

ITINERARY: Journal of Travel Operation and Travel Business<https://journal.poltekparmakassar.ac.id/index.php/itinerary>**Kualitas Pelayanan *Tour Leader* Pada CV. Holiday Indonesia Di Makassar****M Abil Nawawy^{1*}, Andri Machmury² & Yenny Susanto³**

Perjalanan Wisata, Politeknik Pariwisata Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia, 902244

Corresponding author's email : muhammadabil841@gmail.com***Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kualitas pelayanan dalam industri pariwisata, khususnya peran *tour leader* sebagai ujung tombak keberhasilan perjalanan. Penelitian bertujuan (1) mengidentifikasi kompetensi dasar yang harus dimiliki *tour leader* untuk memberikan pelayanan optimal (2) serta mengevaluasi kinerja mereka dalam mendampingi wisatawan. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipatif, dokumentasi, dan kuantitatif sederhana sebagai data pendukung. Informan penelitian meliputi pimpinan perusahaan, *tour leader*, dan wisatawan pengguna jasa CV. Holiday Indonesia di Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tour leader* telah memiliki kompetensi komunikasi, tanggung jawab, dan pengetahuan umum yang baik, namun masih lemah dalam penguasaan bahasa asing dan pemahaman mendalam terhadap destinasi. Kinerja mereka dinilai cukup baik dalam mendampingi perjalanan dan membangun hubungan dengan peserta, tetapi perlu peningkatan pada kemampuan adaptasi lapangan dan pelayanan individual. Penelitian menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat dicapai melalui pelatihan berkelanjutan, terutama terkait bahasa asing dan pengetahuan destinasi. Implikasinya, perusahaan perlu merancang strategi pengembangan kompetensi dan evaluasi kinerja secara rutin untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dan memperkuat daya saing di sektor pariwisata.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Tour Leader*, Kompetensi, Kinerja, Biro Perjalanan Wisata**Abstract**

This study is motivated by the importance of service quality in the tourism industry, particularly the role of tour leaders as the key to successful travel experiences. The research aims to (1) identify the core competencies required of tour leaders to deliver optimal service and (2) to evaluate their performance in guiding tourists. A descriptive qualitative approach was employed, using in-depth interviews, participatory observation, documentation, and simple quantitative methods as supporting data. Informants included company management, tour leaders, and tourists who used the services of CV. Holiday Indonesia in Makassar. The findings show that tour leaders possess strong communication skills, responsibility, and general knowledge, yet exhibit weaknesses in foreign language proficiency and in-depth destination knowledge. Their performance is considered satisfactory in accompanying trips and building rapport with participants, but improvements are needed in field adaptability and personalized service. The study concludes that enhancing service quality can be achieved through continuous training, particularly in language skills and destination knowledge. The implication is that the company should develop structured competency-building strategies and conduct regular performance evaluations to improve tourist satisfaction and strengthen competitiveness in the tourism sector.

Keywords: Service Quality, Tour Leader, Competency, Performance, Travel Agency

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis dalam pembangunan ekonomi dan sosial di berbagai negara, termasuk Indonesia. Dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dikelola secara optimal. Salah satu aspek penting dalam pengelolaan wisata adalah pelayanan yang diberikan oleh biro perjalanan wisata, khususnya oleh *tour leader*, yang berperan sebagai penghubung langsung antara wisatawan dan pengalaman wisata. *Tour leader* bukan hanya pendamping perjalanan, tetapi juga penentu keberhasilan suatu kegiatan wisata melalui kualitas pelayanannya (Riana, 2016).

Di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi dua aspek utama yang membentuk pelayanan *tour leader*, yaitu kompetensi dasar yang mencakup keterampilan komunikasi, pengetahuan destinasi, serta sikap profesional, dan kinerja nyata di lapangan. Pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah: (1) Kompetensi apa saja yang harus dimiliki *tour leader* agar mampu memberikan pelayanan yang optimal? (2) Bagaimana kinerja *tour leader* dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan dilapangan?.

Penelitian ini secara spesifik bertujuan untuk mengidentifikasi kompetensi dasar *tour leader* di CV. Holiday Indonesia serta mengevaluasi kinerja mereka dalam menjalankan tugas-tugas pelayanan wisata. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini memotret dinamika pelayanan *tour leader* secara holistik berdasarkan observasi langsung dan persepsi wisatawan.

Studi ini relevan dalam konteks pengembangan kualitas sumber daya manusia di sektor pariwisata, khususnya dalam penguatan profesionalisme *tour leader*. Selain mengisi kekosongan riset yang secara khusus menyoroti peran *tour leader* di kota Makassar, penelitian ini juga memberikan kontribusi empiris terhadap literatur pelayanan jasa wisata dan menjadi acuan dalam merancang pelatihan berbasis kompetensi bagi praktisi perjalanan wisata.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut (Supriyadi, 2020) kualitas pelayanan pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi harapan pelanggan dan mendapatkan kepercayaannya sebagai sebuah jaminan keberlangsungan organisasi atau lembaga, masih dalam (Supriyadi, 2020) kualitas pelayanan adalah sesuatu yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi karena interaksi antara pelanggan dan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan atau lembaga pemberian layanan dalam upaya menyelesaikan masalah pelanggan atau konsumen.

Menurut (Sholihin, 2019) kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam hal penjualan. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus diperhatikan oleh pihak perusahaan dalam rangka menjaga kepuasan konsumen. Jika konsumen merasa puas maka diharapkan konsumen terus berlangganan untuk membeli produk tersebut

Demikian juga sebelumnya (Parasuraman, A Berry & Zeithaml, 1988) dalam (Megawati, 2017) kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain:

ITINERARY: Journal of Travel Operation and Travel Business

- a. Bukti langsung (*Tangibles*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b. Keandalan (*Reliability*) kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- e. Empati (*Emphaty*) merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2.2 Tour Leader

Tour leader berasal dari bahasa Inggris *tour* berarti perjalanan dan *leader* berarti pemimpin. Menurut Nurmalia (2023) pengertian kata *tour* menurut batasan yang diberikan oleh WATA (*World Association of travel agent*) : perlawatan keliling yang diselenggarakan oleh seorang agen perjalanan di kota dan mencakup berbagai acara, termasuk mengunjungi beberapa tempat didalam dan diluar negeri.

Setiap perusahaan biro perjalanan wisata membutuhkan peran seorang pemimpin dalam suatu kegiatan perjalanan wisata, juga dikenal sebagai *tour leader*, yang mewakili perusahaan dalam memimpin perjalanan dan memenuhi kebutuhan wisatawan selama kegiatan wisata. Di dunia internasional, istilah-istilah *tour leader* dikenal sebagai yang pertama *tour manager*, yang kedua *tour director*, yang ketiga *tour conductor*, yang keempat *tour escort*, dan yang terakhir *tour courier* (di Eropa). Menurut Wardani (2023) seorang *tour leader* adalah pemandu yang memimpin rombongan wisatawan dalam perjalanan wisata (*tour*) sesuai dengan jadwal dan rencana perjalanan (*tour itinerary*) yang telah disusun dengan sepengetahuan *tour operator* yang menugaskannya.

Armin D. Lehman (1977) dalam (Mar'atussafa'ah, 2020) *tour leader* dapat berarti kurir atau pemimpin perjalanan wisata, mereka juga bisa berarti seorang yang memimpin rombongan perjalanan wisata. Maka dari itu *tour leader* sangat penting dalam suatu perjalanan karena mereka adalah pemimpin rombongan yang bertanggung jawab dari berangkat hingga pulang. *Tour leader* yang berpengalaman akan mengetahui bagaimana dan seperti apa melayani wisatawan dengan baik. Kemajuan teknologi seperti robotik, kecerdasan buatan, dan aplikasi digital dapat mengubah profesi *tour leader*, jadi penting untuk mempersiapkan diri untuk pekerjaan di industri pariwisata (Rante et al., 2024).

Kesuksesan suatu perjalanan wisata bergantung pada peran *tour leader*. Maka dari itu dalam penunjukkan seorang *tour leader* harus betul-betul dipertimbangkan dalam berbagai aspek seperti wawasan, kedisiplinan, bahasa, komunikasi, dan sopan santun. Karena *tour leader* selalu berinteraksi dan beradaptasi dengan wisatawan dan mampu mengatur keinginan seluruh rombongan. Dengan peran dan tanggung jawabnya sebagai pemimpin perjalanan, *tour leader* harus memberikan *performance* yang baik selama perjalanan berlangsung. *Tour leader performance* adalah penilaian yang dirasakan dan diterima wisatawan tentang interaksi dan kinerja seorang *tour leader* selama pelaksanaan kegiatan *tour* (Aryadi & Patmawati, 2020).

2.3 Kinerja

Dalam perusahaan, kinerja didefinisikan sebagai hasil kerja yang dicapai oleh individu

atau kelompok selama periode waktu tertentu. Kinerja dapat diukur dengan beberapa indikator, seperti produktivitas, efisiensi, dan efektivitas. Menurut Mangkunegara (2017) dalam (Nabawi, 2023) mengemukakan bahwa kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan ketika mereka melakukan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab mereka.

Dalam konteks organisasi, kinerja dapat dilihat sebagai perilaku yang dapat diamati dan diukur, yang berkontribusi pada pencapaian tujuan strategis. Hal ini sejalan dengan pendapat (Robbins & Judge, 2012) yang menyatakan bahwa kinerja adalah perilaku yang dapat diamati dan diukur yang berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi.

Kinerja individu dalam suatu perusahaan tidak dapat dipisahkan dari berbagai faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor ini dapat dibedakan menjadi dua kategori utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor Internal

Faktor internal berkaitan dengan karakteristik individu yang mempengaruhi kinerjanya. Beberapa faktor internal yang signifikan meliputi:

1) Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan. Menurut (Saleh & Utomo, 2018) motivasi kerja akan memungkinkan seseorang memenuhi tugasnya secara optimal, yang mengarah pada pencapaian tujuan dan target perusahaan.

2) Keterampilan

Keterampilan individu sangat memengaruhi kinerja. Karyawan dengan keterampilan yang sesuai dengan pekerjaan mereka akan lebih mampu menyelesaikan tugas dengan baik. Menurut Robbins (2006) dalam (Syahdan, 2017) keterampilan adalah kemampuan seseorang untuk menyelesaikan berbagai tugas di tempat kerja. Keterampilan kerja mencakup seluruh kemampuan individu, yang pada dasarnya terdiri dari keahlian, yaitu kemampuan fisik dan intelektual.

3) Pengalaman

Menurut (Jayanti & Dewi, 2021) pengalaman kerja adalah tingkat penguasaan pengetahuan serta keterampilan seseorang dalam tingkat pengetahuan serta keterampilan yang dimiliki. Pengalaman kerja juga memainkan peran penting dalam menentukan kinerja. Karyawan dengan lebih banyak pengalaman cenderung lebih efisien dalam menyelesaikan tugas dan mengatasi tantangan yang timbul.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal mencakup elemen-elemen di luar individu yang dapat mempengaruhi kinerja. Beberapa faktor eksternal yang penting adalah:

1) Lingkungan Kerja

Karyawan dapat meningkatkan kinerja di tempat kerja mereka jika mereka memiliki lingkungan kerja yang mendukung, baik dari segi fisik maupun psikologis. Penelitian oleh (Panjaitan, 2018) menunjukkan bahwa lingkungan kerja yang baik akan mendorong semangat kerja dan efisiensi, prestasi, produktivitas, dan motivasi karyawan.

2) Budaya Organisasi

Budaya organisasi yang kuat dan positif dapat mempengaruhi perilaku dan kinerja karyawan. Budaya yang mendukung kolaborasi, inovasi dan komunikasi terbuka dapat menciptakan suasana kerja yang produktif. Menurut (Muis et al., 2018) peran budaya organisasi membantu organisasi menentukan jalan kedepan, menetapkan aturan tentang apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan, mengatur alokasi sumber daya, dan menangani masalah maupun peluang di lingkungan organisasi.

3) Dukungan Manajemen

Dukungan dari manajemen sangat penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif. Manajemen yang memberikan *feedback* yang konstruktif, pengakuan atas prestasi, dan sumber daya yang memadai dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan. Menurut Jogiyanto (2010: 242) dalam (Salsabila et al., 2023) mendefinisikan dukungan manajemen sebagai berikut: "Dukungan manajemen puncak adalah bentuk dukungan manajer terhadap pemakai sistem. Salah satu bentuk dukungan manajemen adalah menyediakan fasilitas. Fasilitas tersebut dapat berupa pelatihan dan memberikan bantuan kepada pemakai sistem ketika menghadapi permasalahan-permasalahan yang terkait dengan sistem".

Dalam organisasi, kinerja individu, kinerja tim, dan kinerja organisasi adalah beberapa dimensi yang saling terkait. Setiap dimensi memiliki indikator dan fokus yang berbeda, tetapi semuanya bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan. Adapun pengertian dari masing-masing dimensi kinerja yaitu:

a. Kinerja Individu

Merujuk pada jumlah pekerjaan yang dilakukan oleh setiap karyawan dalam memenuhi tanggung jawab dan tugas mereka. Dimensi ini mengevaluasi seberapa baik individu memenuhi ekspektasi organisasi. Kinerja individu dapat digunakan untuk membandingkan hasil pelaksanaan tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh organisasi dalam jangka waktu tertentu, ini juga dapat digunakan secara relatif untuk mengukur prestasi kerja atau kinerja organisasi (Septiningtyas, 2010) dalam (Asmana, 2022).

b. Kinerja Tim

Kinerja tim berfokus pada seberapa baik anggota tim bekerja sama, berkomunikasi, dan mendukung satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama. Menurut (Hendrawan et al., 2018) dalam suatu bidang pekerjaan, keberhasilan dan kinerja tim banyak ditentukan oleh kompetensi, profesionalisme, dan komitmen mereka terhadap bidang yang ditekuninya.

c. Kinerja Organisasi

Kinerja organisasi mencakup pencapaian tujuan strategis dan keberlanjutan secara keseluruhan. Ini merupakan seberapa efektif organisasi mencapai visi dan misi. Sejalan dengan pendapat Aditama & Widowati (2017) kinerja organisasi adalah kemampuan organisasi untuk menyelesaikan semua tugas yang diberikan untuk mencapai tujuan serta visi dan misinya.

2.4 Kompetensi

Istilah "kompetensi" sering digunakan dalam dunia pendidikan dan pekerjaan untuk menggambarkan kemampuan seseorang dalam melakukan tugas atau pekerjaan tertentu. Menurut Sukarana & Machmury (2022) kompetensi sumber daya manusia memberi suatu organisasi keunggulan tersendiri dan membantunya bersaing di era globalisasi dan

menghadapi perubahan sosial dan lingkungan kerja yang cepat. Menurut Spencer & Spencer (1993) dalam (Hendrawan et al., 2018) sifat yang mendasari seseorang yang berkaitan dengan efektivitas kinerjanya di tempat kerja atau sifat dasar seseorang yang berkaitan dengan kriteria yang dijadikan acuan, efektif atau berkinerja prima atau superior di tempat kerja atau dalam keadaan tertentu.

Kompetensi terdiri dari kemampuan teknis, kemampuan interpersonal, dan kemampuan intrapersonal. Menurut (Nasriyah, et al., 2016) dalam (Ryantandi, 2022) kompetensi teknis mencakup keterampilan yang spesifik dan pengetahuan yang diperlukan dalam melaksanakan tugas tertentu, seperti penggunaan alat atau teknologi. Sementara itu kompetensi interpersonal menurut (Dina, 2010) kemampuan seorang individu untuk berinteraksi, bekerja sama, dan membangun hubungan yang baik dengan orang lain. Kompetensi intrapersonal atau juga disebut kompetensi intrapribadi menurut Cavanagh & Levitov (2002) dalam (Yulianty, 2015) suatu kemampuan individu agar dapat lebih memahami dirinya sendiri dan juga bisa berhubungan baik dengan dirinya.

Kompetensi dalam *tour leader* memiliki kompetensi yang spesifik karena memegang peran yang sangat penting dalam industri pariwisata. Kompetensi yang diperlukan bagi seorang *tour leader* adalah pengetahuan destinasi, keterampilan komunikasi, kemampuan manajemen, dan kemampuan adaptasi.

2.5 Biro Perjalanan Wisata

Biro perjalanan wisata adalah sebuah perusahaan yang menawarkan layanan serta fasilitas dalam merancang, mengatur, dan menjual paket perjalanan bagi seseorang maupun sekelompok orang yang ingin melakukan perjalanan. Untuk dapat memudahkan pelaksanaan perjalanan maka dibentuklah suatu sektor usaha yang disebut Biro Perjalanan Wisata yang dikenal dengan *tour operator*, berguna membantu kelancaran perencanaan dan pengaturan perjalanan wisata tersebut. Adapun definisi biro perjalanan wisata maupun peraturan yang berlaku diantaranya:

- a. Veronica dan Rivabelle (2024) mengemukakan bahwa biro perjalanan wisata merupakan suatu bidang usaha yang berfokus pada penyediaan jasa perjalanan dan pariwisata kepada pelanggan. Biro perjalanan wisata mempunyai peran penting dalam memfasilitasi perjalanan juga membantu pelanggan merencanakan dan mengatur kegiatan pariwisata mereka.
- b. Biro Perjalanan Wisata, yang juga dikenal sebagai *Travel Agent*, *Travel Bureau*, *Reisen Biro*, *Travel Service*, atau *Tours and Travel Service*, adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pariwisata. Perusahaan ini bertugas merancang, mengatur, dan menyelenggarakan perjalanan wisata untuk berbagai keperluan, seperti bisnis, liburan, kegiatan sosial, hingga eksplorasi budaya. Selain itu, mereka juga menangani reservasi serta memastikan perjalanan wisata berjalan lancar dan nyaman bagi para pelanggannya Liga dan Herdiansyah (2022).
- c. Sedangkan Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang dimaksud dengan “usaha jasa perjalanan wisata” adalah usaha biro perjalanan wisata dan usaha agen perjalanan wisata. Usaha biro perjalanan meliputi usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan perjalanan ibadah. Usaha agen perjalanan wisata meliputi usaha jasa pemesanan sarana, seperti pemesanan tiket dan pemesanan akomodasi serta pengurusan dokumen perjalanan.

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dimana penelitian yang mengutamakan pada pengamatan dan wawancara, sehingga peneliti berusaha untuk mengangkat secara ideografis berbagai fenomena dan realitas sosial. Peneliti sendiri merupakan alat pengumpul data yang berbentuk kata-kata, gambar maupun benda. Dimana prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku yang diamati untuk mendapatkan semua fakta yang terkait dan menerapkan berbagai teori yang relevan untuk membantu menjawab dalam penelitian tersebut.

Menurut Abdussamad (2021), "metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi" (hlm. iii)."

3.2 Setting Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di CV. Holiday Indonesia, di JL. Toddopuli X Waduk, Castell Premium Blok C/5, Kec. Manggala, Kota Makassar. Waktu penelitian ini direncanakan dan dilaksanakan mulai dari bulan Mei sampai Juli 2025.

3.3 Subjek Penelitian

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Data Primer
Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dilapangan oleh peneliti atau pihak yang terlibat langsung dalam penelitian. Sumber informasi dari kompetensi *tour leader* didapat dari pimpinan perusahaan, *tour leader*. Sumber informasi dari kinerja *tour leader* untuk data primer didapat dari sumber seperti wisatawan atau orang yang telah memakai jasa *tour leader* CV. Holiday Indonesia.
- b. Data Sekunder
Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada dan data yang digunakan untuk mendukung informasi yang telah dikumpulkan seperti bahan pustaka, litelatur buku, dan lain sebagainya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dokumentasi dan juga kuantitatif sederhana sebagai data pendukung.

- a. Wawancara

Untuk mengumpulkan data, peneliti melakukan wawancara dengan pimpinan perusahaan, *tour leader*. Sumber informasi dari kinerja *tour leader* didapat dari sumber seperti wisatawan atau orang yang telah memakai jasa *tour leader* CV. Holiday Indonesia. Metode yang digunakan yaitu mengajukan pertanyaan secara langsung atau melalui via telepon. Sebelum melakukan wawancara peneliti akan menyiapkan beberapa hal penting seperti topik wawancara, daftar pertanyaan, menghubungi

terlebih dahulu calon narasumber mengenai kesiapan wawancara, alat tulis dan alat perekam serta membuat laporan hasil wawancara.

b. Observasi

Observasi ini dilakukan dengan peneliti ikut berpartisipasi dalam kegiatan perjalanan yang dilaksanakan oleh CV. Holiday Indonesia. Peneliti akan ikut dalam kegiatan perjalanan agar dapat melihat bagaimana kinerja *tour leader* dalam melaksanakan tugasnya pada kegiatan perjalanan sehingga dapat menghasilkan penelitian yang nyata.

c. Dokumentasi

Peneliti dapat melakukan dokumentasi saat wawancara sedang berlangsung dan saat penanganan wisatawan itu sedang berlangsung untuk memperoleh data dalam bentuk gambar yang dapat mendukung penelitian.

d. Kuantitatif Sederhana

Untuk mendukung data kualitatif yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam, peneliti juga menggunakan metode kuantitatif sederhana dalam bentuk penyebaran kuesioner tertutup kepada wisatawan yang pernah menggunakan jasa *tour leader* dari CV. Holiday Indonesia. Menurut Sugiyono (2017), metode kuantitatif sederhana digunakan untuk menghitung dan menganalisis data berupa angka-angka secara deskriptif, seperti frekuensi, persentase, dan rata-rata, yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum terhadap fenomena yang diteliti tanpa melakukan pengujian statistik inferensial yang kompleks. Lebih lanjut, Sugiyono menyatakan bahwa metode ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, tetapi lebih kepada menyajikan data pendukung berupa angka yang bersifat informatif, terutama jika digabungkan dengan data kualitatif untuk memperkuat pemahaman konteks lapangan.

3.5 Teknik Analisis Data

Menurut (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024) analisis data kualitatif adalah suatu proses yang sistematis, mendalam, dan interatif yang melibatkan pengolahan, pemeriksaan, dan interpretasi data penelitian untuk menemukan makna yang komprehensif, mendalam, dan kontekstual. Proses ini mencakup pengurangan data, kategorisasi, pencarian pola, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, yang juga mempertimbangkan interpretasi subjektif dari subjek dan peneliti.

Setelah memperoleh data harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan analisis. Berikut merupakan langkah-langkah yang dilanjutkan dalam analisis data, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilih fokus dan menyederhanakan data mentah yang didapat dari lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti akan memilih data yang penting dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk dapat menemukan pola-pola utama. Misalnya, informasi dari pimpinan perusahaan, *tour leader*, wisatawan yang menjelaskan kompetensi dasar dan kinerja *tour leader*.

b. Penyajian Data

Setelah data disederhanakan, peneliti akan menampilkan data dalam bentuk yang lebih rapih dan mudah dipahami. Data dapat ditampilkan dalam bentuk tabel, diagram

atau penjelasan tertulis. Misalnya peneliti memberi penjelasan tertulis terkait bagaimana kompetensi dasar dan kinerja *tour leader*. Tujuannya agar lebih mudah untuk dianalisis dan dapat membantu peneliti dalam mengambil keputusan.

c. Kesimpulan

Setelah data ditampilkan, peneliti akan mengambil kesimpulan berdasarkan pola atau tema yang ditemukan dari data yang telah dianalisis. Kesimpulan ini diharapkan bisa memberikan suatu hal yang baik untuk *tour leader*. Hasil penelitian ini nantinya akan menjadi saran bagi CV. Holiday Indonesia tentang pentingnya peningkatan kompetensi dan kinerja terhadap *tour leader* agar dapat memberikan pelayanan yang optimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum CV. Holiday Indonesia

CV. Holiday Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan yang menyediakan tur dalam dan luar negeri, penjualan tiket pesawat (*online*), rental bus, dan menyelenggarakan kegiatan MICE. CV. Holiday Indonesia berdiri pada tahun 2020, yang berkomitmen mengutamakan pelayanan terbaik sesuai dengan kebutuhan jasa pariwisata yang menjadi unggulan untuk seluruh perusahaan maupun instansi. Memiliki slogan siap memberikan “Pelayanan sepenuh hati”.

Kelengkapan informasi menjadi jaminan pelayanan CV. Holiday Indonesia dalam seluruh bidang jasa pariwisata dalam dan luar negeri, kelengkapan fasilitas operasional dan sumber daya yang profesional memberikan kepuasan kepada wisatawan untuk melakukan aktivitas. Mutu kerja yang maksimal di tunjang dengan pelayanan sepenuh hati merupakan komitmen CV. Holiday Indonesia dalam memberikan hasil kerja yang memuaskan dan siap memberikan pelayanan yang dibutuhkan sampai kegiatan terlaksana untuk tercapai kepuasan yang berkesan kepada wisatawan.

CV. Holiday Indonesia memiliki visi yaitu untuk menjadi salah satu perusahaan jasa wisata terbaik dan perusahaan yang mempunyai pelayanan serta produk yang lengkap khususnya dalam bidang paket wisata domestik dan internasional, *ticketing* pesawat, serta honeymoon.

Misi CV. Holiday Indonesia yang pertama adalah memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan kepada semua pelanggan, dan yang kedua adalah memberikan kesejahteraan kepada setiap anggota perusahaan, pemegang saham, manajemen dan seluruh karyawan yang berupaya menunjang pendapatan asli daerah.

CV. Holiday Indonesia mempunyai logo yang unik, yang terdiri dari pohon kelapa, matahari terbenam dan lautan biru, seperti gambar dibawah ini :



Gambar 1. Logo CV. Holiday Indonesia
Sumber: CV Holiday Indonesia, 2025

Terinspirasi pohon kelapa bertumbuh menjulang lurus keatas yakni memberikan pelayanan yang mulia dan jujur. Matahari terbenam adalah matahari masuk dan Lautan biru mewakili laut yang dikaitkan dengan ruang terbuka, kebebasan, imajinasi, luas, inspirasi dan kepekaan. CV. Holiday Indonesia akan memberikan pelayanan yang mulia dan bisa beradaptasi dengan segala kondisi.

3.2 Kompetensi Dasar Yang Harus Dimiliki Oleh Tour Leader Pada CV. Holiday Indonesia Di Makassar

Menurut Sukarana & Machmury (2022) kompetensi sumber daya manusia khususnya kompetensi dasar *tour leader* memberi suatu perusahaan keunggulan tersendiri dan membantunya bersaing di era globalisasi dalam menghadapi perubahan tren pariwisata dan lingkungan kerja yang cepat. Berikut uraian analisis dari hasil wawancara tersebut:

Berdasarkan hasil wawancara dalam penelitian ini, ditemukan bahwa sebagian besar *tour leader* CV. Holiday Indonesia memiliki kepribadian yang positif, terutama dalam hal kesabaran, keramahan, dan kemampuan komunikasi dengan baik. Mereka mampu menjaga emosi, menunjukkan empati terhadap wisatawan, serta menciptakan suasana yang nyaman selama perjalanan berlangsung. Temuan ini selaras dengan tinjauan pustaka, di mana disebutkan bahwa kompetensi kepribadian merupakan bagian penting dari kualitas seorang *tour leader*, karena menyangkut bagaimana individu tersebut membawa diri di hadapan publik, khususnya dalam interaksi langsung dengan wisatawan.

Kepribadian yang baik tidak hanya membentuk kesan positif terhadap perusahaan, tetapi juga menjadi fondasi bagi pelayanan yang optimal. *Tour leader* yang mampu menampilkan sikap ramah dan penuh empati akan lebih mudah membangun hubungan interpersonal dengan peserta *tour*, sebagaimana dijelaskan oleh Dina (2010) bahwa kompetensi interpersonal berperan penting dalam membangun hubungan yang efektif. Dengan demikian, kompetensi kepribadian berkontribusi besar dalam menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan serta meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Dalam konteks pelayanan *tour leader*, kompetensi pengetahuan menjadi elemen yang sangat vital, terutama menyangkut pemahaman terhadap destinasi wisata, sejarah, budaya lokal, serta regulasi perjalanan yang berlaku. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa *tour leader* pada CV. Holiday Indonesia memiliki pengetahuan dasar mengenai destinasi yang di kunjungi. Namun *tour leader* juga masih menunjukkan keterbatasan dalam penguasaan informasi yang lebih mendalam. Hal ini menjadi penting karena *tour leader* bukan hanya bertugas mengantar wisatawan, tetapi juga sebagai sumber informasi dan interpretasi selama perjalanan.

Sejalan dengan pemaparan pada tinjauan pustaka, pengetahuan termasuk dalam kompetensi teknis yang berperan dalam menunjang efektivitas kerja *tour leader* Ryantandi (2022). Pengetahuan yang memadai memungkinkan *tour leader* untuk menjawab pertanyaan wisatawan dengan akurat, memberikan narasi yang menarik, serta menyampaikan makna dari setiap daya tarik wisata secara lebih kontekstual. Oleh karena itu, penguatan kompetensi pengetahuan terutama dalam dimensi sejarah dan budaya lokal perlu menjadi perhatian utama dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan.

Kompetensi keterampilan (skill) merupakan bagian penting dalam menunjang kualitas pelayanan *tour leader*, khususnya dalam konteks pelaksanaan perjalanan wisata yang dinamis dan kompleks. Hasil observasi menunjukkan bahwa *tour leader* di CV. Holiday Indonesia telah memiliki keterampilan komunikasi yang baik, termasuk kemampuan *public speaking* yang efektif saat menyampaikan informasi kepada wisatawan. Selain itu, keterampilan dalam manajemen konflik juga tercermin dari kemampuan mereka meredam ketegangan serta menyelesaikan permasalahan yang muncul selama perjalanan secara solutif.

Namun demikian, aspek kepemimpinan, terutama dalam menghadapi situasi darurat atau kondisi tak terduga, masih perlu ditingkatkan. Hal ini sejalan dengan kajian pada tinjauan pustaka, di mana keterampilan kerja merupakan bentuk dari kompetensi teknis yang mencakup kemampuan fisik dan intelektual individu Syahdan (2017). Dalam situasi di lapangan, *tour leader* dituntut untuk tidak hanya mengatur waktu dengan efisien dan memimpin rombongan, tetapi juga mampu mengambil keputusan cepat dan tepat saat terjadi kendala. Maka dari itu, peningkatan kompetensi keterampilan secara menyeluruh, khususnya dalam aspek kepemimpinan dan pengambilan keputusan, menjadi langkah strategis untuk memastikan bahwa *tour leader* mampu memberikan pelayanan yang optimal dalam segala kondisi.

Kompetensi bahasa asing, khususnya penguasaan bahasa Inggris, merupakan aspek krusial dalam mendukung profesionalitas *tour leader*, terutama dalam melayani wisatawan mancanegara. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa *tour leader* di CV. Holiday Indonesia telah memiliki kemampuan bahasa Inggris yang cukup memadai untuk berkomunikasi dasar dan memberikan informasi umum kepada wisatawan asing. Namun, penggunaan bahasa asing tersebut belum konsisten diterapkan saat proses pemanduan berlangsung. Hal ini tentu dapat menghambat penyampaian informasi yang komprehensif dan mengurangi pengalaman wisatawan, khususnya bagi mereka yang tidak memahami bahasa Indonesia.

Dalam tinjauan pustaka, kompetensi bahasa asing termasuk dalam kompetensi teknis, di mana kemampuan ini sangat mendukung keterampilan komunikasi serta citra profesional seorang *tour leader* di mata wisatawan. *Tour leader* yang mampu menggunakan bahasa asing secara lancar akan lebih mudah menjalin interaksi, menjawab pertanyaan, serta menjelaskan informasi destinasi secara mendalam kepada wisatawan asing. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan pelatihan berkelanjutan agar penguasaan bahasa asing tidak hanya dimiliki, tetapi juga diterapkan secara aktif dan konsisten dalam praktik pemanduan sehari-hari.

3.3 Kinerja Tour Leader Yang Optimal Pada CV. Holiday Indonesia Di Makassar Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Wisatawan Dilapangan

Kinerja *tour leader* dalam aspek perencanaan dan persiapan perjalanan merupakan tahap

awal yang sangat menentukan kualitas keseluruhan pelayanan wisata. Berdasarkan hasil observasi, *tour leader* di CV. Holiday Indonesia telah menunjukkan kinerja yang cukup baik dalam menjalankan tanggung jawab nya. Mereka melakukan pengecekan terhadap *itinerary*, memastikan kesiapan kendaraan, serta mengidentifikasi kebutuhan wisatawan sebelum perjalanan dimulai. Selain itu, *tour leader* juga melaksanakan *briefing* singkat kepada peserta, di mana jadwal kegiatan dijelaskan secara jelas dan runtut. Praktik ini mencerminkan kemampuan *tour leader* dalam mengorganisasi perjalanan dengan baik dan membangun komunikasi awal yang efektif dengan wisatawan.

Dalam kaitannya dengan teori pada tinjauan pustaka, kinerja individu seperti ini merupakan bagian dari indikator kinerja profesional, yaitu kemampuan dalam menjalankan tugas sesuai tanggung jawab dan ekspektasi wisatawan (Mangkunegara, 2017 dalam Nabawi, 2023).). *Tour leader* yang mampu melakukan persiapan secara sistematis tidak hanya menunjukkan kedisiplinan dan inisiatif, tetapi juga menciptakan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan sebelum kegiatan dimulai. Dengan demikian, kinerja dalam perencanaan dan persiapan ini menjadi fondasi utama dalam menunjang keberhasilan pelaksanaan *tour* secara keseluruhan.

Dalam aspek pelayanan lapangan, kinerja *tour leader* CV. Holiday Indonesia menunjukkan tingkat kesiapsiagaan yang baik terhadap berbagai dinamika yang terjadi selama perjalanan. Berdasarkan hasil observasi, *tour leader* mampu merespons secara cepat terhadap perubahan cuaca, hambatan lalu lintas, serta kendala teknis lainnya yang muncul di lapangan. Ketanggapan ini mencerminkan kemampuan adaptasi yang kuat serta kepekaan terhadap situasi yang berpotensi mengganggu kenyamanan wisatawan. Selain itu, *tour leader* juga menunjukkan kemampuan interpersonal yang baik dalam menjaga suasana rombongan tetap kondusif. Mereka aktif membangun komunikasi yang positif, menciptakan suasana santai, serta mampu meredam ketegangan antar peserta apabila terjadi miskomunikasi.

Hal ini sejalan dengan kajian pada tinjauan pustaka yang menyebutkan bahwa kinerja individu tidak hanya dilihat dari produktivitas kerja, tetapi juga dari kemampuan dalam berinteraksi dan beradaptasi (Robbins & Judge, 2012) dan (Hendrawan et al., 2018). Kinerja lapangan yang efektif merupakan bentuk nyata dari kompetensi teknis dan interpersonal seorang *tour leader*, yang berperan penting dalam menjaga kualitas pelayanan secara keseluruhan. Dengan demikian, keberhasilan *tour leader* dalam menangani situasi lapangan dan menjaga kenyamanan wisatawan menjadi indikator penting dari kualitas pelayanan yang optimal.

Dalam hal koordinasi dengan *stakeholder*, *tour leader* CV. Holiday Indonesia menunjukkan peran aktif dalam menjalin komunikasi dan kerja sama dengan pihak-pihak terkait seperti *driver*, pihak hotel, dan restoran. Koordinasi ini dilakukan untuk memastikan kelancaran perjalanan dan kenyamanan wisatawan selama mengikuti rangkaian kegiatan wisata. Berdasarkan hasil observasi, *tour leader* tampak sigap dalam menyampaikan kebutuhan logistik, waktu kedatangan, serta informasi teknis lainnya kepada masing-masing *stakeholder* sesuai jadwal yang telah disusun. Namun demikian, dalam beberapa kasus mendadak seperti perubahan rute perjalanan karena kondisi cuaca atau kemacetan ditemukan bahwa koordinasi belum berjalan secara optimal. Keterlambatan dalam menyampaikan perubahan kepada *stakeholder* terkadang menyebabkan penyesuaian layanan tidak berlangsung seefisien yang diharapkan.

Fenomena ini selaras dengan teori yang dijelaskan pada tinjauan pustaka, bahwa dukungan manajemen dan kemampuan komunikasi lintas pihak merupakan bagian penting dari faktor eksternal yang memengaruhi kinerja individu (Jogiyanto, 2010) dalam (Salsabila et al., 2023). Kurangnya kesiapan dalam menghadapi perubahan mendadak juga dapat mengindikasikan perlunya peningkatan pada aspek keterampilan manajerial dan kepemimpinan dalam situasi tidak terduga. Oleh karena itu, untuk mencapai kualitas pelayanan yang konsisten, *tour leader* perlu dibekali pelatihan koordinasi dinamis dan pengambilan keputusan cepat, khususnya dalam konteks pelayanan wisata yang sangat dipengaruhi oleh variabel eksternal. Dalam aspek manajemen keluhan, *tour leader* CV. Holiday Indonesia menunjukkan kinerja yang cukup baik dan profesional.

Berdasarkan hasil penelitian, mereka mampu menangani berbagai keluhan dari wisatawan dengan pendekatan yang persuasif dan solutif. *Tour leader* tidak hanya mendengarkan keluhan secara aktif, tetapi juga berupaya memahami akar masalah serta memberikan solusi yang tepat dan cepat tanpa memperkeruh suasana. Pendekatan ini mencerminkan kematangan emosional dan keterampilan interpersonal yang baik, yang sangat penting dalam menciptakan rasa nyaman dan kepuasan selama perjalanan wisata. Sebagian besar wisatawan yang menjadi informan dalam penelitian ini juga menyatakan puas terhadap cara *tour leader* merespons permasalahan yang muncul, baik terkait pelayanan akomodasi, ketepatan waktu, maupun dinamika antar peserta.

Temuan ini sejalan dengan kajian pada BAB II yang menjelaskan bahwa salah satu indikator kualitas pelayanan adalah responsivitas (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat dan tepat (Parasuraman, A Berry & Zeithaml, 1988) dalam Megawati (2017). Selain itu kemampuan *tour leader* dalam menangani keluhan juga menunjukkan penerapan kompetensi interpersonal dan kinerja individu yang efektif, sebagaimana dijelaskan oleh (Robbins & Judge, 2012). Dengan demikian, kemampuan *tour leader* dalam mengelola keluhan menjadi salah satu pilar penting dalam membentuk pengalaman wisatawan yang positif dan loyal terhadap perusahaan.

3.4 Observasi

Observasi dilakukan langsung oleh peneliti dengan mengikuti kegiatan perjalanan wisata yang diselenggarakan oleh CV. Holiday Indonesia. Peneliti berperan sebagai pengamat nonpartisipan, dengan tujuan untuk melihat secara langsung kinerja *tour leader* dalam melayani wisatawan di lapangan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa *tour leader* menampilkan perilaku kerja yang mencerminkan kompetensi profesional. *Tour leader* hadir dengan penampilan yang rapi, mengenakan seragam resmi dari perusahaan, *Id card*, dan menyapa peserta dengan bahasa yang santun dan ramah. Ia secara aktif memberikan pengarahan sebelum keberangkatan dan memimpin rombongan dengan penuh percaya diri. Hal ini sejalan dengan pernyataan Hendrawan et al (2018) bahwa kompetensi kerja merupakan karakteristik mendasar yang dapat diamati melalui perilaku individu dalam menyelesaikan tugasnya secara efektif.

Selama perjalanan berlangsung, *tour leader* juga menunjukkan penguasaan *itinerary* secara menyeluruh. Ia mampu menjelaskan informasi destinasi secara runtut dan menarik, menginformasikan estimasi waktu perjalanan, serta mengingatkan peserta mengenai aturan yang berlaku di setiap tempat yang dikunjungi. Perilaku ini menunjukkan penguasaan terhadap kompetensi teknis dan kognitif, sesuai dengan pendapat (Ryantandi, 2022) bahwa keterampilan kerja tidak hanya mencakup keterampilan fisik, tetapi juga melibatkan kemampuan berpikir, pengetahuan, serta kemampuan memecahkan masalah di tempat kerja.

Ketika terjadi kendala teknis, seperti keterlambatan kendaraan dan keterpisahan peserta, *tour leader* tidak panik dan segera mengambil tindakan solutif, seperti melakukan komunikasi cepat dengan pihak transportasi serta menjaga komunikasi aktif dengan peserta. Ini mencerminkan keterampilan dalam manajemen perjalanan dan *problem solving*.

Interaksi *tour leader* dengan peserta juga menunjukkan tingkat empati dan komunikasi interpersonal yang tinggi. Ia mendengarkan keluhan peserta, memberi bantuan kepada peserta lansia, serta bersikap adil dalam membagi waktu dan perhatian kepada seluruh peserta. Hal ini memperkuat posisi kompetensi interpersonal sebagai bagian dari layanan yang berorientasi pada kepuasan wisatawan, sebagaimana ditegaskan oleh (Parasuraman et al., 2017) dalam konsep SERVQUAL, khususnya pada dimensi *empathy* dan *responsiveness*.

Secara keseluruhan, observasi menunjukkan bahwa *tour leader* CV. Holiday Indonesia telah menunjukkan kinerja yang mendekati optimal. Perilaku-perilaku kerja yang ditampilkan konsisten dengan indikator kompetensi dasar yang telah dibahas dalam tinjauan pustaka. Artinya, teori-teori yang digunakan dalam kajian pustaka terbukti relevan dengan kondisi nyata di lapangan.

3.5 Kuantitatif Sederhana

Data kuantitatif sederhana yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada 43 responden wisatawan CV. Holiday Indonesia memberikan gambaran mengenai persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan *tour leader*. Kuesioner ini menggunakan lima dimensi model Servqual (Parasuraman, A Berry & Zeithaml, 1988) yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*, dengan skala Likert 1-5. Hasil rata-rata skor untuk setiap dimensi adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Rata-rata Skor Penilaian Kualitas Pelayanan Tour Leader

Dimensi Servqual	Rata-rata Skor	Kategori
<i>Tangibles</i>	4.6	Sangat Baik
<i>Reliability</i>	4.5	Sangat Baik
<i>Responsiveness</i>	4.3	Baik
<i>Assurance</i>	4.4	Baik
<i>Empathy</i>	4.4	Baik
Penilaian Umum	4.5	Sangat Baik

Sumber: Output Pengolahan Data Kuesioner 2025

Dimensi *Tangibles* (4.6) dan *Reliability* (4.5) mendapatkan skor tertinggi dan masuk dalam kategori "Sangat Baik". Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki persepsi yang sangat positif terhadap aspek fisik pelayanan *tour leader* dan kemampuan *tour leader* dalam memberikan layanan sesuai janji. Penampilan profesional dan rapi *tour leader*, serta kemampuannya dalam menjalankan *itinerary* dengan baik, sangat dihargai oleh wisatawan. Temuan ini sejalan dengan definisi kualitas pelayanan menurut (Megawati, 2017) yang menyatakan bahwa *Tangibles* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, termasuk penampilan staf. Keandalan (*Reliability*) juga merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan

secara akurat dan terpercaya. Skor tinggi pada kedua dimensi ini mengindikasikan bahwa CV. Holiday Indonesia berhasil memenuhi ekspektasi wisatawan dalam hal representasi fisik layanan dan konsistensi pelaksanaan janji, yang merupakan fondasi penting dalam membangun kepuasan pelanggan (Sholihin, 2019).

Dimensi *Responsiveness* memperoleh skor 4.3, yang meskipun masih dalam kategori "Baik", namun relatif lebih rendah dibandingkan *Tangibles* dan *Reliability*. Ini mengindikasikan bahwa meskipun *tour leader* cukup tanggap, ada ruang untuk peningkatan dalam kecepatan dan efisiensi respons terhadap kendala atau kebutuhan wisatawan di lapangan. Beberapa wisatawan mungkin merasakan bahwa ketanggapan *tour leader* bisa lebih proaktif atau lebih cepat dalam situasi tertentu. Menurut (Parasuraman, A Berry & Zeithaml, 1988) dalam (Megawati, 2017), *Responsiveness* adalah kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Meskipun *tour leader* sudah baik dalam hal ini, sedikit celah dalam skor menunjukkan bahwa aspek kecepatan dan ketepatan respons dapat terus diasah untuk mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi, mengingat pelayanan adalah upaya maksimal untuk memenuhi harapan pelanggan (Gofur, 2019).

Dimensi *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati), kedua dimensi ini mendapatkan skor yang sama, yaitu 4.4, dan berada dalam kategori "Baik". Hal ini menunjukkan bahwa *tour leader* berhasil menumbuhkan rasa percaya pada wisatawan (*Assurance*) dan memberikan perhatian yang tulus serta bersifat individual (*Empathy*). Wisatawan merasa aman dan diperhatikan selama perjalanan. Skor yang baik pada kedua dimensi ini menunjukkan bahwa *tour leader* CV. Holiday Indonesia tidak hanya profesional dalam menjalankan tugas, tetapi juga mampu membangun hubungan personal yang positif dengan wisatawan, membuat mereka merasa dihargai dan nyaman. Ini mendukung pernyataan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Ongko et al., 2024).

Skor penilaian umum sebesar 4.5 (Sangat Baik) mengkonfirmasi tingkat kepuasan dan loyalitas yang tinggi dari peserta. Ini juga tercermin dari kesediaan wisatawan untuk menggunakan kembali jasa *tour leader* yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain, seperti yang diungkapkan dalam wawancara dengan Bapak Ridwan. Kepuasan pelanggan adalah kunci keberhasilan suatu bisnis jasa, karena konsumen yang puas cenderung memberikan rekomendasi positif dan menjadi loyal (Nawastuty et al., 2022). Tingginya penilaian umum ini menunjukkan bahwa CV. Holiday Indonesia, melalui kualitas pelayanan *tour leader*-nya, berhasil menciptakan pengalaman yang memuaskan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat beli ulang dan *word-of-mouth marketing* yang positif.

KESIMPULAN

Pertama, mengenai kompetensi dasar yang harus dimiliki oleh *tour leader* agar dapat memberikan pelayanan yang optimal. Ditemukan bahwa *tour leader* CV. Holiday Indonesia memiliki kepribadian yang sangat positif, ditunjukkan melalui kesabaran, keramahan, dan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik, yang secara signifikan berkontribusi pada kenyamanan wisatawan. Mereka juga memiliki pengetahuan dasar yang memadai tentang destinasi dan keterampilan komunikasi yang efektif. Namun, ada ruang untuk peningkatan dalam pendalaman pengetahuan sejarah dan budaya lokal, penguatan keterampilan kepemimpinan dalam situasi darurat, serta konsistensi penggunaan bahasa asing, yang semuanya penting untuk pelayanan yang lebih optimal.

Kedua, terkait kinerja *tour leader* yang optimal dalam memberikan pelayanan kepada

wisatawan di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tour leader* CV. Holiday Indonesia menunjukkan kinerja yang sangat baik dalam perencanaan dan persiapan perjalanan, serta kesiapsiagaan dalam merespons dinamika lapangan. Mereka mampu menjaga suasana rombongan tetap kondusif dan menangani keluhan wisatawan secara profesional dan solutif. Meskipun demikian, koordinasi dengan pihak terkait dalam menghadapi perubahan mendadak masih dapat dioptimalkan. Secara keseluruhan, penilaian wisatawan terhadap kualitas pelayanan *tour leader* sangat tinggi, mengindikasikan kepuasan dan loyalitas yang kuat, yang merupakan cerminan dari kinerja optimal mereka di lapangan.

3.6 Saran

CV. Holiday Indonesia disarankan untuk fokus pada beberapa area kunci guna lebih mengoptimalkan kualitas pelayanan *tour leader*. Untuk meningkatkan kompetensi dasar, perusahaan sebaiknya mengadakan pelatihan berkelanjutan yang lebih mendalam mengenai sejarah dan budaya destinasi, serta program pengembangan keterampilan kepemimpinan dan manajemen krisis. Penting juga untuk mendorong dan memfasilitasi *tour leader* agar lebih konsisten dalam menggunakan bahasa asing, terutama saat berinteraksi dengan wisatawan mancanegara.

CV. Holiday Indonesia perlu meninjau dan memperbaiki prosedur koordinasi dengan semua pihak terkait, khususnya dalam menghadapi situasi tak terduga, untuk memastikan respons yang lebih cepat dan efisien. Pemanfaatan umpan balik dari wisatawan secara terus-menerus juga krusial sebagai dasar evaluasi kinerja individu dan perbaikan program pelatihan di masa mendatang. Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk studi lebih lanjut mengenai pengembangan kompetensi dan kinerja dalam industri pariwisata. Sementara itu, bagi masyarakat umum dan praktisi, temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya profesionalisme *tour leader* dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas dan berkesan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, S.I.K., M.Si, D. H. Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.)). Syakir Media Press. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Aditama, P. bintang, & Widowati, N. (2017). Analisis Kinerja Organisasi Pada Kantor Kecamatan Blora. *Journal of Public and Management Review*, 6(2), 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jppmr/article/view/15994>
- Aryadi, P. (2020). Peran Dan Fungsi Tour Leader Dalam Perjalanan Ibadah Umrah Di Biro Haji Dan Umrah Pt. Ihya Tour Travel Pontianak. *J-MD: Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(1), 1–28. <https://doi.org/10.24260/j-md.v1i1.125>
- Asmana, Y. (2022). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Mandiri Persero Tbk, di Jakarta Selatan. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 81–92. <https://jurnal.stieganessa.ac.id/index.php/ekmabis/article/view/54>
- Dina, Y. S. (2010). Hubungan antara penerimaan diri dengan kompetensi interpersonal pada remaja Panti Asuhan. (*Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*), 1–82, Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>

- Hendrawan, A., Yulianeu, A., & Cahyandi, K. (2018). Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Tim. *Jurnal Management Review*, 2(1), 143–150. <http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview>
- Jayanti, K. N., & Dewi, K. T. S. (2021). Dampak Masa Kerja, Pengalaman Kerja, Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 1(2), 75–84. <https://doi.org/10.52300/jemba.v1i2.2986>
- Liga, N. S., & Herdiansyah, R. (2022). Perancangan Sistem Informasi Biro Perjalanan Wisata Di PT. Alya@NET Tours And Travel Berbasis Web. *OKTAL : Jurnal Ilmu Komputer Dan Science*, 1(03), 304–313.
- Mar'atussafa'ah. (2020). Evaluasi Pelayanan Tour Leader Terhadap Jamaah Umrah Pada PT. Arofah Travel Mandiri Tahun 2019. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/54973>
- Megawati, Y. (2017). Kualitas Pelayanan Terkait Dengan Kepuasan Konsumen Dalam Industri Jasa. *Business Management Journal*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.30813/bmj.v2i2.589>
- Muis, M. R., Jufrizen, J., & Fahmi, M. (2018). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 1(1), 9–25. <https://doi.org/10.36778/jesya.v1i1.7>
- Nabawi, R. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja, Budaya Kerja, Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 01–10. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.426>
- Nawastuty, H. D., Udayana, I. B. N., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh kelayakan harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 38–45. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10388>
- Nurmalia, A. (2023). Efektivitas Pelayanan Tour Leader Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Umrah di PT. Malika Wisata Utama Kota Tangerang. In *Skripsi*.
- Ongko, C. S., Nugroho, N., & Sutarno, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sudimampir Galang. *Jurnal KAFEBIS*, 2(1), 36–43. <https://doi.org/10.51622/kafebis.v2i1.2290>
- Panjaitan, M. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 1–5.
- Parasuraman, A Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Details, P. author, & ; Zeithaml, Valarie A; Berry, L. L. (2017). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perc - ProQuest. *Journal of Retailing*, 9(10), 1–13. <https://www.proquest.com/openview/7d007e04d78261295e5524f15bef6837>
- Qomaruddin, Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif : Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting and Administration*, 1(2), 77–84.
- Rante, M. W., Machmury, A., Rahayu, M., Gunawan, I., & Rifqoh, H. (2024). *Bimbingan*

- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2012). Essentials of Organizational Behavior. *News.Ge*, 123.
- Ryantandi, R. I. (2022). Penyusunan Rancangan Kompetensi Teknis Departemen Human Resources Pada Pt X. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 153–166. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5092.153-166>
- Saleh, A. R., & Utomo, H. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja, Etos Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi Di Pt. Inko Java Semarang. *Among Makarti*, 11(1), 28–50. <https://doi.org/10.52353/ama.v11i1.160>
- Salsabila, N. T., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh Pengalaman Auditor, Independensi, Dan Dukungan Manajemen Terhadap Efektivitas Audit Internal. *Jurnal Economina*, 2(6), 1438–1450. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.621>
- Sholihin, U. (2019). Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *At-Tamwil : Kajian Ekonomi Syariah*, 1(1), 72–97.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sukarana, M., & Machmury, A. (2022). Pengaruh Kompetensi SDM, Sistem Informasi Akuntansi, dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Pengelolaan Devisa Keuangan Perhotelan di Bulukumba. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 5(2), 35. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v5i2.33802>
- Supriyadi. (2020). Studi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dilihat Dari Manajemen Pelayana Pariwisata dan Kebijakan adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Kabupaten Pangandaran. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 2(1), 100–116.
- Syahdan, F. (2017). Hubungan Antara Keterampilan Kerja Dengan Produktivitas Kerja. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(1), 81–88. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v5i1.4334>
- Veronica, V., & Rivabelle, E. (2024). Peranan Aerotravel Dalam Mendukung Keberlanjutan Pariwisata Sebagai Biro Perjalanan Wisata. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 18(2), 139. <https://doi.org/10.47256/kji.v18i2.513>
- Wardani, A. (2023). Kinerja Tour Leader Jemaah Umrah PT Alif Berkah Amanah Wisata (ABA Tour Travel) Sukabumi. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Yulianty, N. S. (2015). Efektivitas Bimbingan Pribadi-Sosial Untuk Mengembangkan Kompetensi Intrapersonal Peserta Didik. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 05(01), 26–44. <http://www.jstor.org/stable/42732952>.