi SOP dalam setiap tindakan yang mereka lakukan untuk memastikan pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Namun, dalam praktiknya, sering terjadi penyimpangan dari SOP yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti kurangnya pelatihan, ketidakjelasan prosedur, atau kurangnya pengawasan. Implementasi pelayanan pada setiap perusahaan dapat sangat bervariasi. Salah satu strategi pelayanan yang umum diterapkan adalah menggunakan implementasi pelayanan prima, yang bertujuan untuk memberikan standar pelayanan terbaik. Hal ini meliputi upaya untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen dalam hal kecepatan, kualitas, responsivitas, dan kepuasan secara keseluruhan.

Setiap perusahaan juga berfokus pada pengembangan kualitas pelayanan kepada konsumen. Ini mencakup pelatihan karyawan, penyediaan sarana dan prasarana yang mendukung, serta penggunaan teknologi terbaru untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya dapat mempertahankan pelanggan tetapi juga membangun loyalitas jangka panjang serta citra positif perusahaan di mata publik. Tujuan utama dari implementasi pelayanan prima adalah untuk menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, sehingga mereka merasa dihargai dan terpenuhi kebutuhan serta ekspektasi mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat memastikan bahwa konsumen tidak merasa kecewa dan tetap setia dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Melalui kualitas pelayanan dapat terciptanya kepuasan pelanggan, dimana kepuasan dari pelanggan menjadi sasaran utama dalam sebuah perusahaan untuk dapat tumbuh dan berkembang dalam menghadapi persaingan yang ketat. Kepuasan pelanggan juga menjadi sebuah dorongan dan motivasi untuk menciptakan ide yang kreatif dan inovatif yang dapat membuat perusahaan semakin berkembang lagi. Kepuasan juga dapat menjadi acuan sejauh mana kualitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan tersebut². Ketika konsumen ingin melakukan *incentive tour*, sangat penting untuk menyediakan pelayanan yang berkualitas atau prima agar dapat membina hubungan yang baik dengan konsumen. Pelayanan yang baik tidak hanya akan meningkatkan minat konsumen untuk mengikuti perjalanan insentif, tetapi juga akan menjamin bahwa mereka merasa puas dan terlayani dengan baik selama perjalanan tersebut. Dengan demikian, memperhatikan aspek pelayanan yang baik akan menjadi kunci untuk mencapai tujuan insentif secara efektif dan membangun reputasi positif di mata konsumen.

Pelayanan sangat penting dalam usaha jasa termasuk dalam perusahaan *travel agent* salah satunya dalam program *Incentive Tour*. *Incentive tour* adalah program perjalanan yang dirancang sebagai penghargaan bagi karyawan atau pelanggan yang berprestasi. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan, tetapi juga sebagai strategi pemasaran untuk menarik lebih banyak pelanggan. Efektivitas *incentive tour* sangat bergantung pada perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang tepat sesuai dengan SOP. *Incentive tour* suatu

² Ferdinand Romelus Anigomang, Sefnat Aristarkus Tang, and Elia Maruli, 'Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Januari, 2023.1 (2023), pp. 698–709 <<https://doi.org/10.5281/zenodo.7639297>>.

kegiatan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka. Perjalanan insentive memiliki manfaat yaitu bukan hanya untuk sebagai penghargaan atas prestasi saja namun juga dapat meningkatkan hubungan dan interaksi dengan karyawan dengan pelanggan.³

Masalah utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah penerapan pelayanan di PT. Golden Rama *Express* telah sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan. Penelitian ini akan menganalisis berbagai aspek implementasi pelayanan dan kualitas pelayanan yang dihadapi oleh perusahaan, serta mengevaluasi efektivitas program *incentive tour*. Dengan memahami kesenjangan antara SOP dan implementasi di lapangan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi untuk perbaikan pelayanan divisi *Incentive tour* di PT. Golden Rama *Express*.

Maka dari itu penulis menggunakan 5 (lima) elemen dimensi pelayanan reabilitas (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati, (*empathy*), bukti fisik (*tangibels*), jaminan (*assurance*) sebagai acuan untuk menganalisis implementasi dimensi pelayanan berdasarkan SOP yang ada di di PT. Golden Rama *Express*.

dalam pelayanan agar dapat memaksimalkan dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen. Melihat hal itulah saya tertarik untuk mengambil judul “**Implementasi dimensi pelayanan *incentive tour* pada perusahaan PT. Golden Rama Express**” untuk menjadi materi penelitian saya.

³ Benefit One, ‘Mengenai Insentif Travel, Manfaatnya Untuk Bisnis & Jenisnya’, *Benefit One Indonesia* <<https://benefit-one.co.id/id/mengenai-insentif-travel-manfaatnya-untuk-bisnis-jenisnya/>> [accessed 24 April 2024].

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana SOP dimensi pelayanan yang terdapat di PT. Golden Rama *Express* ?
2. Bagaimana implementasi dimensi pelayanan di PT. Golden Rama *Express* divisi *incentive tour* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk dapat mengetahui SOP dimensi pelayanan pada perusahaan PT. Golden Rama *Express*
2. Mengetahui implementasi dimensi pelayanan di PT. Golden Rama *Express* divisi *incentive tour*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun dengan tujuan penelitiannya yang terbagi menjadi dua yaitu ada manfaat teoritis dan manfaat praktis :

A. Manfaat akademis

1. Diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang perjalanan wisata khususnya dimensi pelayanan
2. Dapat menjadi sebagai referensi atau pedoman pada penelitian sejenis di masa mendatang

B. Manfaat Praktis

1. Dapat digunakan sebagai acuan bagi mahasiswa yang ingin mendalami pariwisata sebagai pelaku pariwisata
2. Diharapkan dapat berguna dan dapat memotivasi bagi pihak - pihak yang memerlukan studi tentang dasar - dasar pelayanan

