

Inovasi Layanan PT Mitra Tour Dan Travel Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Eksistensi Di Era Persaingan Global (Studi Pada Pt. Mitra Tour Dan Travel Gresik)

Ali Muhajir

(Universitas Islam Darul 'ulum)

e-mail: alimuhajir@unisda.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan inovasi yang telah dilakukan PT. Mitra Tour dan Travel Gresik dan mendeskripsikan kualitas pelayanan PT. Mitra Tour dan Travel setelah melakukan inovasi sebagai upaya eksistensi di era persaingan global. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi dan observasi. Teknik analisis data terdiri dari, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi layanan yang telah dikembangkan oleh PT. Mitra Tour dan Travel adalah pembayaran PLN, pembayaran PDAM, Pembayaran BPJS, Pembayaran internet, isi pulsa, Multi finance, pengurusan pajak dan plat kendaraan, pengiriman paket dan dokumen, transfer uang, dan iso saldo OVO, Brizzi, Link Aja, Dana. Untuk kualitas pelayanan PT.Mitra Tour dan Travel dilihat dari dimensi berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara umum sudah sangat baik.

Kata kunci : Inovasi, Kualitas Layanan, Persaingan Global

A. Pendahuluan

Latar Belakang

Di era globalisasi ini perusahaan dituntut agar bisa terus berinovasi, menghadirkan hal yang baru, yang unik, yang lebih efisien, dan lebih baik dari produk dan jasa sebelumnya, seorang wirausahawan yang dapat terus melakukan inovasi dalam usahanya maka dapat mempertahankan usahanya hingga dalam umur yang panjang.

Persaingan di bidang usaha terutama di bidang jasa yang semakin ketat, diikuti dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat membawa pengaruh lingkungan yang cukup besar sehingga menyebabkan setiap perusahaan harus bisa memberikan pelayanan yang maksimal.¹

Persaingan yang ketat di dunia perbankan menghadirkan berbagai cara untuk memenuhi kepuasan nasabah yaitu dengan menerapkan inovasi-

¹ Subadra IN. "Pariwisata Indonesia". Bandung : Angkasa, 2006.

inovasi pada produk jasa yang ditawarkan dan memperhatikan kualitas pelayanan yang diharapkan dapat menumbuhkan loyalitas nasabah.²

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen.³ Tujuan dari organisasi bisnis adalah untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya.

PT. Mitra Tour dan Travel merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pada tahun 2019 kemaren mengalami penurunan pendapatan, Hal itu menunjukkan bahwa PT. Mitra Tour dan Travel harus melakukan reformasi dengan membuat inovasi-inovasi baru terutama dibidang pelayanan agar tidak kalah dalam persaingan dan tidak ditinggalkan pelanggannya. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "Inovasi Layanan PT. Mitra Tour Dan Travel Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Eksistensi Di Era Persaingan Global

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan inovasi yang telah dilakukan di PT. Mitra Tour dan Travel dalam peningkatan kualitas pelayanan sebagai upaya eksistensi di era persaingan global.
2. Untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan PT. Mitra Tour dan Travel setelah melakukan inovasi sebagai upaya eksistensi di era persaingan global.

B. Tinjauan Teori

1. Inovasi

Mempertahankan produk untuk selalu diminati konsumen memerlukan usaha yang kreatif seperti membuat inovasi-inovasi dari produk yang ditawarkan, dengan harapan dapat membuat konsumen tidak berpindah keproduk lain yang sejenis. Inovasi itu sendiri merupakan salah satu faktor penentu dari sukses perusahaan yang diperlukan agar tetap bertahan, atau menjadi lebih kompetitif. Inovasi

² Antanegoro, Yordan, Djasuro Surya FS. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah". J Ris bisnis dan Manaj tirtayasa. Volume 1, Nomor 2 (2017)

³ Claudia N. Kualitas Pelayanan Ticketing Pada PT. Syam Tour And Travel Pekanbaru. *JOM FISIP*. Voleme 3, Nomor 1(2016).

sebagai suatu perubahan atau ide besar dalam sekumpulan informasi yang berhubungan antara masukan dan luaran. Hubeis.⁴ Inovasi sebagai implementasi praktis sebuah gagasan ke dalam produk atau proses baru.⁵

2. Layanan

Layanan adalah aspek yang sangat penting dalam persaingan bisnis apapun, Karena dengan layanan yang baik konsumen akan menilai kemudian menimbang dan selanjutnya dia akan loyal kepada pemberi layanan tersebut. Hingga tak jarang para pebisnis memaksimalkan layanannya untuk menarik konsumen sebesar-besarnya.

Layanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan, dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain.⁶ Layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁷

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi Manajemen Pemasaran. Kualitas pelayanan telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan konstruk yang kompleks, dan paling diinvestigasikan pada disiplin ilmu pemasaran.⁸ Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.⁹

⁴ Hubeis M. "Manajemen Kreativitas Dan Inovasi Dalam Bisnis". Jakarta : PT. Hecca Mitra Utama, 2012.

⁵ Tjiptono F. "Strategi Pemasaran". Yogyakarta : ANDI, 2008.

⁶ Hardiansyah. "Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator Dan Implementasinya". Yogyakarta : Gava Media, 2011.

⁷ Kotler P. "Manajemen Pemasaran". Jakarta : Indeks, 2008.

⁸ Utami CW. "Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Ritel Modern". Jakarta : Salemba Empat, 2010.

⁹ Tjiptono F. "Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian". Yogyakarta : ANDI, 2014

4. Eksistensi

Eksistensi di artikan sebagai keberadaan. Dimana keberadaan yang di maksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita.¹⁰ Eksistensi ini perlu diberikan orang lain kepada kita, karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan atau kita diakui. Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja atau performa di dalam suatu lingkungan.

5. Era Globalisasi

Globalisasi merupakan perkembangan kontemporer yang memiliki pengaruh terhadap munculnya berbagai kemungkinan perubahan dunia. Pengaruh globalisasi dapat menghilangkan berbagai hambatan yang membuat dunia semakin terbuka dan saling membutuhkan antara satu sama lain. Dapat dikatakan bahwa globalisasi membawa perspektif baru tentang konsep "Dunia Tanpa Batas" yang saat ini telah menjadi realita dan berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan budaya yang akhirnya membawa perubahan baru.

C. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif deskriptif. metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.¹¹ Metode deskriptif dipilih karena penelitian yang dilakukan adalah berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Dalam penelitian ini data dapat diperoleh melalui wawancara tatap muka antara peneliti dengan informan.

2. Data Sekunder

¹⁰ Prasanti D. "Perubahan Media Komunikasi Dalam Pola Komunikasi Keluarga di Era Digital. *Commed*. Volume 1, Nomor 1 (2016)

¹¹ Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)". Bandung : Alfabeta, 2016.

Data Sekunder adalah Data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder dalam penelitian ini berupa surat-surat keputusan, data statistik, catatan-catatan, arsip-arsip, laporan kegiatan, foto-foto dan dokumen-dokumen lainnya tentang inovasi PT. Mitra Tour dan Travel Gresik

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari tiga macam¹² yaitu :

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarainya. Pada penelitian ini, peneliti akan mewawancarai beberapa informan yang berasal dari pegawai PT. Mitra Travel dan pelanggan pengguna jasa PT. Mitra Travel yang terkait dengan penelitian

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen berguna karena dapat memberikan latar belakang yang lebih luas mengenai pokok penelitian, dapat dijadikan bahan triangulasi untuk mengecek kesesuaian data, dan merupakan bahan utama dalam penelitian.

3. Observasi

Data observasi merupakan deskripsi yang faktual, cermat dan terinci mengenai keadaan lapangan, kegiatan manusia dan situasi sosial serta konteks dimana kegiatan-kegiatan itu terjadi. Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi secara langsung melihat ke lokasi penelitian yaitu pada PT. Mitra Travel, Adapun instrumen yang digunakan adalah catatan-catatan lapangan dan kamera foto.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting serta mana yang perlu dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah

¹² Moleong, j L. "Metodologi Penelitian Kualitatif". Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2006.

dipahami.¹³ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Langkah-langkah tersebut sebagai berikut :

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan penyerderhanaan yang dilakukan melalui seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan.

2. Penyajian data

Penyajian data yang sering digunakan pada data kualitatif adalah bentuk naratif. Penyajian-penyajian data berupa sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengaju pada rumusan masalah secara tujuan yang hendak dicapai. Data yang telah disusun dibandingkan antara satu dengan yang lain untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada

D. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Inovasi pelayanan

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun semakin berkembang dan juga mengalami kemajuan. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan penggunaan internet yang cukup signifikan. dengan menggunakan internet, semua orang dapat melakukan berbagai hal dalam memudahkan pekerjaan atau kegiatan sehari-hari. Dalam inovasinya PT. Mitra Tour dan Travel menggunakan aplikasi "Mitra Tour dan travel" sehingga semua transaksi akan lebih mudah, baik cek harga maupun pembayaran. PT. Mitra Tour dan Travel juga membuka berbagai macam pelayanan, yaitu :

1. Pembayaran PLN

Kini bayar listrik bisa dilakukan dikantor PT. Mitra Tour dan Travel, PT. Mitra Tour dan Travel sebagai salah satu agen yang bekerja sama dengan PLN diberi kewenangan untuk menerima pembayaran listrik dari konsumen.

2. Pembayaran PDAM

Air bersih merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang tanggung jawab penyediaanya berada di tangan pemerintah, agar dapat terus menggunakan layanan air bersih dari PDAM, masyarakat wajib membayar tagihan bulanan yang nilainya menyesuaikan pada

¹³ Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D". Bandung : Alfabeta, 2007.

pemakaian. Kini membayar tagihan PDAM tidak harus melalui loket pembayaran dikantor PDAM.

3. Pembayaran BPJS

Banyak cara yang digunakan masyarakat untuk membayar iuran BPJS, karena BPJS Saat ini telah bekerja sama dengan berbagai instansi untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk membayar iuran atau tagihan. Beberapa diantaranya melalui PT. Mitra Tour dan Travel.

4. Pembayaran Internet

Pembayaran internet juga bisa dilakukan di PT. Mitra Tour dan Travel

5. Isi Pulsa

PT. Mitra Tour dan Travel juga melayani pengisian pulsa all operator

6. Multi Finance

Jika memiliki kredit atau cicilan kendaraan ataupun keperluan lainnya, anda bisa membayarkan tagihanya melalui PT. Mitra Tour dan Travel. Mulai dari ADIRA Finance, FIF (Federal International Finance), BAF (Bussan Auto Finance), PT Summit Oto Finance (OTO Kredit motor), WOM Finance, SUZUKI Finance, KreditPlus, Prima Finance, dll.

7. Pengurusan Pajak dan Plat Kendaraan

PT. Mitra Tour dan Travel juga melayani pembayaran pajak kendaraan bermotor, Ganti plat maupun balik nama kendaraan.

8. Pengiriman Paket dan Dokumen

PT. Mitra Tour dan Travel juga melayani pengiriman paket dan dokumen ke seluruh Indonesia dengan biaya yang sangat murah dan lebih cepat

9. Transfer Uang

Untuk Transfer uang juga bisa dilakukan melalui kantor PT. Mitra Tour dan Travel, transfer ke semua Bank

10. Isi saldo OVO, Brizzi, Link Aja, Dana

PT. Mitra Tour dan Travel juga melayani pengisian saldo, OVO, Brizzi dll.

Kualitas pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian dengan wawancara langsung ditempat penelitian dan dokumen-dokumen yang ada, kulaitas pelayanan sangat dominan dengan persaingan global karena kualitas dapat di artikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen.Sedangkan tingkat kepuasan konsumen ini sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata di terima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

1. Berwujud (*Tangible*)

Dimensi Berwujud (*Tangible*) merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal dan media komunikasi dalam pelayanan. Jika dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sudah baik, maka masyarakat akan menilai bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik dan merasakan kepuasan. Untuk mengukur dimensi ini dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan publik di PT. Mitra Tour dan Travel Gresik dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

a. Penampilan petugas dalam melayani pelanggan

Pada indikator ini penampilan petugas pelayanan dikantor PT. Mitra Tour dan Travel terlihat rapi. Bapak Huda menjelaskan tentang penampilan petugas dikantor PT. Mitra Tour dan Travel, beliau mengungkapkan bahwa : “Untuk kerapian kami menggunakan seragam sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan yaitu seragam Merah pada hari senin sampai rabu dan Seragam abu - abu kamis sampai sabtu”.

Hal itu sejalan dengan temuan yang ditemukan oleh peneliti dimana setiap pelayan yang berdiri di loket pelayanan berpenampilan seperti apa yang diungkapkan oleh Bapak Huda.

b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan

Tempat untuk melakukan pelayanan cukup bersih dan luas serta tidak panas sehingga konsumen merasa nyaman dalam melakukan transaksi. Menurut Bu Sri ketika ditanya mengenai ruangan beliau mengungkap “ kalo menurut saya ruangnya cukup luas dan nyaman, ini terdapat tempat duduk yang banyak bagi para pelanggan yang mengantri pelayanan”

c. Kemudahan dalam proses pelayanan

Kemudahan pelayanan memang sudah terjadi pada pelanggan yang sudah tahu apa yang mereka butuhkan, tetapi untuk jenis-jenis pelayanan yang baru terkadang para pelanggan masih merasa kebingungan. Hasil wawan cara dengan bapak Yunus mengatakan bahwa”pelayanan daisi sangat mudah dan peoses pelayanan juga sangat cepat”

d. Kedisiplinan dalam melaksanakan pelayanan

Jadwal pelayanan yang ada di PT. Mitra Tour dan Travel kedisiplinan karyawan sangatlah baik. Hal itu terlihat dari kesiapan para pelayanan yang didepan dari jam buka dan bahkan saat jam istirahat yakni jam 12-1 pelayanan tetap berjalan. Disini menunjukkan bagaimana pelayanan PT. Mitra Tour dan Travel yang tidak terhenti meski memasuki waktu istirahat, semua itu dilakukan demi pelanggan.

2. Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan (*Reliability*) adalah kemampuan memberikan layanan secara tepat, akurat, terpercaya, dan konsisten sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Untuk mengukur dimensi kehandalan, peneliti menggunakan beberapa indikator dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan, yaitu :

a. Kecermatan karyawan dalam melayani pelanggan

Diungkapkan oleh Pak Bayu bahwa "sistem pelayanan di sini sudah menggunakan sistem online mas, dimana data yang masuk dari depan akan di verifikasi lagi dibelakang sebelum dikirim". Selain itu kecermatan karyawan juga terlihat dari kecepatan pelayanan dalam memberi pelayanan ke pada para pelanggan.

b. Memiliki standar pelayanan yang jelas

Terkait standar pelayanan, pak Bayu mengungkapkan bahwa : "untuk standar operasional kami menggunakan *services excellent* yang digunakan oleh setiap pegawai dalam bekerja, dimana setiap petugas harus mampu memberikan pelayanan kepada para pelanggan dengan sempurna.

c. Kemampuan dan keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan

Kemampuan dan keahlian petugas dalam mengoperasikan alat bantu pelayanan di PT. Mitra Tour dan Travel yakni petugas mampu menguasai teknologi yang ada dalam proses pelayanan publik. Hal ini sesuai dengan data observasi dimana setiap karyawan didepan mampu mengoperasikan semua alat bantu yang ada.

3. Daya Tanggap (*Responsibility*)

Daya tanggap (*Responsibility*) merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan pelanggan. Untuk mengukur dimensi daya tanggap di PT. Mitra Tour dan Travel dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan, maka peneliti menggunakan beberapa indikator sebagai berikut :

a. Merespon setiap pelanggan yang akan melakukan transaksi

Merespon pelanggan dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya dengan melakukan salam. Di kantor PT. Mitra Tour dan Travel, karyawan juga melakukan salam kepada setiap pelanggan yang datang. Fella selaku bagian pelayanan menerangkan : "Selamat pagi/siang/sore pak/bu lalu sebut

namanya, ada yang bisa dibantu, ini untuk pelanggan lama".
"Selamat pagi/siang/sore pak/bu, ada yang bisa kami bantu, kalo ini untuk pelanggan baru mbak".

- b. Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat dan akurat.
Hasil dari wawancara dengan Bu Viena pelanggan terkait indikator ini beliau mengungkapkan "saya sudah lama sering ke kantor Pos mas, ya memang cepat pelayanannya. Tapi kalo hari-hari tertentu seperti akhir bulan itu rame dan antri panjang".
- c. Merespon keluhan pelanggan
Untuk merespon keluhan pelanggan, PT. Mitra Tour dan Travel Gresik menyediakan kotak saran yang terletak di samping pintu masuk. Tetapi menurut penuturan Bapak Achmadun kotak saran tersebut selalu kosong.

4. Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Dimensi jaminan (*assurance*) merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Untuk mengukur dimensi jaminan (*assurance*), dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di Kantor PT. Mitra Tour dan Travel Gresik dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

- a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
Untuk jaminan tepatan waktu pelayanan seperti dalam pengiriman barang di PT. Mitra Tour dan Travel Gresik memberikan pilihan paket penawaran dan mampu mengirim dengan waktu yang tersedia dalam paket tersebut. Dalam wawancara dengan Pak Suwadi beliau menjelaskan "untuk ketepatan pengiriman paket dalam pos itu tergantung pada pilihan pengiriman yang di lakukan oleh peminta layanan mas".
- b. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan
Pak Suwadi mengemukakan "untuk jaminan biaya pelayanan di PT. Mitra Tour dan Travel Gresik itu terintegrasi dengan sistem pelayanan yang ada, sehingga itu sudah pasti dan tidak mungkin ada campur tangan dari pelayanan yang lain"

5. Dimensi Empati (*Emphaty*)

Perhatian (*Emphaty*) yaitu syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan. Untuk mengukur dimensi ini, dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan publik di PT. Mitra Tour dan Travel dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

- a. Mendahulukan kepentingan pemohon

Pelanggan dalam pelayanan PT. Mitra Tour dan Travel Gresik adalah bisa dijadikan raja dalam pelayanan. Setiap yang diinginkan oleh pelanggan haruslah mendapat prioritas utama dan harus sesuai dengan keinginan dari pada pelanggan tersebut. Pak Arif yang peneliti wawancarai pun mengungkapkan hal "pelayanannya ramah, dan selalu menyapa dengan sopan "

- b. Petugas melayani dengan sikap ramah dan sikap sopan santun
Petugas pelayanan yang ada di PT. Mitra Tour dan Travel selalu melayani dengan ramah dan sopan dimana seperti yang diatur dalam service excellent yang dicanangkan oleh PT. Mitra Tour dan Travel. Hasil wawancara dengan Bu Yuwana pun mengemukakan hal-hal yang baik, yakni "penjaga nya rapi dan sopan mas, makanya saya betah meminta layanan di Mitra Tour dan Travel"

E. Kesimpulan

PT. Mitra Tour dan Travel Gresik merupakan perusahaan bidang jasa yang bergerak dalam jasa tour dan travel serta penjualan tiket. Inovasi layanan yang telah dikembangkan oleh PT. Mitra Tour dan Travel adalah pembayaran PLN, pembayaran PDAM, Pembayaran BPJS, Pembayaran internet, isi pulsa, Multi finance, pengurusan pajak dan plat kendaraan, pengiriman paket dan dokumen, transfer uang, dan iso saldo OVO, Brizzi, Link Aja, Dana, dll

Dalam hal kualitas pelayanan, secara peningkatan kualitas pelayanan yang sudah dilakukan oleh PT. Mitra Tour dan Travel adalah sebagai berikut :

a) Berwujud (*tangible*)

Inovasi PT. Mitra Tour dan Travel dalam hal ketampakan fisik pada network company perusahaan dengan berusaha memaksimalkan yang bisa diberikan kepada konsumen serta meningkatkan kualitas pelayanan fisik yang selama ini banyak keluhan dari pelanggan.

b) Keandalan (*reliability*)

Inovasi yang dilakukan oleh PT. Tour dan Travel Gresik dalam hal keandalan sudah cukup baik, karena sampai saat ini masyarakat sudah cukup puas dengan tingkat keandalan yang diberikan perusahaan. Namun masih adanya keluhan dari pelanggan mengenai penyampaian informasi yang diminta pelanggan mengenai produk baru menandakan masih perlunya ditingkatkan lagi.

- c) Daya tanggap (*responsibility*)
Tingginya tingkat daya tanggap karyawan PT. Mitra Tour dan Travel Gresik terlihat dalam menyampaikan informasi serta menangani pelanggan.
- d) Dimensi Jaminan (*Assurance*)
Dalam hal jaminan pada PT. Mitra Tour dan travel Gresik terlihat pada produk pengiriman barang, barang selalu sampai pada tujuan sesuai dengan waktu yang tertera.
- e) Dimensi Empati (*Emphaty*)
Dalam hal empati atau perhatian karyawan selalu memberikan perhatian kepada pelanggan, seperti pada saat pelanggan mengalami kesulitan, karyawan selalu tanggap dan membantu.

F. Daftar Pustaka

- Antanegoro, Yordan, Djasuro Surya FS. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah". *J Ris bisnis dan Manaj tirtayasa*. Volume 1, Nomor 2 (2017)
- Claudia N. Kualitas Pelayanan Ticketing Pada PT. Syam Tour And Travel Pekanbaru. *JOM FISIP*. Voleme 3, Nomor 1(2016).
- Hardiansyah." Kualitas Pelayanan Publik : Konsep, Dimensi, Indikator Dan Implementasinya". yogyakarta : Gava Media, 2011.
- Hubeis M. "Manajemen Kreativitas Dan Inovasi Dalam Bisnis". Jakarta : PT. Hecca Mitra Utama, 2012.
- Kotler P. "Manajemen Pemasaran". Jakarta : Indeks, 2008.
- Moleong, j L. "Metodologi Penelitian Kualitatif". Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2006.
- Prasanti D. "Perubahan Media Komunikasi Dalam Pola Komunikasi Keluarga di Era Digital. *Commed*. Volume 1, Nomor 1 (2016)
- Subadra IN. "Pariwisata Indonesia". Bandung : Angkasa, 2006.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D". Bandung : Alfabeta, 2007.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif Dan Kombinasi (Mixed Methods)". Bandung : Alfabeta, 2016.
- Tjiptono F. "Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian". Yogyakarta : ANDI, 2014.
- Tjiptono F. "Strategi Pemasaran". Yogyakarta : ANDI, 2008.
- Utami CW. "Manajemen Ritel : Strategi Dan Implementasi Ritel Modern". Jakarta : Salemba Empat, 2010.