

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Negara Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam dan keberagaman suku, agama, ras, dan budayanya. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberagaman ini juga mempengaruhi perekonomian rakyat Indonesia, khususnya yang berperan aktif dalam sektor pariwisata. Dengan adanya keberagaman dan potensi sumber daya alam di Indonesia, rakyat Indonesia dituntut untuk menjadi lebih kreatif dalam bersaing dengan sesamanya. Menurut Kemenparekraft (2021), sektor pariwisata dan ekonomi kreatif memiliki peran dan ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam meningkatkan pendapatan negara, sumber daya devisa, dan penyerapan lapangan kerja nasional.

Seiring dengan perkembangan teknologi, baik pemerintah maupun swasta, semakin banyak menyediakan fasilitas dan layanan bagi masyarakat untuk melakukan pariwisata. Pariwisata adalah perjalanan wisata yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling, baik secara terencana maupun tidak terencana, yang dapat menghasilkan pengalaman total bagi pelakunya (Nurdin Hidayah, 2019). Adapun menurut Prayogo (2018), pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari suatu tempat ke tempat lain, membuat rencana

dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi. Semakin bertambah luasnya kegiatan pariwisata di Indonesia memberikan tantangan bagi perusahaan di sektor pariwisata untuk memberikan penawaran terbaik mengenai layanan atau jasa bagi para wisatawan. Tidak hanya dari segi kuantitas, tetapi juga dari segi kualitasnya. Dengan demikian, setiap perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata perlu memerhatikan jasa-jasa yang ditawarkannya.

Menurut Kotler dan Keller (2016), jasa merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak terikat pada suatu produk fisik. Adapun jenis- jenis jasa pariwisata yang terdapat di Indonesia antara lain: jasa penginapan, bisnis kuliner, jasa *tour guide* dan penerjemah, jasa penyewaan kendaraan dan perlengkapan, jasa penyediaan *souvenir* atau oleh-oleh, serta masih banyak lainnya.

Banyaknya jenis jasa yang ditawarkan oleh perusahaan pariwisata ini membuat perusahaan perlu memerhatikan manajemen jasa di perusahaannya. Menurut Gronos (2015), pada hakekatnya, manajemen jasa berfokus pada pemahaman atas cara-cara mengelola bisnis dalam konteks kompetisi jasa, dimana jasa (dalam pengertian luas) merupakan kunci sukses dalam memenangkan pelanggan.. Dengan adanya manajemen jasa yang baik di setiap perusahaan pariwisata, maka dapat mendukung pertumbuhan sektor pariwisata dan perekonomian di Indonesia.

Setiap pelaku bisnis, masyarakat, hingga mahasiswa pariwisata perlu

menyadari betapa pentingnya manajemen jasa. Oleh karena itu, diperlukannya pembelajaran mengenai subjek tersebut melalui sebuah modul serta visual sebagai acuan, khususnya bagi mahasiswa Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan (UPH) dalam mengikuti kelas Manajemen Jasa untuk bisa mengerti cara membangun atau membuat manajemen jasa dengan baik. Selain itu, modul ini juga dibuat untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan menyelesaikan tugas akhir kuliah.

Penulis memiliki ide untuk membuat sebuah rancangan modul. Rancangan modul ini berjudul Rancangan Modul Manajemen Jasa. Rancangan Modul Manajemen Jasa ini berisi tentang Manajemen, Jasa dan komponennya, pertemuan jasa, strategi jasa, Kualitas jasa, Globalisasi jasa, Mengelola kapasitas dan permintaan, pengembangan jasa baru, dan hubungan penyediaan jasa. Modul ini dirancang dengan tujuan agar pembaca memahami aspek-aspek yang terkait dengan manajemen jasa. Target pembaca dari rancangan modul manajemen jasa adalah peserta didik pada tingkat Perguruan Tinggi khususnya yang mempelajari bidang pariwisata. Dalam rancangan modul ini, penulis berharap agar pembaca dapat memahami materi dalam setiap bab yang dibantu dengan tujuan pembelajaran, materi pembelajaran, rangkuman dan pertanyaan untuk mengevaluasi tingkat pemahaman setiap isi bab tersebut.

## **B. Tujuan**

Menurut Prastowo (2015), modul ialah sebuah bahan ajar cetak yang disusun secara sistematis dengan bahasa yang mudah dipahami oleh peserta didik sesuai tingkat pengetahuan dan usia mereka agar mereka dapat belajar sendiri (mandiri) dengan bantuan atau bimbingan yang manual dari pendidik. Penulis mempunyai tujuan, dalam perancangan pembuatan modul ajar Manajemen Jasa. Adapun beberapa tujuannya sebagai berikut:

1. Untuk membantu proses pembelajaran tentang Manajemen Jasa.
2. Meningkatkan pengetahuan tentang Manajemen Jasa beserta komponennya.
3. Untuk memberikan referensi dalam mempelajari Manajemen Jasa.

