

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian kreatif Indonesia telah lama bergantung pada pariwisata. Dengan pariwisata sebagai industri terbesar dan sektor jasa dengan pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini, pariwisata menjadi salah satu aset yang sangat penting bagi negara dalam pembangunan ekonomi kreatif dan pariwisata. Industri pariwisata, bersama dengan sektor teknologi dan informasi, diperkirakan akan menjadi penggerak ekonomi utama abad ini. Pariwisata dianggap sebagai sektor yang menjanjikan untuk berkembang untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. Pariwisata adalah industri terbesar di dunia, dengan kontribusi hingga 10% dari PDB global (Fahad & Endrayadi, 2017).

Travel Agent merupakan salah satu bagian dari sarana pokok kepariwisataan. Travel agent sendiri adalah suatu biro perjalanan wisata yang melayani segala kebutuhan wisatawan mulai dari dokumen perjalanan, akomodasi, transportasi, makanan, jadwal perjalanan, tiket masuk wisata hingga pemandu wisata atau tour leader yang akan mendampingi wisatawan selama melaksanakan sebuah perjalanan wisata (Elsa Ramadhani, 2024)

Tour Leader adalah memandu serta memimpin suatu grup atau rombongan dari awal kegiatan hingga kegiatan berakhir. Tour leader juga yang mengatur agar tour berjalan dengan lancar, mulai dari morning call, ontime dengan menyesuaikan itinerary yang telah direncanakan sebelumnya (Ramayani, 2020).

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi dan dilakukan antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi interpersonal, setiap individu pasti saling mengirimkan pesan dan menerima sebuah pesan. Melalui komunikasi interpersonal, individu dapat mengekspresikan gagasan, perasaan, harapan dan kesan kepada orang lain. Komunikasi interpersonal melibatkan pertemuan secara langsung dan tatap muka. Komunikasi interpersonal, dapat dikatakan sebagai komunikasi yang sering terjadi dan dilakukan oleh orang-orang dalam kehidupan sehari-hari dengan orang terdekat seperti keluarga, kekasih, teman, dan lain sebagainya. Melalui komunikasi interpersonal kita bisa mengenal dan membina hubungan dengan orang lain lebih dekat. Perkembangan era digital membawa perubahan signifikan dalam teknologi maupun cara berkomunikasi. Komunikasi interpersonal yang baik menjadi salah satu cara untuk menciptakan diferensiasi atau feedback yang saling mempengaruhi (Devito, 2016).

Komunikasi intrapersonal memiliki peran penting dalam berbagai fungsi sosial. Vokalisasi internal, atau berbicara dengan diri sendiri, dapat berperan dalam mencapai atau mempertahankan proses penyesuaian sosial (Hargie, 2021).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh perusahaan perjalanan adalah membangun Keterampilan Interpersonal. menjadi kunci keberhasilan dalam industri pariwisata, karena wisatawan yang kembali menggunakan jasa yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami bagaimana menciptakan pengalaman tersebut (

Di sinilah peran tour leader menjadi sangat penting. Tour leader bukan hanya sekadar pemandu wisata mereka adalah wajah perusahaan yang berinteraksi langsung dengan wisatawan. Mereka bertanggung jawab untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan. Komunikasi interpersonal yang efektif antara tour leader dan wisatawan dapat menciptakan hubungan yang baik dan membangun kepercayaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pelanggan serta juga sebagai ujung tombak disebuah biro perjalanan wisata dengan seorang tour leader memberikan pelayanan yang sangat memuaskan kepada para pelanggan (Fitra Andi Yogo Ariuz,2019)

Keterampilan interpersonal mencakup berbagai aspek, seperti kemampuan mendengarkan, menunjukkan empati, dan menyampaikan informasi dengan jelas. Dalam konteks pariwisata, komunikasi yang baik dapat mengurangi kecemasan dan meningkatkan rasa nyaman wisatawan. Hal ini sangat penting, terutama ketika wisatawan berada di lingkungan yang baru dan asing. Tour leader yang mampu berkomunikasi dengan baik dapat membantu wisatawan merasa lebih tenang dan terhubung dengan pengalaman yang mereka jalani DeVito, J. A. (2016).

Di K.I.A Tours and Travel, tour leader dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan berbagai karakteristik wisatawan, mulai dari latar belakang budaya, usia, hingga preferensi pribadi. Kemampuan tour leader dalam berkomunikasi secara interpersonal menjadi sangat penting untuk menciptakan suasana yang ramah dan informatif. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan jasa K.I.A Tours and Travel di masa mendatang.

Dalam era digital saat ini, wisatawan memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi dan pilihan layanan. Mereka dapat dengan mudah membandingkan berbagai biro perjalanan dan memilih yang terbaik sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, perusahaan perlu berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan agar tetap bersaing.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh tour leader di K.I.A Tours and Travel. Dengan memahami peran komunikasi interpersonal seta produk yang ditawarkan dalam meningkatkan pelanggan, diharapkan perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kualitas layanan.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi K.I.A Tours and Travel untuk meningkatkan strategi komunikasi dan pelayanan. Dengan memahami bagaimana komunikasi interpersonal dapat mempengaruhi kepuasan pelayanan pelanggan, perusahaan dapat merumuskan pelatihan dan pengembangan yang lebih baik untuk tour leader, sehingga dapat menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi wisatawan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan untuk K.I.A Tours and Travel, tetapi juga untuk seluruh industri pariwisata yang ingin meningkatkan daya saing dan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata serta praktik terbaik dalam industri.

Berdasarkan uraian permasalahan yang diungkapkan di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut terkait dengan pengelolaan wisata dengan menentukan judul penelitian terkait **“Keterampilan Interpersonal Dalam Berkomunikasi Sebagai Tour Leader Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Tour Japan Di K.I.A Tours and Travel).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok permasalahan tersebut, maka penulis merumuskan masalah adalah

1. Bentuk-Bentuk interpersonal yang diterapkan oleh tour leader untuk meningkatkan Kualitas pelayanan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi interpersonal tour leader dalam membangun loyalitas pelanggan di K.I.A Tours and Travel. Berikut adalah tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini:

1. Untuk mengevaluasi Interpersonal pelayanan yang tour leader terapkan di K.I.A Tours and Travel

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat yang diperoleh dari penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat terhadap Pengetahuan Akademis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata, khususnya Keterampilan interpersonal

dalam menciptakan nilai tambah pada pelayanan. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya

2. Manfaat Peningkatan Kualitas Layanan: Dengan rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini, K.I.A Tours and Travel diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh tour leader. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelayanan terhadap pelanggan dan reputasi perusahaan di pasar.

