

Pengontrolan Survei Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata Air Terjun Pulosari Di Yogyakarta

Radifan Fadli Rahman^{*1)}, Rizki Rahmatullah²⁾

¹⁾Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, Sleman, Yogyakarta, 55584, Indonesia

²⁾Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, Sleman, Yogyakarta, 55584, Indonesia

Email: 21323069@students.uui.ac.id, rizki.rhmtllh.5@gmail.com

ABSTRAK

Objek wisata Air Terjun Pulosari di Yogyakarta memiliki daya tarik yang dapat menarik pengunjung. Kepuasan pengunjung perlu kita teliti untuk mengetahui tingkat kepuasannya, agar dapat menarik pengunjung lebih masif. Oleh karena itu SERVQUAL dan IPA Matriks sangat diperlukan dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung dengan dikelompokkan menjadi 5 dimensi kualitas yaitu RATER (Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty dan Responsiveness). Hasil dalam penelitian mengenai tingkat kepuasan yang didapatkan dari pengunjung mendapatkan indeks kepuasan sebesar 4 yang dapat dikategorikan memuaskan namun tidak terlepas dari beberapa kekurangan terkait dengan fasilitas dan pelayanan yang masih tergolong rendah. Perlu tindakan yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas tempat wisata Air Terjun disana, kemudian disini peneliti memberi saran dan kesimpulan yang menjadi sebuah acuan evaluasi bagi pihak pengelola wisata. Saran dan kesimpulan tersebut berdasarkan aspek-aspek prioritas yang telah dipaparkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *IPA Matriks, RATER, SERVQUAL, Survey Kepuasan Pengunjung*

1. Pendahuluan

Berwisata merupakan suatu aktivitas yang digemari masyarakat Indonesia. Karena, jika dilihat dari biro data Badan Pusat Statistik, dapat dilihat bahwa wisatawan yang ingin berkunjung ke tempat wisata meningkat. Dimana dapat dilihat bahwa pada bulan November meningkat 0,72% dari bulan oktober atau dari sebanyak 1.933 kunjungan wisawatawan yang datang menjadi 1.947 wisatawan (Sugeng Arianto, 2022).

Air Terjun Pulosari di Yogyakarta memiliki keindahan tersendiri, banyak wisatawan yang berminat sehingga berkunjung ke Wisata Air terjun Pulosari. Walaupun tingginya cuma 5-7 meter, hal yang membuat wisatawan ingin berkunjung karena terpukau bagaimana proses jatuhnya air dari atas seperti tirai-tirai putih yang dibawahnya terdapat kolam untuk dipakai bermain. Air Terjun ini masih memiliki beberapa kekurangan tetapi tidak menutup kemungkinan sedikitnya pengunjung wisatawan.

Adanya kelebihan dan kekurangan yang terdapat pada objek wisata ini, wisatawan dapat menentukan tingkat kepuasan setelah berkunjung ke Air Terjun yang terdapat di daerah Yogyakarta ini. Menurut (Rahayu & Wati, 2020). Kepuasan pelanggan merupakan indikator yang menilai sebuah produk dan layanan memenuhi ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, kepuasan pengunjung juga bisa diartikan sebagai penilaian yang difokuskan terhadap perbandingan antara ekspektasi dan persepsi pengunjung.

Oleh karena itu, peneliti perlu melakukan perhitungan dengan menggunakan indeks kepuasan agar dapat mengetahui tingkat kepuasan pengunjung. Jika telah mendapat data yang valid, maka langkah selanjutnya yaitu menganalisis data dengan menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL) dan Importance Performance Analysis (IPA).

Metode SERVQUAL merupakan konsep berdasar pengukuran kualitas yang dapat mengetahui variabel-variabel yang harus diperbaiki maupun dipertahankan sesuai dengan nilai kepuasan pengunjung. Terdapat 5 dimensi pada metode SERVQUAL yaitu reliability, assurance,

tangibles, empathy, responsiveness (Zeithaml, Parasuraman, Berry, & Musacchio, 2000). Sedangkan metode IPA yaitu mengukur kualitas pelayanan sekaligus dapat menentukan aspek-aspek yang diprioritaskan untuk diperbaiki.

Melalui penelitian ini, wisata Air Terjun Pulosari di Yogyakarta dapat mengetahui faktor apa saja yang menjadi ketidakpuasan pengunjung sehingga metode SERVQUAL dan IPA yang digunakan penelitian akan membantu dalam perbaikan kualitas dan pelayanan di objek wisata tersebut. Serta juga dapat mengetahui variabel- variabel yang memiliki indeks kepuasan tinggi agar dapat dipertahankan.

2. Metode

Penelitian ini dilakukan di salah satu tempat wisata air terjun Pulosari yang terdapat di Yogyakarta. Dimana hal pertama yang dilakukan dengan menentukan permasalahan dengan tujuan menjabarkan dari kepuasan pengunjung. Setelah ditentukan permasalahan selanjutnya dilakukan pengambilan data secara langsung kelapangan dengan menggunakan kuisisioner RATER (Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty dan Responsiveness) untuk mendapatkan data primer. Hasil dari data kuisisioner selanjutnya akan diolah menggunakan dengan menggunakan prinsip IPA Matriks dan akan dilakukan analisis terkait kepuasan pengunjung berdasarkan 5 aspek yang ada.

2.1 Kepuasan Pelanggan

kepuasan pelanggan merupakan penilaian perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dengan harapannya yang sebelumnya (Astuti, 2007). Kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan respon yang didapat dari hasil evaluasi-evaluasi sebelumnya. Faktor dalam menentukan kepuasan konsumen antara lain harga, kualitas emosional dalam pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas untuk memperoleh barang atau jasa dengan mudah (Cesariana et al., 2021). Berbagai strategi yang dapat digabungkan agar mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu Strategi Superior Customer Service, Unconditional Service Guarantees Relationship Marketing, Guarantees Relationship Marketing, Strategi untuk meningkatkan kinerja perusahaan, Strategi dalam menangani keluhan yang efisien serta Menerapkan Quality Function Deployment (QFD) (Cesariana et al., 2021).

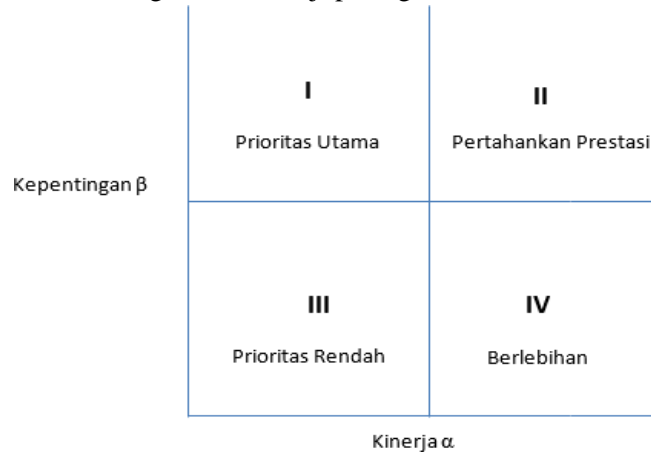
2.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Mutu jasa pelayanan kepuasan pelayanan dapat dievaluasi dalam lima dimensi mutu yang disingkat menjadi RATER (Nurlaeli, 2019). Lebih jelasnya konsep RATER akan dikemukakan sebagai berikut:

1. **Kehandalan (reliability)**, adalah upaya pegawai dalam memberikan pelayanan yang akurat dan terpercaya sesuai yang dijanjikan.
2. **Jaminan dan Kepastian (assurance)**, adalah kemampuan pegawai dalam menyampaikan informasi kepada wisatawan dengan baik sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan dan persepsi wisatawan terhadap pegawai.
3. **Bukti Fisik (tangibles)**, adalah penilaian yang diberikan pengunjung terhadap fasilitas yang berada di objek, bisa dilihat dari kondisi bangunan, penampilan karyawan dan kondisi sarana hiburan.
4. **Perhatian (Empathy)**, adalah perhatian lebih yang bersifat personal dari pegawai kepada seluruh konsumen.
5. **Tanggapan (responsiveness)**, adalah kemampuan pegawai untuk membantu dalam menyampaikan informasi atau tanggapan dengan jelas dan cepat kepada para pengunjung.

2.3 IPA Matriks

Pada tahun 1977 Martilla dan James pertama kali untuk memperkenalkan sebuah Metode IPA (Hunt et al., 2003). Metode yang dimaksud yaitu untuk mengetahui kepuasan pelanggan berdasar penilaian dari ekspektasi atau harapan (tingkat kepentingan) berhubungan dengan pelayanan dan penilaian dari pelanggan yang dilihat dari pelayanan terkait kinerja organisasi (Yulianti & Umbara, 2021.). Analisis metode IPA berdasarkan pada dua dimensi, yakni (Setiawan, 2006): (1) tingkat kepentingan yang sesuai berdasarkan aspek-aspek yang telah dinilai, dan (2) kinerja objek sangat berpengaruh terhadap penilaian setiap aspek-aspeknya. Berdasarkan hal tersebut, dapat dibuat matriks dua dimensi sebagaimana tersaji pada gambar.

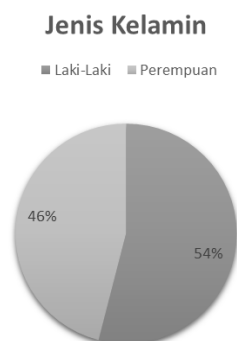


Gambar 1. Diagram kartesius IPA

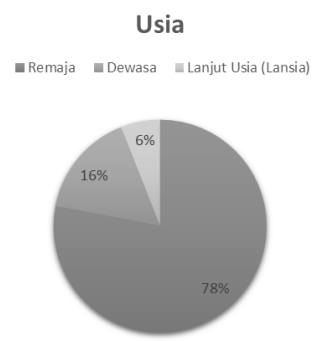
3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pengambilan Data

Pengambilan objek pada air terjun Pulosari sendiri karena banyaknya pengunjung yang datang selalu datang ke tempat wisata ini (Liburanyuk, 2019). Setelah dilakukan pengambilan data secara dengan cara pembagian kuisisioner, diketahui bahwa data sampel yang terkumpul sebanyak 50 responden yang dikategorikan berdasarkan jenis kelamin dan usia. Menurut (Amin & Juniati, 2017) Masa balita dimulai dari 0-5 tahun, kanak-kanak dari 6-11 tahun, remaja dari 12-16 tahun, dewasa 26-45 tahun, dan lansia diatas 45 tahun. Dimana, responden yang didapatkan ketika berkunjung di tempat wisata air terjun pulosari tersebut selanjutnya lebih banyak wisatawan laki-laki dan wisatawan remaja. Berikut merupakan data hasil rekapan yang telah dilakukan.



Gambar 1. Responden berdasarkan Gender



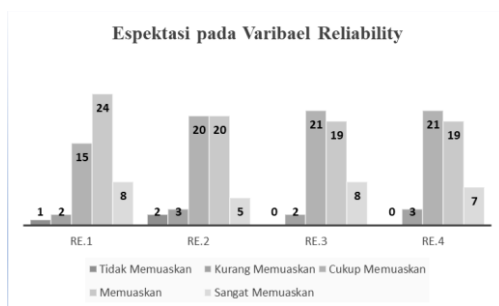
Gambar 2. Responden berdasarkan Usia

3.2 Pengolahan Data

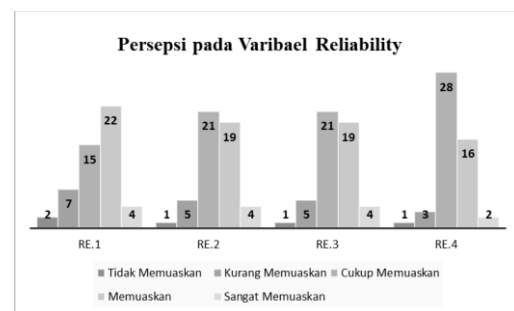
Berdasarkan dari survei yang telah dilakukan, diketahui hasil olah data yang telah dilakukan dengan menggunakan kuisioner RATER yang terdiri dari variabel *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*.

1. Reliability

Variabel *reliability* adalah usaha yang dilakukan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai yang dijanjikan, kinerja yang diberikan harus sesuai dengan harapan pelanggan dimulai dari memberikan pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa adanya kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi dan ketepatan waktu. Pada penelitian ini variabel *reliability* diwakili oleh 4, yaitu Ketepatan petugas dalam menerima keluhan, kritik dan saran; Kecekatan petugas dalam melakukan perbaikan pada fasilitas; Ketelitian petugas akan keamanan di tempat sekitar pariwisata; dan Ketepatan waktu petugas dalam melaksanakan pemenuhan janji yang ditunjukkan oleh Gambar 3. (a) dan (b).



Gambar 3. (a) tingkat ekspektasi untuk masing-masing pernyataan *reliability*

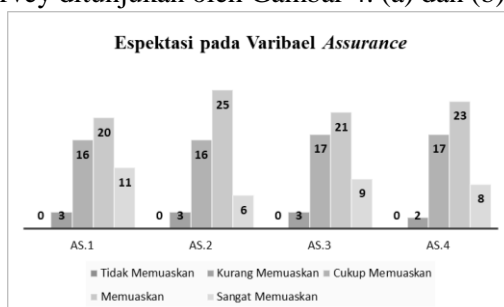


Gambar 3. (b) tingkat persepsi untuk masing-masing pernyataan *reliability*

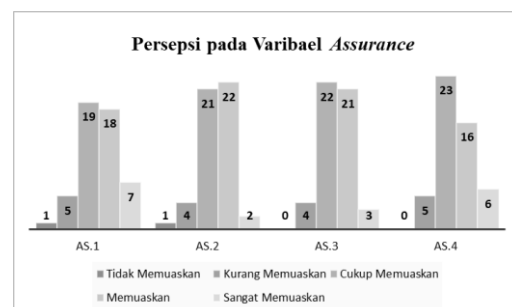
Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui pada ekspektasi yang bisa kita lihat dari “RE.2” mendapat nilai memuaskan dan cukup memuaskan oleh pengunjung, hal itu pun tidak senada dengan persepsi yang menunjukkan tingkat penilaian tertinggi pada cukup memuaskan. “RE.4” mendapatkan nilai yang sama pada ekspektasi dan persepsi yaitu pada cukup memuaskan, hal yang membedakan ialah pada persepsi memiliki nilai lebih tinggi.

2. Assurance

Variabel *assurance* bisa berupa pengetahuan dan sikap kesopanan yang dimiliki pegawai agar perusahaan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan, hal ini dapat dinilai dari beberapa indikator antara lain komunikasi, sopan santun, kredibilitas, kopetensi, dan keamanan. Pada penelitian ini, variabel *assurance* diwakili oleh 2 aspek variabel meliputi sikap dan perilaku dalam melayani konsumen dan profesionalisme petugas dalam menanggapi masalah yang terjadi. Hasil survey ditunjukkan oleh Gambar 4. (a) dan (b).



Gambar 4. (a) tingkat ekspektasi untuk masing-masing pernyataan *assurance*



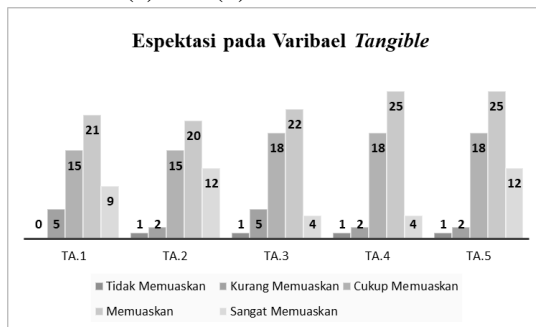
Gambar 4. (b) tingkat perepsi untuk masing-masing pernyataan *assurance*

Berdasarkan Gambar 4. diketahui bahwa tingkat kepuasan pada ekspektasi “AS.4” berada pada tingkat memuaskan, hal ini berbanding terbalik dengan persepsi yang menunjukkan ke arah

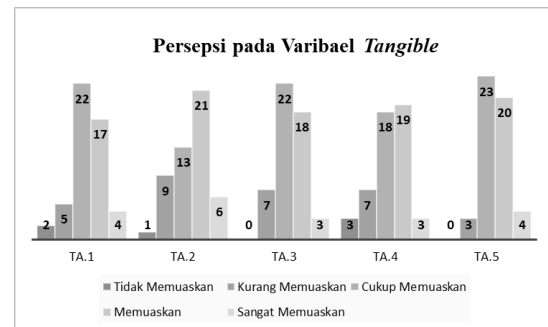
cukup memuaskan. Pada “AS.2” pada persepsi dan ekspektasi sama-sama menunjukkan tingkat yang sama pada memuaskan.

3. *Tangible*

Tangible adalah tindakan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya dengan menampilkan kemampuan dalam mengelola sarana maupun prasarana yang dapat diunggulkan oleh keadaan lingkungan sekitarnya, hal ini menjadi bukti nyata dari pelayanan yang diberikan untuk eksternal. variabel tangible diwakili oleh 5 pertanyaan meliputi kerapihan pegawai yang menjaga di tempat pariwisata, kelengkapan alat-alat yang seharusnya ada ditempat wisata, Kebersihan fasilitas (seperti musola, toilet, dll) yang berada di tempat wisata. Hasil survey ditunjukkan oleh Gambar 5. (a) dan (b).



Gambar 5. (a) tingkat ekspektasi untuk masing-masing pernyataan *tangible*

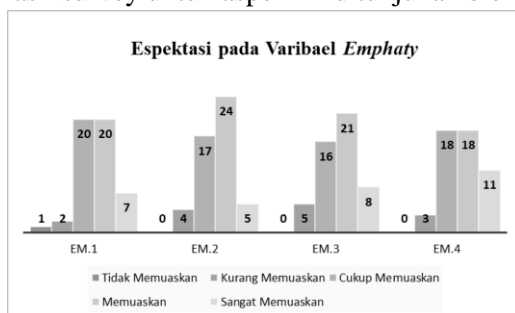


Gambar 5. (b) tingkat persepsi untuk masing-masing pernyataan *tangible*

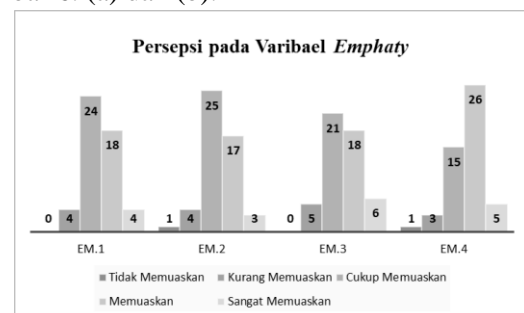
Berdasarkan gambar grafik diatas pada “TA.2” dalam rentang ekspektasi dan persepsi memiliki rentang nilai yang sama yaitu memuaskan. Jika kita liat pada “TA.1” memiliki rentang berbeda, pada ekspektasi mendapat nilai memuaskan sedangkan pada ekspektasi mendapat nilai cukup memuaskan.

4. *Empathy*

Empathy adalah perhatian tulus yang bersifat individual dari pegawai kepada para pelanggan dengan cara memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Variabel ini diwakili oleh 2 aspek variable yang meliputi Respon kepedulian petugas terhadap keluhan wisatawan dan Ketersediaan petugas dalam menerima kritik, saran, serta perhatian personal terhadap wisatawan. Hasil survey untuk aspek ini ditunjukkan oleh Gambar 6. (a) dan (b).



Gambar 6. (a) tingkat ekspektasi untuk masing-masing pernyataan *emphaty*



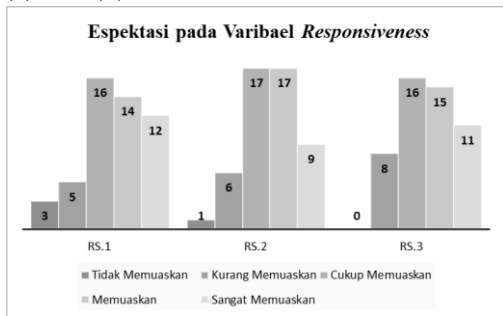
Gambar 6. (b) tingkat persepsi untuk masing-masing pernyataan *emphaty*

Berdasarkan Gambar 6. diatas pada “EM.4” pada rentang nilai ekspektasi dan persepsi berada pada rentang nilai memuaskan. Jika kita lihat pada “EM.2” memiliki rentang nilai berbeda, pada ekspektasi mendapat nilai memuaskan sedangkan pada persepsi memiliki nilai cukup memuaskan.

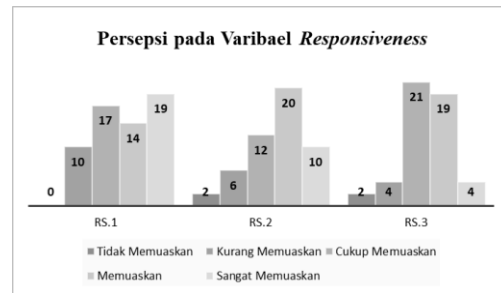
5. *Responsiveness*

Responsiveness adalah suatu tanggung jawab untuk menyampaikan dalam memberikan tanggapan dan informasi dengan akurat dan cepat kepada pelanggan. Aspek ini diwakili oleh 3

aspek variabel yang meliputi, Ketersediaan informasi yang mudah diakses oleh wisatawan, Kemampuan petugas dalam memberi penjelasan terhadap wisatawan, dan Kecepatan petugas dalam memberi informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan. Hasil survey ditunjukkan oleh Gambar 7. (a) dan (b).



Gambar 7. (a) tingkat ekspektasi untuk masing-masing pernyataan *responsiveness*



Gambar 7. (b) tingkat persepsi untuk masing-masing pernyataan *responsiveness*

Berdasarkan grafik diatas Pada “RS.2” pada rentang nilai ekpetasi dan persepsi memiliki rentang nilai memuaskan. jika dilihat pada “RS.3” pada rentang nilai ekpetasi dan persepsi memiliki rentang nilai cukup memuaskan.

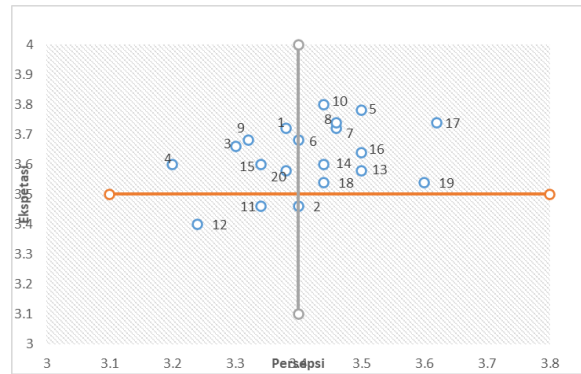
Keseluruhan hasil survey yang telah dilakukan, diketahui bahwa wisatawan sudah merasa puas sesuai dengan indikator variabel *tangible* dengan jumlah rata-rata indeks kepuasan 5, kemudian untuk *variabel reliability, assurance, dan emphaty*, mendapatkan rata-rata indeks kepuasan masing-masing adalah 4. Sedangkan untuk variabel *responsiveness* memiliki indeks kepuasan 3. Jumlah Rata-rata semua variabel memperoleh nilai 4 yang berarti memuaskan. Sehingga nilai persepsi wisatawan terhadap Air Terjun ini termasuk kedalam kategori memuaskan. Berikut merupakan rekap indeks kepuasan untuk masing-masing variabel yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Indeks kepuasan masing-masing variabel RATER

| Variabel | Indeks kepuasan |
|-----------------------|-----------------|
| <i>Realibility</i> | 4 |
| <i>Assurance</i> | 4 |
| <i>Tangible</i> | 5 |
| <i>Emphaty</i> | 4 |
| <i>Responsiveness</i> | 3 |
| Rata-rata | 4 |

6) IPA Matriks

IPA matriks digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan dengan cara membandingkan tingkat espektasi (harapan) dan persepsi (kinerja). Gambar 8. menunjukkan IPA matriks proses dalam membandingkan espektasi dan persepsi terhadap kepuasan wisatawan di Air Terjun.



Gambar 8. Diagram Kartesius IPA Matriks

Pada kuadran I menunjukkan bagian yang diprioritaskan dalam perbaikan, karena bagian pada kuadran ini penting namun kenyataannya kinerja petugas belum memenuhi penilaian dari pengunjung. Dimana Sebagian besar aspek-aspek yang perlu diperbaiki terkait pelayanan dan keluhan pengunjung terhadap masalah. Aspek yang terdapat pada kuadran ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek 1: Layanan petugas dalam menerima masalah
2. Aspek 3: Ketelitian petugas di area sekitar tempat wisata
3. Aspek 4: Respon petugas terhadap pengunjung
4. Aspek 6: Profesionalisme petugas dalam menanggapi pengujung
5. Aspek 9: Cara berpakaian petugas di tempat wisata
6. Aspek 15: Perhatian personal petugas terhadap pengujung dalam menerima masalah
7. Aspek 20: Kesigapan petugas dalam memberikan informasi

4. Simpulan

Berdasarkan pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan data indeks kepuasan wisatawan berdasarkan kualitas dan kuantitas di salah satu tempat wisata Air Terjun di Yogyakarta mendapatkan nilai 4. Hal tersebut menunjukkan tempat wisata Air Terjun ini mendapatkan nilai memuaskan. Dengan masuknya kedalam kategori memuaskan tidak membuat tempat wisata ini tidak memiliki kekurangan, dimana terdapat 7 aspek yang masih tergolong rendah pada bagian memperbaiki fasilitas dan pelayanan. Tindakan yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas tempat wisata Air Terjun disana dengan meningkatkan penerimaan pelayanan petugas dalam membuat SOP untuk segala jenis pelayanan yang diterima. Hal yang perlu dipertimbangkan untuk kemudian hari diperlukannya melakukan pemantauan perkembangan tempat wisata berdasar tingkat kedatangan pengunjung agar mengetahui tingkat kepuasan yang berbeda-beda di tiap harinya.

Daftar Pustaka

- Amin, M. A., & Juniati, D. (2017). Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi Fraktal Box Counting Dari Citra Wajah Dengan Deteksi Tepi Canny. *Jurnal Ilmiah Matematika*, 33-42.
- Astuti, H. J. (2007). Analisis Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model dan Important Performance Analysis Model). *Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 7(1), 1.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2021, Desember 17). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas

- Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Manajemen Pendidikan dan Ilmu Pendidikan Sosial*, 3(1), 214.
- Handayani, N. E., & Pratama, E. Y. (2018, Desember). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 6-7.
- Hunt, Shores, K., Scott, David, Richardson, & Sarah. (2003). Positioning public recreation and park offerings using importance-performance. *Journal of Park and Recreation Administration*, 21(3), 1-21.
- Liburanyuk. (2019, April 29). LiburanYuk! Retrieved from <https://liburanyuk.co.id/>:
<https://liburanyuk.co.id/curug-pulosari-pajangan-bantul/>
- Nurlaeli, N. (2019, Agustus). Kualitas Layanan Pendidikan Lembaga Kursus Terhadap Kompetensi Lulusan Berdasar Pada Status Akreditasi Lembaga. *Indonesian Journal of Adult and Community Education*, 1(1), 54.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Rahayu, S., & Wati, L. N. (2018, Maret). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 8(2), 120.
- Setiawan, E. (2006, April). Modified Ipa - Ii Sebagai Upaya Identifikasi Potensi Perbaikan Di Institusi Pendidikan Tinggi. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 74.
- Sugeng Arianto, M. (2022). Perkembangan Pariwisata D.I. Yogyakarta. D.I. Yogyakarta: Badan Pusat Statistika.
- Yulianti, E., & Umbara, T. (2021, Oktober). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis. *Jurnal TEKNOIF*, 8(2), 79.