

Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Smart Tour Travel Purwokerto Untuk Kepuasan Pelanggan

Ali Nurdin*¹ Anas Azhimi Qalban²

¹Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Saintek, Universitas Islam Negeri

Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

e-mail: *¹alinurdin210404@gmail.com *²anasaq@uinsaizu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi peningkatan kualitas layanan Smart Tour Travel Purwokerto dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi langsung, dan analisis dokumen internal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan mencakup kecepatan layanan, privasi staf, kenyamanan perjalanan, serta keamanan transportasi. Strategi yang diterapkan meliputi pelatihan karyawan untuk meningkatkan profesionalisme, pengembangan sistem pemesanan berbasis aplikasi, serta peremajaan armada kendaraan. Hasil survei menunjukkan peningkatan signifikan dalam kepuasan pelanggan setelah strategi ini diterapkan. Peningkatan kualitas layanan tidak hanya berdampak pada loyalitas pelanggan, tetapi juga memperkuat daya saing perusahaan di industri perjalanan wisata. Oleh karena itu, inovasi dan perbaikan berkelanjutan menjadi kunci dalam menjaga kepuasan pelanggan dan keinginan bisnis.

Kata kunci-- Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Smart Tour Travel, Peningkatan Strategi

Abstract

This research discusses strategies for improving the quality of Smart Tour Travel Purwokerto services in an effort to increase customer satisfaction. The research method used is a qualitative approach with a case study design. Data was collected through interviews, direct observation, and analysis of internal company documents. The research results show that the main factors in increasing customer satisfaction include service speed, staff privacy, travel comfort, and transportation safety. The strategies implemented include employee training to increase professionalism, development of an application-based ordering system, and rejuvenation of the vehicle fleet. Survey results showed a significant increase in customer satisfaction after this strategy was implemented. Improving service quality not only has an impact on customer loyalty, but also strengthens the company's competitiveness in the travel industry. Therefore, innovation and continuous improvement are key in maintaining customer satisfaction and business desires.

Keywords-- Service Quality, Customer Satisfaction, Smart Tour Travel, Strategy Improvement

1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Indonesia terus berkembang pesat, mendorong perusahaan perjalanan wisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan rekomendasi positif [1][2].

Smart Tour Travel Purwokerto sebagai salah satu biro perjalanan wisata di Purwokerto, menghadapi tantangan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat bersaing dan memenuhi ekspektasi pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya berfokus pada aspek fisik, tetapi juga pada kemampuan staf dalam memberikan layanan yang responsif, handal, dan penuh empati [3].

Menjalin kerjasama dengan agen luar dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan memperluas jaringan bisnis Smart Tour Travel Purwokerto. Kemitraan ini bisa dilakukan dengan agen perjalanan, hotel, penyedia transportasi, restoran, dan destinasi wisata. Dengan menggandeng agen perjalanan lain, perusahaan dapat menawarkan paket wisata yang lebih variatif dan menjangkau pasar lebih luas. Kerjasama dengan hotel dan penginapan memungkinkan pelanggan mendapatkan harga khusus dan layanan akomodasi berkualitas. Selain itu, kolaborasi dengan perusahaan transportasi dapat memastikan layanan perjalanan yang nyaman, sedangkan kemitraan dengan restoran menghadirkan pengalaman kuliner khas daerah [4].

Kerjasama ini juga memperbaiki efisiensi operasional, menekan biaya, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan akses eksklusif ke destinasi wisata tertentu dan paket tematik yang menarik, Smart Tour Travel Purwokerto dapat memberikan pengalaman perjalanan yang lebih terintegrasi dan berdaya saing tinggi [5].

Hal ini sejalan dengan karya Patra dan Rani yang berjudul “*Analisis Perencanaan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Konsumen Dengan Metode Quality Function Deployment (Qfd)*” yang menjelaskan terkait menekankan pentingnya empati, daya tanggap, keandalan, dan jaminan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada biro perjalanan wisata. Strategi peningkatan kualitas pelayanan dapat meliputi pelatihan karyawan untuk meningkatkan kompetensi dan profesionalisme, penerapan teknologi informasi untuk mempermudah akses layanan, serta evaluasi rutin terhadap umpan balik pelanggan. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi Smart Tour Travel Purwokerto di industri pariwisata local [6].

Penelitian yang dilakukan oleh Trisnadi dan Syahmurman dengan karya mereka yang berjudul “*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Arnes Shuttle rute purwakarta–bandung (studi kasus pada cabang arnes shuttle sedang)*” menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga investasi dalam peningkatan layanan menjadi sangat penting [6].

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan kualitas pelayanan di Smart Tour Travel Purwokerto dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menerapkan strategi yang tepat [7][8] diharapkan Smart Tour Travel Purwokerto dapat memberikan layanan yang unggul dan berdaya saing tinggi di pasar pariwisata Indonesia [10].

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus merupakan metode yang efektif untuk memahami secara mendalam strategi peningkatan kualitas pelayanan di Smart Tour Travel Purwokerto. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena dalam konteks aslinya, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang dinamika yang terjadi dalam perusahaan. Penggunaan wawancara mendalam sebagai sumber data primer memberikan kesempatan untuk menggali persepsi dan pengalaman manajemen serta pelanggan secara langsung. Metode ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfanita dan Gunawan (2021), yang menekankan pentingnya wawancara dalam mengumpulkan data kualitatif untuk memahami kualitas pelayanan publik [11].

Melakukan observasi langsung terhadap proses pelayanan merupakan langkah penting dalam menilai keefektifan sistem yang diterapkan. Melalui observasi, peneliti dapat melihat secara langsung bagaimana staf berinteraksi dengan pelanggan serta bagaimana alur kerja berlangsung dalam operasional sehari-hari. Pendekatan ini membantu dalam mengidentifikasi kelebihan yang perlu dipertahankan serta kekurangan yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan di Kantor Imigrasi Yogyakarta, di mana observasi digunakan untuk mengevaluasi pengalaman pelanggan (*customer experience*) sebagai bagian dari strategi peningkatan layanan. Dengan cara ini, perusahaan dapat memahami kebutuhan pelanggan secara lebih mendalam dan mengambil langkah yang tepat untuk meningkatkan kepuasan mereka [12].

Pengumpulan data sekunder melalui dokumen internal perusahaan, seperti laporan keuangan dan standar operasional prosedur (SOP), memberikan konteks tambahan yang memperkaya analisis. Dokumen-dokumen ini membantu dalam memahami kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan, serta bagaimana implementasinya dalam operasional sehari-hari. Analisis terhadap ulasan pelanggan di platform online juga memberikan wawasan tentang persepsi eksternal terhadap kualitas layanan yang diberikan. Pendekatan ini mirip dengan penelitian yang dilakukan di Prima Freshmart SV IPB, di mana analisis dokumen digunakan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang disediakan [13].

Teknik analisis data deskriptif kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data dalam bentuk narasi, dan penarikan kesimpulan, memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola dan strategi efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Proses ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan dianalisis secara sistematis dan mendalam. Kredibilitas data dijaga melalui triangulasi sumber, member checking, dan diskusi dengan pakar atau rekan sejawat, sebagaimana diterapkan dalam penelitian di Politeknik Pelayaran Surabaya untuk memastikan validitas temuan terkait kualitas pelayanan public [14].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

SMART 99 Group di dirikan oleh Bapak Apit Maulana dan Sri Suningsih untuk menciptakan komunitas yang produktif dan peduli terhadap pendidikan karakter sejak usia dini. Berawal dari jasa privat belajar dan konsep pembelajaran luar kelas di tahun 2009, usaha ini berkembang pesat hingga menjalin kerja sama dengan puluhan lembaga pendidikan di Banyumas.

Seiring dengan perkembangan waktu, SMART Education terus memperluas cakupan layanannya, tidak hanya berfokus pada pendidikan tetapi juga menghadirkan berbagai program seperti outing class, bimbingan belajar, dongeng ceria, serta layanan event organizer. Inovasi ini

memungkinkan SMART Education menjangkau lebih banyak peserta, baik individu maupun institusi, yang membutuhkan pengalaman edukatif dan hiburan berkualitas.

Pertumbuhan pesat yang dialami perusahaan akhirnya mendorong didirikannya CV. SMART 99 pada 1 Oktober 2012. Perusahaan ini kemudian berkembang lebih jauh dan bertransformasi menjadi SMART 99 Group, sebuah entitas yang menaungi berbagai layanan di bidang pendidikan dan event. Hingga tahun 2014, lebih dari 1.000 anak serta berbagai institusi telah merasakan manfaat dari program-program yang ditawarkan, menunjukkan dampak positif dan kepercayaan yang semakin besar terhadap SMART 99 Group.

Saat ini, SMART 99 Group telah berkembang dan menaungi empat unit utama, yaitu SMART Education, yang berfokus pada layanan pendidikan; SMART Private, yang menyediakan bimbingan belajar secara personal; SMART Tour, yang menghadirkan pengalaman wisata edukatif; serta SMART Peduli, yang bergerak dalam kegiatan sosial dan kepedulian masyarakat. Keempat unit ini saling mendukung untuk menciptakan layanan yang lebih luas dan bermanfaat bagi berbagai kalangan.

Dengan mengusung konsep *learning by doing* [15], SMART 99 Group berkomitmen untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih interaktif dan menyenangkan. Pendekatan ini memungkinkan peserta didik maupun pelanggan untuk belajar melalui pengalaman langsung, sehingga pemahaman mereka lebih mendalam. Komitmen ini juga sejalan dengan moto mereka, “Melayani Sepenuh Hati,” yang mencerminkan dedikasi perusahaan dalam memberikan layanan terbaik dan penuh kepedulian.



Gambar 1. Komunitas dari CV. Smart 99

Smart Tour Travel Purwokerto merupakan salah satu agen perjalanan yang telah beroperasi sejak tahun 2015. Perusahaan ini berkomitmen untuk menyediakan layanan transportasi dan wisata yang aman, nyaman, serta terpercaya bagi masyarakat di Purwokerto dan sekitarnya. Dengan berbagai layanan yang ditawarkan, Smart Tour Travel menjadi pilihan bagi masyarakat yang membutuhkan solusi perjalanan yang praktis dan profesional.

Layanan utama yang disediakan oleh Smart Tour Travel meliputi transportasi reguler antar kota, yang memungkinkan pelanggan untuk bepergian ke berbagai daerah dengan mudah. Selain itu, perusahaan ini juga menawarkan paket wisata domestik bagi wisatawan yang ingin menjelajahi berbagai destinasi menarik di Indonesia tanpa harus repot mengurus akomodasi dan transportasi secara mandiri. Untuk keperluan perjalanan yang lebih spesifik, Smart Tour Travel menyediakan layanan antar-jemput bandara, yang membantu pelanggan dalam perjalanan dari dan ke bandara dengan nyaman dan tepat waktu. Tidak hanya itu, tersedia pula layanan penyewaan kendaraan lengkap dengan sopir, yang memberikan fleksibilitas lebih bagi pelanggan dalam merencanakan perjalanan mereka.

Dalam menjalankan bisnisnya, Smart Tour Travel menargetkan berbagai segmen pasar, mulai dari wisatawan domestik yang ingin berlibur, masyarakat umum yang memerlukan transportasi ke luar kota, hingga perusahaan yang membutuhkan layanan perjalanan bagi

karyawannya. Dengan visi menjadi penyedia layanan travel terbaik di Jawa Tengah, Smart Tour Travel terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan demi mencapai kepuasan pelanggan.

Hasil survei terhadap 100 pelanggan menunjukkan bahwa secara umum, kualitas layanan Smart Tour Travel sudah cukup baik. Sebagian besar pelanggan, yaitu 78%, merasa puas dengan kecepatan layanan, terutama dalam proses pemesanan yang dinilai cepat dan efisien. Namun, masih ada 22% pelanggan yang mengalami keterlambatan dalam konfirmasi pemesanan. Hal ini bisa menjadi kendala bagi mereka yang membutuhkan kepastian segera dalam merencanakan perjalanan, sehingga aspek ini perlu mendapat perhatian lebih untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

Selain itu, keramahan staf menjadi salah satu keunggulan Smart Tour Travel, dengan 85% pelanggan menilai bahwa staf mereka ramah dan responsif dalam melayani kebutuhan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi langsung dengan pelanggan sudah berjalan dengan baik, yang bisa menjadi daya tarik utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Namun, dalam hal kenyamanan perjalanan, masih terdapat beberapa kendala. Sebanyak 70% pelanggan merasa kendaraan yang digunakan cukup nyaman, tetapi 30% lainnya mengeluhkan kondisi armada yang perlu diperbarui agar lebih layak dan nyaman untuk perjalanan jarak jauh.

Dari aspek keamanan, Smart Tour Travel mendapatkan penilaian yang sangat baik, dengan 90% pelanggan merasa bahwa perjalanan mereka aman dan standar keselamatan yang diterapkan cukup baik. Ini menjadi salah satu faktor penting yang perlu terus dipertahankan agar pelanggan merasa tenang selama perjalanan. Namun, dalam hal kemudahan pemesanan, meskipun 60% pelanggan menyatakan bahwa pemesanan melalui WhatsApp sudah cukup praktis, masih ada 40% pelanggan yang menginginkan adanya sistem pemesanan berbasis aplikasi agar lebih mudah dan efisien.

Secara keseluruhan, hasil survei ini menunjukkan bahwa meskipun Smart Tour Travel sudah memiliki layanan yang cukup baik, masih ada ruang untuk perbaikan. Peningkatan dalam sistem pemesanan yang lebih modern serta pembaruan armada kendaraan menjadi dua aspek utama yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan menjadikan Smart Tour Travel sebagai pilihan utama dalam layanan perjalanan di wilayahnya.

Smart Tour Travel telah merancang dan akan terus menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan kualitas layanan mereka. Upaya ini mencakup beberapa aspek utama, seperti pengembangan keterampilan karyawan agar lebih profesional, pemanfaatan teknologi untuk mempermudah layanan, serta sistem manajemen keluhan pelanggan yang lebih responsif. Selain itu, perusahaan juga berfokus pada peningkatan fasilitas dan kenyamanan guna menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih menyenangkan bagi pelanggan.

Smart Tour Travel berkomitmen untuk menerapkan strategi peningkatan layanan secara berkelanjutan agar kepuasan pelanggan terus meningkat. Dengan menyediakan layanan yang lebih baik, merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat, serta meningkatkan kenyamanan fasilitas, perusahaan berharap dapat menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi para pengguna jasa mereka.

Melalui upaya ini, Smart Tour Travel ingin membangun kepercayaan yang lebih kuat dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dan percaya dengan layanan yang diberikan, mereka cenderung akan kembali menggunakan jasa Smart Tour Travel serta merekomendasikannya kepada orang lain. Selain itu, strategi ini juga diharapkan dapat memperkuat posisi Smart Tour Travel di industri pariwisata, sehingga semakin kompetitif dalam menghadapi persaingan pasar.

Peningkatan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia memegang peran penting dalam menentukan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Sebagai penyedia jasa perjalanan, Smart Tour Travel

menyadari bahwa staf yang terampil dan profesional akan mampu menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan berfokus pada pengembangan keterampilan karyawan agar mereka lebih siap dalam memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan solutif.

Untuk mencapai tujuan tersebut, Smart Tour Travel secara rutin mengadakan pelatihan bagi stafnya. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek, seperti keterampilan komunikasi, penanganan keluhan pelanggan, serta kemampuan dalam menghadapi situasi yang tidak terduga selama perjalanan. Dengan meningkatkan kompetensi karyawan, perusahaan berharap dapat membangun reputasi yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Upaya yang dilakukan meliputi:

1. Menyelenggarakan pelatihan bagi staf terkait standar pelayanan pelanggan. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman staf mengenai prosedur pelayanan yang baik, mulai dari cara menyapa pelanggan hingga menangani permintaan khusus.
2. Meningkatkan keterampilan komunikasi dan manajemen keluhan pelanggan. Memiliki komunikasi yang baik sangatlah penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Serta dibekali teknik dalam menangani keluhan pelanggan secara efektif, agar keluhan tersebut dapat di selesaikan dengan cepat.
3. Memberikan penghargaan kepada karyawan yang mendapatkan ulasan positif dari pelanggan serta memberikan penghargaan berupa umroh secara gratis serta liburan 3 negara di asia tenggara meliputi Malaysia, Singapura, dan Thailand.

Pemanfaatan Teknologi

Teknologi memiliki peran krusial dalam meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam hal efisiensi dan kenyamanan bagi pelanggan. Dengan adanya sistem digital, proses pemesanan, pembayaran, dan konfirmasi perjalanan dapat dilakukan lebih cepat dan praktis.

Selain itu, teknologi juga memungkinkan pelanggan untuk mengakses informasi secara real-time, seperti jadwal perjalanan, promo, dan layanan tambahan. Dengan penerapan teknologi yang tepat, perusahaan dapat memberikan pengalaman yang lebih nyaman dan responsif, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Smart Tour Travel terus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi sebagai berikut:

1. Mengembangkan sistem pemesanan berbasis aplikasi untuk meningkatkan efisiensi layanan. Dengan adanya aplikasi pemesanan, pelanggan dapat dengan mudah memilih jadwal perjalanan, melakukan pembayaran, serta mendapatkan informasi secara real-time tanpa harus datang langsung ke kantor atau menghubungi customer service.
2. Memanfaatkan chatbot otomatis pada WhatsApp untuk menjawab pertanyaan pelanggan secara real-time. Chatbot yang tersedia 24 jam membantu menjawab pertanyaan dasar pelanggan, seperti jadwal keberangkatan, harga tiket, atau syarat perjalanan. Dengan ini, pelanggan bisa mendapatkan informasi dengan cepat tanpa harus menunggu lama.
3. Meningkatkan kehadiran di media sosial sebagai platform komunikasi dan promosi layanan. Media sosial digunakan sebagai sarana interaksi langsung dengan pelanggan sekaligus sebagai media promosi. Melalui platform ini, pelanggan bisa mendapatkan update terbaru mengenai promo, perubahan jadwal, atau layanan baru yang ditawarkan. Platform media sosial tersebut meliputi Tiktok, Instagram, WhatsApp, dan Facebook.

Manajemen Keluhan Pelanggan

Pelayanan yang berkualitas bukan hanya soal memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, tetapi juga tentang bagaimana perusahaan merespons dan menangani keluhan dengan cara yang profesional. Kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh layanan yang diberikan saat semuanya berjalan lancar, tetapi juga oleh bagaimana perusahaan menyelesaikan masalah ketika ada kendala.

Maka dari itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki sistem penanganan keluhan yang efektif. Respons yang cepat, solusi yang tepat, serta sikap yang ramah dan profesional dari staf akan membuat pelanggan merasa dihargai dan didengar. Dengan pendekatan yang baik dalam menangani keluhan, perusahaan tidak hanya mempertahankan kepercayaan pelanggan, tetapi juga meningkatkan loyalitas mereka dalam jangka panjang. Smart Tour Travel menerapkan strategi berikut:

1. Menyediakan layanan keluhan pelanggan melalui hotline 24 jam. Dengan adanya layanan keluhan yang selalu aktif, pelanggan dapat dengan mudah melaporkan masalah yang mereka hadapi kapan saja. Hal ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam memberikan pelayanan yang responsif dan solutif.
2. Menyusun sistem penanganan keluhan berbasis skor kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction Score). Setiap keluhan yang masuk akan dinilai berdasarkan tingkat urgensinya dan kepuasan pelanggan setelah keluhan tersebut ditangani. Dengan cara ini, perusahaan dapat mengevaluasi efektivitas sistem penanganan keluhan dan terus melakukan perbaikan.
3. Menindaklanjuti keluhan dengan kompensasi atau perbaikan layanan yang konkret. Jika ada pelanggan yang merasa dirugikan akibat kesalahan layanan, Smart Tour Travel memberikan kompensasi berupa diskon, pengembalian dana, atau layanan tambahan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan.

Peningkatan Fasilitas dan Kenyamanan

Agar pelanggan dapat menikmati perjalanan dengan lebih nyaman dan menyenangkan, perusahaan perlu memastikan setiap aspek layanan berjalan dengan baik. Mulai dari proses pemesanan yang mudah, pelayanan yang ramah, hingga fasilitas yang mendukung, semua harus diperhatikan agar pengalaman pelanggan menjadi lebih berkesan.

Kenyamanan selama perjalanan juga dipengaruhi oleh faktor seperti ketepatan waktu, kebersihan kendaraan, serta keramahan staf. Dengan memperhatikan detail-detail tersebut, perusahaan dapat menciptakan pengalaman yang tidak hanya memuaskan tetapi juga membuat pelanggan ingin kembali menggunakan layanan mereka di masa mendatang. Smart Tour Travel juga berfokus pada peningkatan fasilitas, seperti:

1. Melakukan peremajaan armada untuk meningkatkan kenyamanan perjalanan. Kendaraan yang digunakan secara rutin diperbarui dan dirawat agar tetap dalam kondisi prima. Dengan armada yang lebih modern, pelanggan dapat menikmati perjalanan yang lebih nyaman dan aman.
2. Menyediakan layanan tambahan seperti WiFi dan charging station di dalam kendaraan. Dalam era digital saat ini, akses internet menjadi kebutuhan penting bagi banyak pelanggan. Oleh karena itu, Smart Tour Travel menyediakan WiFi gratis serta charging station agar pelanggan dapat tetap terhubung selama perjalanan.
3. Menawarkan paket perjalanan yang lebih fleksibel sesuai kebutuhan pelanggan. Setiap pelanggan memiliki kebutuhan yang berbeda. Oleh karena itu, perusahaan menyediakan

berbagai pilihan paket perjalanan yang dapat disesuaikan dengan preferensi pelanggan, baik dari segi waktu, destinasi, maupun fasilitas tambahan.

Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator utama keberhasilan suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan tidak hanya berpengaruh terhadap loyalitas mereka, tetapi juga berdampak pada citra dan reputasi perusahaan di mata publik. Oleh karena itu, perusahaan yang bergerak di industri jasa, khususnya transportasi, harus terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas layanan agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan yang semakin tinggi.

Setelah menerapkan berbagai strategi peningkatan kualitas layanan selama enam bulan, dilakukan survei kembali untuk mengukur efektivitas strategi tersebut terhadap kepuasan pelanggan. Hasil survei menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam beberapa aspek layanan, yang mengindikasikan bahwa strategi yang diterapkan telah memberikan dampak positif. Berikut adalah uraian lebih lanjut mengenai perubahan yang terjadi:

1. Sebelum adanya perubahan, banyak pelanggan yang mengeluhkan waktu tunggu yang lama dalam proses pemesanan dan pelayanan. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan mengadopsi sistem pemesanan berbasis aplikasi yang memungkinkan pelanggan melakukan pemesanan dengan lebih cepat dan efisien. Dengan sistem ini, pelanggan tidak perlu lagi mengantre atau menghadapi kesulitan dalam mendapatkan layanan. Peningkatan dari 78% menjadi 90% menunjukkan bahwa pelanggan merasa lebih puas dengan sistem pemesanan yang lebih praktis dan responsif ini.
2. Layanan yang baik tidak hanya bergantung pada sistem dan teknologi, tetapi juga pada interaksi antara pelanggan dan staf. Sebelumnya, beberapa pelanggan merasa bahwa staf belum cukup ramah dalam melayani mereka. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan menerapkan program pelatihan rutin yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan pelayanan staf. Dengan pelatihan yang berkelanjutan, staf menjadi lebih profesional, responsif, dan ramah dalam menghadapi pelanggan. Hasilnya, kepuasan pelanggan terhadap keramahan staf meningkat dari 85% menjadi 92%.
3. Kenyamanan merupakan faktor penting dalam industri transportasi. Sebelum dilakukan pemeliharaan armada, beberapa pelanggan mengeluhkan kondisi kendaraan yang kurang nyaman dan tidak terawat. Untuk meningkatkan kenyamanan, perusahaan melakukan pemeliharaan armada dengan mengganti kendaraan lama dengan kendaraan baru yang lebih modern, bersih, dan nyaman. Hal ini memberikan pengalaman perjalanan yang lebih baik bagi pelanggan, yang tercermin dalam peningkatan tingkat kepuasan dari 70% menjadi 85%.
4. Keamanan merupakan prioritas utama dalam layanan transportasi. Meskipun tingkat kepuasan terhadap keamanan sudah cukup tinggi di angka 90%, perusahaan tetap berupaya untuk menjaga standar keselamatan dengan menambahkan fitur keselamatan di kendaraan, seperti sistem pengereman canggih, GPS tracking, dan kamera pengawas. Dengan adanya peningkatan fitur keselamatan ini, perusahaan berhasil mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan di angka 90%, menunjukkan bahwa pelanggan merasa tetap aman selama menggunakan layanan transportasi ini.
5. Sebelumnya, pelanggan sering mengeluhkan sistem pemesanan yang kurang efisien dan sulit digunakan. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan melakukan perbaikan pada sistem

digitalisasi pemesanan agar lebih user-friendly dan mudah diakses. Dengan sistem yang lebih intuitif dan cepat, pelanggan tidak lagi mengalami kesulitan dalam melakukan pemesanan, sehingga tingkat kepuasan terhadap kemudahan pemesanan meningkat signifikan dari 60% menjadi 88%.

Hasil survei menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan telah memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Berbagai perbaikan yang diterapkan, seperti peningkatan fasilitas, pelayanan yang lebih responsif, dan sistem yang lebih efisien, membuat pelanggan merasa lebih nyaman dan aman saat menggunakan layanan transportasi yang disediakan.

Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa inovasi dan peningkatan kualitas layanan memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan. Dengan terus beradaptasi dan meningkatkan standar layanan, perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas dan rekomendasi positif dari pengguna jasa mereka.

Tabel 1. Implikasi dan Rekomendasi Strategi Peningkatan Layanan Smart Tour Travel Purwokerto

Kategori	Penjelasan
Implikasi	
Peningkatan Daya Saing	Dengan strategi pelayanan prima, Smart Tour Travel menjadi lebih kompetitif dalam industri perjalanan di Purwokerto.
Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	Kepuasan pelanggan yang meningkat mendorong loyalitas serta word-of-mouth marketing yang positif.
Efisiensi Operasional melalui Digitalisasi	Digitalisasi layanan meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat proses bisnis internal.
Rekomendasi	
Pengembangan Paket Wisata Berbasis Minat Khusus	Wisata tematik seperti wisata alam dan kuliner menarik segmen pasar tertentu serta meningkatkan daya tarik perusahaan.
Pemanfaatan Big Data Analytics	Analisis data pelanggan membantu memahami tren dan preferensi untuk merancang strategi bisnis yang lebih efektif.
Optimalisasi Kerja Sama dengan Hotel dan Restoran	Kemitraan dengan penyedia akomodasi dan kuliner meningkatkan layanan terpadu serta kenyamanan pelanggan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan Smart Tour Travel Purwokerto memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbagai strategi telah diterapkan, seperti pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan karyawan, pemanfaatan teknologi untuk sistem pemesanan yang lebih efisien, serta perbaikan dalam manajemen keluhan pelanggan. Selain itu, revitalisasi armada bus dan peningkatan fasilitas seperti WiFi dan Charging Station turut meningkatkan kenyamanan perjalanan.

Hasil survei sebelum dan sesudah penerapan strategi menunjukkan adanya peningkatan kepuasan pelanggan dalam berbagai aspek, termasuk kecepatan layanan, kenyamanan perjalanan, dan keamanan. Peningkatan ini menegaskan bahwa inovasi dan pengelolaan kualitas layanan yang berkelanjutan sangat penting dalam industri jasa perjalanan. Dengan demikian, strategi yang diterapkan Smart Tour Travel tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat daya saing perusahaan dalam industri pariwisata lokal. Keberlanjutan peningkatan layanan dan inovasi akan menjadi faktor utama dalam mempertahankan kepuasan serta loyalitas pelanggan di masa mendatang.

5. SARAN

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode kuantitatif atau mixed-method untuk mendapatkan data yang lebih luas dan objektif. Agar studi lebih lanjut dapat membandingkan strategi peningkatan layanan di berbagai agen travel untuk memperoleh wawasan yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang paling efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kasino, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Mitra Tour & Travel Sidoarjo”, *Jurnal Ekonomi & Bisnis, Volume 3*, hal 623 – 642, Maret 2018. Retrieved from <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/JEB17/article/view/1348>
- [2] Nopianti, Y., Ruliansyah, R., & Fadilah, E, “Sistem Informasi Pemesanan Tiket Travel Berbasis Web (Studi Kasus: Lantra Wisata Travel PO. Sejahtera)”, *Jusifo (Jurnal Sistem Informasi)*, 3(2), hal 143–150, 2017. <https://doi.org/10.19109/jusifo.v3i2.3869>
- [3] Islami, D. khairul, “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Haji Dan Umrah Pt. Margi Suci Minarfa Jakarta Pusat”, *Skripsi*, 24, 2014.
- [4] Riyadi, I. Putu Agus, Moh. Agus Sutiarto, and Dika Pranadwipa Koeswiryono, “Strategi Tour and Travel Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata”, *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis* 3(1), hal. 22–29, 2024.
- [5] Riyadi, I. Putu Agus, Moh. Agus Sutiarto, and Dika Pranadwipa Koeswiryono, “Strategi Tour and Travel Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata”, *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis* 3(1), hal. 22–29, 2024.
- [6] Riyadi, I. Putu Agus, Moh. Agus Sutiarto, and Dika Pranadwipa Koeswiryono, “Strategi Tour and Travel Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata”, *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis* 3(1), hal. 22–29, 2024.
- [7] Syahmurman, D. T., “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Arnes Shuttle rute purwakarta–bandung (studi kasus pada cabang arnes shuttle sadang)”, *Jurnal Bisnis* , hal. 51-60, Mei 2022. doi:<https://doi.org/10.62739/jb.v10i1.21>

- [8] Nopianti, Y., Ruliansyah, R., & Fadilah, E., “Sistem Informasi Pemesanan Tiket Travel Berbasis Web (Studi Kasus: Lantra Wisata Travel PO. Sejahtera)”, *Jusifo (Jurnal Sistem Informasi)*, 3(2), hal. 143–150, 2017. <https://doi.org/10.19109/jusifo.v3i2.3869>
- [9] Pamungkas, A. F., & Husnayetti, H. “Analisis Kepuasan Konsumen Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan Dan Strategi Promosi”. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(1), 11, 2022. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.1.11-20>.
- [10] Yasin, Achmad. “JIEB (ISSN : 2442-4560) Available Online at : Ejournal.Stiepancasetia.Ac.Id.” (2):208–19, 2003.
- [11] Alamsyah, Nurhalim, Fitri Kurnianingsih, Ardi Putra, Maritim Raja, Ali Haji, “Kualitas Pelayanan Publik Di Kelurahan Tanjung Uncang Kota Batam”, *Aufklarung: Jurnal Pendidikan*, 3(2), hal. 155–62, 2023.
- [12] Yulianto, Daris., “Customer Experience Sebagai Alternatif Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik(Studi Kasus: Kantor Imigrasi Yogyakarta)”, *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3(6), hal. 4191–4205, 2023.
- [13] Dinia, Hamdah Istifha, Haniyyah Laura Balqis, and Wilman Aprilian Nurrahman, “Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Service Qualfity (Servqual) : Studi Kasus Prima Freshmart SV IPB”, Vol. 1, No. 2, 2024.
- [14] Suryantoro, Bambang and Yan Kusdyana, “Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Politeknik Pelayaran Surabaya” , *Jurnal Baruna Horizon*, Vol. 3, No. 2, hal. 23–29, 2020.
- [15] Maya Kartika, Nadiah Khoiri, Nurul Afifah Sibuea, Fahrur Rozi, “Learning By Doing, Training And Life Skills”. *JURNAL MUDABBIR(Journal Reasearch and Education Studies)*, Vol 1 No 2, hal 91-103, 2021