

Artikel Penelitian

Penerapan Total Quality Service untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Industri Pariwisata

Rahmiana*, Nazwa Rifa Sani Silaen, Sofina Br Hutapea

Fakultas Teknik, Teknik Industri, Universitas Islam Sumatera Utara, Medan, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 10 Juni 2025
Revisi Akhir: 13 Februari 2026
Diterbitkan Online: 10 Maret 2026

KATA KUNCI

Total Quality Service
Loyalitas Pelanggan
Industri Pariwisata
Literature Review

KORESPONDENSI (*)

Phone: +62 822-7715-4052
E-mail: rahmiana060106@gmail.com

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Total Quality Service (TQS) dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di industri pariwisata. Dengan menggunakan metode literature review, studi ini mengkaji berbagai penelitian terdahulu yang membahas hubungan antara kualitas layanan menyeluruh dan loyalitas pelanggan di sektor pariwisata. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan TQS yang meliputi peningkatan kualitas layanan, penerapan protokol kesehatan, dan pemulihan layanan yang efektif dapat memperkuat loyalitas pelanggan. Penerapan TQS juga berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan industri pariwisata. Studi ini memberikan rekomendasi agar pelaku industri pariwisata fokus pada peningkatan kualitas layanan secara holistik untuk memenangkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata memegang peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama sebagai sumber devisa, pencipta lapangan kerja, dan penggerak sektor-sektor terkait seperti perhotelan, transportasi, dan ekonomi kreatif. Dalam beberapa tahun terakhir, dinamika kebutuhan dan preferensi wisatawan mengalami perubahan signifikan, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kualitas layanan serta kemudahan akses informasi melalui teknologi digital. Wisatawan saat ini tidak hanya mencari destinasi menarik, tetapi juga mengutamakan pengalaman yang nyaman, aman, dan berkesan selama perjalanan mereka.

Industri pariwisata Indonesia masih menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan global. Berbagai penelitian empiris telah menegaskan bahwa kualitas layanan memiliki peranan sentral dalam membangun kepuasan pelanggan, yang selanjutnya berkontribusi pada loyalitas. Misalnya, studi oleh Adrianto (2023) pada pembelian tiket wisata menunjukkan bahwa kualitas layanan secara positif dan signifikan memengaruhi loyalitas pelanggan (Adrianto, 2023). Di sektor perhotelan, penelitian di Hotel Grand Inna Kuta juga menemukan hasil serupa: kualitas layanan dan kepuasan sama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu (Ni Made Dwi Yunitasari et al., 2024). Selain itu, penelitian di kawasan pariwisata Yogyakarta menegaskan bahwa kualitas layanan langsung meningkatkan loyalitas wisatawan meskipun kepuasan berperan sebagai mediator utama (Rasyidi & Salim, 2022).

Namun, terdapat kesenjangan antara kondisi ideal pelayanan pariwisata dan praktik yang terjadi di lapangan. Banyak pengelola destinasi belum menerapkan sistem mutu yang terukur dan berkelanjutan: faktor seperti konsistensi layanan, respons terhadap keluhan konsumen, pelatihan SDM, serta evaluasi berkala masih lemah. Hal ini terlihat dari peneliti di

Ubud (Tegal Sari Accommodation), yang meskipun menemukan hubungan positif antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas, tetapi menyarankan peningkatan manajemen mutu (Normasari et al., 2013).

Dalam konteks ini, penerapan Total Quality Service (TQS) menjadi solusi yang relevan dan strategis bagi pengelola pariwisata. TQS menekankan pemenuhan standar mutu di setiap tahap pelayanan mulai dari interaksi awal, proses layanan, hingga tindak lanjut purna jual dengan orientasi pada dimensi keandalan, ketanggapan, empati, jaminan, dan bukti fisik. Harapannya, pelanggan tidak hanya puas, tetapi juga menciptakan ikatan emosional yang mendorong mereka untuk kembali dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana penerapan prinsip-prinsip TQS dapat menjadi penggerak utama loyalitas pelanggan dalam industri pariwisata. Selain itu, studi ini juga akan mengidentifikasi dimensi layanan mana yang paling mempengaruhi loyalitas apakah keandalan, ketanggapan, empati, atau aspek fisik dan jaminan. Hasil penelitian diharapkan memberikan dasar empiris dan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan pengambil kebijakan dalam menyusun strategi pengelolaan mutu yang berbasis kebutuhan pelanggan, relevan dengan standar internasional, dan berdaya saing tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literature review untuk mengkaji penerapan Total Quality Service dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di industri pariwisata. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri berbagai artikel ilmiah dari jurnal nasional dan internasional yang relevan dengan topik pembahasan. Sumber data diperoleh melalui platform seperti Google Scholar, Garuda Ristek BRIN, dan DOAJ. Seluruh artikel yang terkumpul dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi pola, temuan, dan kesimpulan yang berkaitan dengan kualitas layanan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. Analisis dilakukan dengan pendekatan deskriptif dan tematik untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai peran kualitas layanan dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelaku usaha pariwisata dan pelanggan.

PEMBAHASAN

Industri pariwisata merupakan sektor yang sangat bergantung pada kualitas layanan untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Total Quality Service (TQS) adalah pendekatan manajemen yang mengutamakan kualitas layanan secara menyeluruh dan konsisten guna memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan. Dalam konteks industri pariwisata, TQS tidak hanya mencakup layanan dasar, tetapi juga perhatian terhadap detail, kenyamanan, keamanan, dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dengan meningkatnya persaingan di sektor ini, penerapan TQS menjadi strategi penting untuk memenangkan hati pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang.

Penelitian Adrianto (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di sektor jasa. Dalam studi yang dilakukan di sebuah perusahaan jasa di Medan, ditemukan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang meliputi kecepatan, keramahan, dan keandalan layanan, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara signifikan. Hal ini menegaskan pentingnya elemen-elemen dalam TQS untuk mempertahankan konsumen agar terus menggunakan layanan yang sama (Adrianto, 2023).

Selain kualitas pelayanan dasar, industri pariwisata juga perlu memperhatikan aspek kebersihan, kesehatan, dan keselamatan terutama di masa pandemi COVID-19. Penerapan protokol CHSE (Cleanliness, Health, Safety, and Environmentally friendly) menjadi bagian dari TQS yang tidak bisa diabaikan. Wihelmus (2023) dalam penelitiannya di sektor pariwisata Yogyakarta menemukan bahwa penerapan protokol CHSE meningkatkan rasa aman dan kepercayaan wisatawan. Kepercayaan tersebut berkontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan yang berkunjung kembali ke destinasi wisata tersebut. Penyesuaian standar layanan dengan protokol kesehatan menjadi bagian penting dari total quality service yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan saat ini (Wihelmus Mardo Davinsi et al., 2023).

Komponen penting lain dalam TQS adalah kemampuan melakukan pemulihan layanan (service recovery) ketika terjadi gangguan atau ketidakpuasan pelanggan. Studi Marufah (2023) pada agen perjalanan online mengungkapkan bahwa penanganan keluhan secara cepat, tanggap, dan solutif

dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Hal ini memperkuat loyalitas pelanggan dan menciptakan hubungan jangka panjang yang baik antara penyedia jasa dan pelanggan. Pelayanan yang responsif terhadap masalah dan keluhan merupakan bagian dari total quality service yang harus diprioritaskan dalam industri pariwisata, karena gangguan layanan bisa terjadi kapan saja dan menimbulkan dampak besar jika tidak ditangani dengan baik (Ma'rufah, 2023).

Selanjutnya, penelitian oleh Hati, Sudiarta, dan Wirawan (2023) di destinasi wisata Tahura Lapak Jaru, Kalimantan Tengah, juga menemukan bahwa kualitas makanan dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan pelayanan yang ramah serta profesional menjadi kunci dalam membangun keterikatan emosional pelanggan. Keterikatan ini kemudian mendorong pelanggan untuk kembali mengunjungi lokasi tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain, sehingga mendukung pertumbuhan industri pariwisata secara berkelanjutan (Hati et al., 2023).

Dalam menerapkan TQS, perusahaan juga perlu menyesuaikan strategi dengan karakteristik lokal dan budaya pelanggan. Penyesuaian ini membantu meningkatkan efektivitas layanan sehingga dapat memenuhi kebutuhan khusus pelanggan di berbagai daerah. Misalnya, pelayanan yang mengedepankan keramahan khas budaya lokal dapat meningkatkan kesan positif dan memperkuat loyalitas pelanggan. Dengan demikian, pendekatan total quality service yang holistik tidak hanya berfokus pada aspek teknis layanan, tetapi juga aspek emosional dan sosial pelanggan.

Penerapan TQS di industri pariwisata terbukti efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dengan mengedepankan kualitas layanan yang menyeluruh, protokol kesehatan yang ketat, dan kemampuan pemulihan layanan yang responsif. Hal ini penting untuk menciptakan pengalaman positif pelanggan, membangun kepercayaan, dan mempertahankan hubungan jangka panjang. Di tengah persaingan ketat dan dinamika kondisi saat ini, pengelola pariwisata perlu terus mengembangkan dan mengimplementasikan strategi total quality service secara konsisten agar dapat memenangkan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Penerapan Total Quality Service (TQS) dalam industri pariwisata merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh, penerapan protokol kesehatan, serta penanganan keluhan yang cepat dan tepat. Dengan memberikan layanan yang konsisten dan memenuhi harapan pelanggan, TQS mampu meningkatkan kepuasan serta kepercayaan pelanggan, sekaligus membangun ikatan emosional yang mendorong mereka untuk kembali dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Selain itu, penyesuaian layanan dengan karakteristik budaya dan kebutuhan lokal pelanggan semakin memperkuat efektivitas penerapan TQS. Oleh sebab itu, pelaku industri pariwisata dianjurkan untuk mengimplementasikan dan mengembangkan prinsip-prinsip TQS secara terus-menerus guna mempertahankan daya saing serta membangun loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin kompleks dan dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adrianto, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. *Insight Management Journal*, 3(3). <https://doi.org/10.47065/imj.v3i3.248>
- [2] Hati, A. L., Sudiarta, I. N., & Wirawan, P. E. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(10). <https://doi.org/10.22334/paris.v2i10.563>
- [3] Ma'rufah, A. (2023). Strategi Service Quality Sebagai Media dalam Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Pendidikan. *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2). <https://doi.org/10.62775/edukasia.v4i2.355>
- [4] Ni Made Dwi Yunitasari, Ni Luh Sili Antari, & I Wayan Arta Artana. (2024). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
- [5] LOYALITAS PELANGGAN DI HOTEL GRAND INNA KUTA. *Bali Journal of Hospitality, Tourism and Culture Research, Volume I No.2*(3031–8580), 125–132.
- [6] Normasari, S., Kumadji, S., & Ku, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accommodation Di Ubud. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 7(1).
- [7] Rasyidi, W., & Salim, M. (2022). STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS HOTEL NEO

- MALIOBORO DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG DI MASA PANDEMI COVID-19. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 4(2). <https://doi.org/10.55638/jcos.v4i2.670> Wihelmus Mardo Davinsi, Meitiana, M., & Yunikewaty, Y. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Daerah Wisata Tahura Lapak Jaru di Kabupaten Gunung Mas. *Edunomics Journal*, 4(2). <https://doi.org/10.37304/ej.v4i2.10061>