

## PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PRAMUWISATA LOKAL DI *HIDDEN CANYON* BEJI GUWANG, KABUPATEN GIANYAR BALI

Ester Dewi Maria Purba<sup>1\*</sup>, Ni Made Oka Karini<sup>1</sup>, I Ketut Suwena<sup>1</sup>

1. Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Denpasar Bali

\*E-mail : Esterdewip@gmail.com

### ABSTRACT

*Tour guide has a very important role in tourism activities. Can be seen from the function of a tour guide that is as an informers that tourists need in tourist destinations. The purpose of this research is to find out how the tourist perception toward local tour guide's service quality in Hidden Canyon Beji Guwang, Gianyar regency, Bali. Data collection techniques used in this research are observation, interview, questionnaire and literature study. In determining the sample this research using accidental samplings by distributed questionnaires to 85 respondents. The analysis used is descriptive quantitative. There are two types of respondents domestic tourists amounted to 27 and foreign tourists amounted to 58. This research uses five variables and consists of seventeen indicators. The result of this research is the perception of tourists as a whole can be concluded, tourist perception toward local tour guide's service quality in Hidden Canyon Beji Guwang, Gianyar regency, Bali is already very good.*

**Keywords :** *tourist perception, quality of services, tour guide.*

### PENDAHULUAN

Pulau Bali merupakan salah satu destinasi andalan yang tiap tahunnya mampu menarik banyak wisatawan untuk berkunjung. Bali sudah sangat dikenal wisatawan baik keindahan pantainya, keunikan budayanya, maupun keramahan masyarakatnya yang mampu menarik wisatawan agar mengunjungi pulau dewata. Selain itu, banyak jenis wisatawan yang bisa dilakukan di pulau Bali, hal ini juga menjadi salah satu alasan mengapa wisatawan tidak pernah bosan untuk berkunjung ke Bali.

Dari delapan kabupaten dan satu kota madya di Provinsi Bali ada satu objek wisata yang fokus mengembangkan daya tarik wisata alam yang dimiliki yaitu Guwang Sukawati, Kabupaten Gianyar. Selain terkenal dengan wisata budaya dan kesenian, Kabupaten Gianyar juga terkenal dengan wisata alam nya. Salah satunya ialah wisata alam *Hidden Canyon* Beji Guwang.

Adapun kunjungan wisatawan ke Daya tarik wisata alam *Hidden canyon* Beji Guwang dapat dilihat pada tabel 1 tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan ke *Hidden Canyon* Beji Guwang.

**Tabel 1. Kunjungan Wisatawan ke *Hidden Canyon* Beji Guwang pada Bulan Oktober 2016- bulan Mei 2017**

tahun	Jumlah Kunjungan	
2016	Oktober	2.104
	September	2.251
	desember	2.406
2017	Januari	3.184
	Februari	1.808

Maret	2.630
April	2.652
Mei	2.703
<b>Jumlah</b>	<b>22.368</b>

Sumber : Badan Pengelola *Hidden Canyon* Beji Guwang

Berdasarkan data pada tabel 1 tingkat kunjungan wisatawan ke *Hidden Canyon* beji Guwang dapat dikatakan mengalami peningkatan tiap bulannya. Peningkatan kunjungan yang paling banyak dapat dilihat dari kunjungan wisatawan pada tahun 2017 di bulan januari yaitu sebanyak 3.184 wisatawan. namun pada tahun february sebaliknya mengalami penurunan menjadi 1.808 hal ini disebabkan kondisi cuaca pada bulan february saat itu mendung dan hujan. Walaupun demikian jumlah kunjungan wisatawan ditahun sebelumnya mengalami peningkatan dan pada bulan selanjutnya kunjungan juga mengalami peningkatan.

Dalam pengembangan wisata alam *Hidden Canyon* Beji Guwang tidak terlepas beberapa sektor yaang didalamnya terdapat berbagai jenis jasa yang mendukung kegiatan pariwisata yang ada di *Hidden Canyon* Beji Guwang yaitu, seperti transportasi, akomodasi, agent perjalanan, restaurant dan lain-lain. Salah satu sektor yang sangat penting untuk terlibat dalam kegiatan pariwisata yang ada di *Hidden Canyon* yaitu pramuwisata.

Pramuwisata merupakan salah satu bagian penting yang selalu terlibat dalam kegiatan kepariwisataan. Hal itu dapat dilihat dari fungsi seseorang pramuwisata yang menjadi pemberi informasi dan pemandu wisata yang diperlukan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. seorang wisatawan sangat memerlukan pramuwisata karena wisatawan melakukan perjalanan ke daerah asing, sudah tentu mereka belum banyak mengetahui daerah tujuannya. Untuk mempermudah perjalanan seorang wisatawan maka diperlukan seorang pramuwisata yang sudah sangat mengetahui daerah tujuan yang akan dikunjungi.

Disamping memberikan informasi dan petunjuk kepada wisatawan seorang pramuwisata juga menjadi perwakilan dari suatu daerah wisata karena pramuwisata adalah orang yang akan selalu menemani wisatawan di destinasi wisata. Baik buruknya kesan wisatawan terhadap suatu destinasi wisata sangat ditentukan oleh sikap dan perilaku pramuwisata dalam menemani wisatawan.

Kualitas pelayanan pramuwisata merupakan salah satu aspek yang sangat penting karena hal itu sangat menentukan apakah

wisatawan tersebut puas atau tidak dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu kualitas pelayanan sangat krusial dalam mempertahankan wisatawan untuk tinggal dalam waktu yang lebih lama. Inilah yang kemudian menarik, khususnya tentang keberadaan pramuwisata lokal *Hidden Canyon* Beji Guwang yang menangani seluruh kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan yang berkunjung ke wisata alam *Hidden Canyon* Beji Guwang. Dengan adanya pramuwisata lokal akan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan wisatawan dalam memperoleh informasi. oleh sebab itu, penting dilakukan sebuah penelitian untuk mengetahui bagaimana persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan pramuwisata lokal yang ada di *Hidden Canyon* Beji Guwang.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Tinjauan Tentang Persepsi

Menurut Simamora (2000), terdapat dua sumber persepsi, antara lain, persepsi langsung dan tidak langsung. Persepsi tidak langsung terbentuk dari media yang dipergunakan oleh produsen dalam memperkenalkan produknya, dapat berupa suara manusia, kata-kata indah dan angka-angka cetakan di media massa. Sedangkan persepsi langsung terbentuk dari indera penglihatan, pendengaran, pembauan, pencicipan, dan perasa.

Dalam konteks pemasaran, persepsi merupakan pandangan seseorang terhadap suatu produk. Persepsi positif akan mendorong seseorang untuk membeli produk, sedangkan persepsi negatif akan mendorong seseorang untuk tidak membeli produk (Rusmini, 2001).

Menurut Bimo Walgito pengertian persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh penginderaan yaitu merupakan proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris.

Menurut Slameto (2010:102) persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu

indera pengelihat, pendengar, peraba, perasa dan pencium.

Menurut Robbins (2003:97) yang mendeskripsikan bahwa persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian di analisa (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah pandangan seorang wisatawan terhadap pelayanan intangible dan tangible yang diberikan oleh pramuwisata.

### Tinjauan Tentang Pramuwisata

Secara umum pengertian pramuwisata atau (*tour guide*) adalah seseorang yang dibayar untuk menemani wisatawan dalam perjalanan, berkunjung melihat serta menyaksikan objek dan atraksi wisata. Dalam *The Shorter Oxford English Dictionary On Historical Principle*, vol.1 dijelaskan pengertian sebagai berikut: “*In general of the term the tour guide is person who is hired to conduct a traveller or tourist and to point out object of interest*”.

Dari sudut pandang wisatawan, pramuwisata adalah seorang yang bekerja pada suatu Biro Perjalanan atau suatu kantor pariwisata (*tourist office*) yang bertugas memberikan informasi petunjuk secara langsung kepada wisatawan sebelum dan selama perjalanan wisata berlangsung.

Dalam *Internasional Travel Dictionary* yang diterbitkan oleh *the Academic Internationale du tourism of Monte Carlo Prinpality of Monaco*, pengertian pramuwisata dijelaskan sebagai berikut : “*From the tourist point of view, the tour guide is person employe, either directly, by the traveller, and official or private tourist organisation or travel agent to inform directly and advice the tourist before and during his journey*”.

Sesuai dengan batasan tersebut maka tugas seorang pramuwisata mencakup kegiatan berikut, menuntun, memimpin, memberi penjelasan dan penerangan, petunjuk atau advis kepada anggota rombongan wisatawan selama perjalanan wisata berlangsung. (Yoeti, 2000: 10).

Muhajir (2005: 45) mengemukakan batasan yang dimaksud dengan pramuwisata adalah seorang yang dibayar untuk menemani wisatawan dalam perjalanan, mengunjungi, melihat dan menyaksikan serta memberikan informasi tentang objek wisata dan berbagai bantuan lain yang diperlukan wisatawan sebelum dan selama perjalanan berlangsung.

### Tinjauan Tentang Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2012). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara atau perolehan dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk/tidak sesuai dengan harapan konsumen. Selanjutnya menurut Kotler (2004) kualitas pelayanan merupakan bentuk persepsi konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected sevice*). Apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah dibentuk dapat mendorong konsumen melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia

Kualitas Pelayanan (presepsi wisatawan terhadap pelayanan yang diterima) Parasuraman dalam Tjiptono (2006), Zcithaml dan Bitnes (2004). Menurut Philip Kotler (2000 : 440) dalam Buchari Alma (2007:284) terdapat lima determinan kualitas disingkat dengan TERRA yaitu :

1. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat lancer.
2. *Emphaty* yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara probadi kepada pelanggan.
3. *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu prelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.
4. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat dan konsisten.
5. *Assurance* (kepastian) yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan

keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

### Tinjauan Tentang Wisatawan

Menurut Marpaung (dalam Dewi chandra 2006 : 19) *World Tourim Organisation (WTO)* memberikan definisi sebagai berikut :

1. Pengunjung adalah setiap orang yang berkunjung ke suatu negara lalu ia mempunyai tempat kediaman, dengan melakukan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh negara yang dikunjunginya.
2. Wisatawan adalah orang yang bertenpat tinggal disuatu negara yang tanpa memandang kenegaraannya berkunjung kesuatu tempat pada negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam.
3. Darma wisata atau excursionist adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di negara yang dikunjunginya, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar, namun tidak termasuk para pesiar yang memasuki negara secara ilegal. Contohnya orang yang hanya tinggal transit dipelabuhan udara.

### METODE

Penelitian ini dilakukan di Provinsi Bali, Kabupaten Gianyar yaitu pada daya tarik wisata *Hidden Canyon* Beji Guwang. Metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti yaitu seperti lokasi dan situasi dari Pramuwisata lokal yang ada di *Hidden Canyon* Beji Guwang dan cara kerja pramuwisata selama memandu wisatawan. selain itu, mengadakan tanya jawab atau wawancara langsung dengan pihak pengelola untuk mengetahui kedalaman informasi mengenai daya tarik wisata *Hidden Canyon* Beji Guwang serta menyebarkan 85 kuisisioner kepada wisatawan. penelitian ini menggunakan rancangan sampel *accidental samplings* (sugiyono,1999). Dalam penyebaran kuisisioner kepada responden dilakukan dengan pengambilan anggota sampel ditentukan secara sesuka hati atau secara kebetulan dan sifatnya subjektif, artinya siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dapat dipilih sebagai anggota sampel bila yang bersangkutan dipandang mampu memberikan informasi yang berhubungan dalam penelitian (sugiyono,1999).

Adapun variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan seorang pramuwisata (Philip Kotler dalam Supranto 2006 : 231) yang dijadikan persepsi oleh wisatawan yaitu :

1. Bukti Langsung (*tangible*), penampilan fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.
2. Empati (*emphaty*), syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi pada pelanggan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), kemauan untuk membantu wisatawan dan memberikan jasa dengan cepat.
4. Keandalan (*reliability*), kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat.
5. Jaminan(*assurance*), pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan metode yang telah ditetapkan yaitu metode kuantitatif dan kualitatif maka hasil penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut. Berdasarkan hasil kuisisioner dapat digambarkan bahwa persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan pramuwisata di *Hidden Canyon* Beji Guwang adalah sangat baik. Wisatawan merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan pramuwisata lokal di *Hidden Canyon*. hal tersebut dapat dilihat dari rata-rata skor yang diperoleh pada setiap variabel yang ditanyakan kepada wisatawan. pada variabel bukti langsung (*tangibles*), terdapat tiga indikator dan didapatkan total skor sebesar 13,34 dengan rata-rata skor yaitu sebesar 4,44. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa ketiga indikator tersebut mendapatkan nilai yang sangat baik. Pada variabel empati (*Emphaty*), terdapat tiga indikator. Dari ketiga indikator diperoleh total skor sebesar 14,38 dengan rata-rata skor sebesar 4,79. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa ketiga indikator tersebut mendapatkan nilai yang sangat baik. Dengan demikian, maka kualitas pramuwisata pada variabel empati (*emphaty*) rata-rata sudah sangat baik pada wisatawan. Pada variabel responsive (*responsivness*), terdapat empat indikator dan didapatkan total skor sebesar 19,05 dengan rata-rata skor dari keempat indikator sebesar 4,76. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa keempat indikator tersebut mendapatkan nilai yang sangat baik. Sedangkan Pada variabel keandalan (*reability*), terdapat tiga indikator dengan hasil tersebut didapatkan total skor sebesar 14,16 dengan rata-rata dari

keempat indikator sebesar 4,72. Dari hasil tersebut maka kualitas pramuwisata pada variabel keandalan (*reability*) rata-rata sudah sangat baik pada wisatawan. Dan pada variabel jaminan (*assurance*), terdapat empat indikator dan didapatkan total skor sebesar 18,9 dan rata-rata skor dari keempat indikator sebesar 4,72. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa keempat indikator tersebut mendapatkan nilai yang sangat baik.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Dari kelima variabel didapatkan total skor penilaian sebesar pada variabel bukti langsung (*tangibles*), total skor sebesar 13,34 dengan rata-rata skor yaitu sebesar 4,44. Pada variabel empati (*Emphaty*), terdapat tiga indikator. Diperoleh nilai 14,38 dengan rata-rata skor sebesar 4,79. Pada variabel responsive (*responsivness*), terdapat empat indikator dan didapatkan total skor sebesar 19,05 dengan rata-rata skor sebesar 4,76. Pada variabel responsive (*responsivness*), terdapat empat indikator . didapatkan total skor sebesar 19,05 dengan rata-rata skor dari keempat indikator sebesar 4,76. Dan pada variabel jaminan (*assurance*), terdapat empat indikator dan didapatkan total skor sebesar 18,9 dan rata-rata skor dari keempat indikator sebesar 4,72. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa kelima variabel tersebut mendapatkan nilai yang sangat baik.

### Saran

Saran penelitian lanjutan dapat mengadopsi model ini dengan menambah jumlah responden, membedakan wisatawan berdasarkan geografinya, bahasa yang digunakan pada kuisioner sesuai dengan kebangsaan responden.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Arya . 2005. "Analisis Kualitas Pelayanan Pramuwisata Terhadap Wisatawan Jepang Pada Paradise Bali Tour And Travel di Badung 2015". Jurnal. Unpad
- Arikunto, Suharsisni. 1992. Prosedur Penenlitian Pendekatan Praktek. Jakarta: Roda Jaya Offset.
- Annonim.2016. *Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik dan Mancanegara ke Bali*. Dinas pariwisata Provinsi Bali
- Azwar, S. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Debora, Vera. 2009. Pengaruh Pelayanan Pramuwisata Terhadap Kunjungan Wisatawan ke Istana Maimoon. Jurnal. Universitas Indonesia.
- Kariya ], I Wayan.2014. *Analisis Kualitas Pelayanan Room attendant Terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan di Bali Mandira Beach Resort and Spa Legian Bali*. Skripsi Unud.
- Kusumayadi, Endar Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Marpaung, Happy. 20002. Pengetahuan Kepariwisataaan. Edisi Kedua. Bandung : Alfabeta.
- Muhajir. 2005. Menjadi Pemandu Wisata Pemula. Jakarta: PT. Grasindo.
- Randal carleigh.2008. "Visitor Perception Of The Role Of Tour Guide In Natural Areas". *Journal of Sustainable Tourism , volume 14, Number3*.
- Rakhmat.2007. Persepsi dalam proses belajar mengajar. Jakarta : Rajawali Pers.
- Rasnadi, I Made. 2002. "*Persepsi Wisatawan Terhadap Keberadaan Pramuwisata Khusus Di Daya Tarik Wisata Pura Besakih Kecamatan Rendang Kabupaten Karangasem*" (Sebuah Laporan Akhir). Denpasar: Program Studi Pariwisata Universitas Udayana.
- Salazar ,Noel. 2005. *Tourism and Globalization Local Tour Guiding*. Annals Tourism Research , volume 32, Number3.
- Soekadijo.2000. anatomi Pariwisata. Jakarta :Gramedia
- Sugiyono.2015. Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D. Cetakan kKetigabelas. Bandung. Alfabeta
- Suwantoro, Gamal. 2001. Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Penerbit Angkasa
- Yoeti, Oka, A. 1999. Psikologi Pelayanan Wisata. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yoeti, Oka, A. 2000. Guiding System. Edisi Keempat. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.