

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI MBA *TOUR & TRAVEL*

Putu Putri Susanti
I Nyoman Sudiarta
I Made Kusuma Negara
E-mail : putriie_lila@yahoo.com
PS. S1 Industri Perjalanan Wisata
Fakultas Pariwisata UNUD

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the level of tourist satisfaction with services provided by the MBA Tour & Travel by analyzing the performance of employees and the results that the comparison of performance and the importances of the suitability to be used to determine priorities and scale repair services tourist satisfaction. The method used in this study was accidental sampling SPSS analysis which multiply 5 to 10 of the 15 indicators in order to get 75 respondents. The analysis technique used is quantitative descriptive analysis assisted by Likert scale with Cartesian diagram to determine the position of an indicator. The average data processing performance that is equal to 2.66 and the average of average importance rate of 3.47 with 77% of conformity was concluded that tourists feel quite satisfied with the services provided by the MBA Tour & Travel.

Keyword : Tourism, Tourist Satisfaction, Service Quality.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, pariwisata memegang peranan yang penting di Indonesia sebagai daya tarik minat wisatawan datang mengunjungi destinasi di Indonesia. Pariwisata juga merupakan penghubung untuk mendekatkan diri dengan destinasi wisata dan orang lain.

Pariwisata juga dapat menunjang ekonomi negara. Dengan peranan pariwisata yang penting ini, banyak pengusaha yang mendirikan perusahaan yang mendukung kepariwisataan di Indonesia.

Banyaknya persaingan industri pariwisata di Indonesia mengharuskan pengusaha selalu mengetahui yang dibutuhkan wisatawan dan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan agar bisa ditingkatkan.

Perusahaan akan dikatakan berhasil dalam menarik wisatawan yang sudah menjadi pelanggan tetap apabila perusahaan tersebut sudah memuaskan wisatawan

dengan produk yang dijual. Dengan rasa kepuasan wisatawan akan memunculkan banyak manfaat bagi perusahaan seperti adanya komunikasi mulut ke mulut yang dilakukan wisatawan dan rasa percaya wisatawan kepada perusahaan untuk memberikan keputusan pembelian produk tersebut.

Kepuasan wisatawan menunjukkan harapan dari sebuah perusahaan sudah tercapai karena wisatawan berharap kinerja perusahaan sesuai harapan dan perusahaan berharap pelayanan yang diberikan memuaskan. Sehingga timbal balik dari kegiatan pariwisata ini memberikan kesan yang baik.

Pelayanan yang baik dilihat dari cara memberikan informasi yang lengkap dan terpercaya. Dalam pariwisata di Indonesia sebuah *travel agent* menjadi salah satu industri yang penting karena *travel agent* akan memberikan pelayanan langsung kepada wisatawan dalam menangani

perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan selama di daerah tujuan wisata. Pihak perusahaan melakukan komunikasi langsung kepada wisatawan dengan memasarkan produknya hingga melakukan pembelian produk tersebut.

Bali merupakan daerah yang ramai dikunjungi wisatawan mancanegara dan domestik sehingga banyak *travel agent* di Bali dengan memberikan pelayanan kepada wisatawan. Banyak lokasi yang strategis untuk mendirikan sebuah *travel agent* dilihat dari banyaknya wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata, terutama daerah Kuta yang merupakan daerah kecil yang paling banyak wisatawannya. Sehingga pihak perusahaan juga memiliki strategi lain dengan membangun *counter* untuk menjalankan penjualan. Salah satu *travel agent* yang banyak diminati oleh wisatawan adalah *MBA Tour & Travel*. Adapun data yang diperoleh mengenai jumlah wisatawan yang menggunakan jasa *MBA Tour & Travel* seperti yang tertera pada tabel berikut :

Tabel 1
Kunjungan wisatawan pada *MBA Tour & Travel*
Tahun 2007-2011

Tahun	Jumlah Wisatawan	Pertumbuhan
2007	25.873	19,5%
2008	26.779	20,2%
2009	27.873	21,0%
2010	24.896	18,8%
2011	26.990	20,4%
Jumlah	132.411	99,9%

Sumber : *MBA Tour & Travel*, 2012

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa pelanggan yang menggunakan jasa *MBA Tour & Travel* mengalami fluktuasi yang disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan. Pada tahun 2007 mengalami kenaikan sampai tahun 2009, namun pada tahun 2010 mengalami penurunan menjadi 18,8% dan pada tahun 2011 mengalami kenaikan namun tidak melebihi puncak pertumbuhan pada tahun 2009. Untuk mengetahui penyebab dari fluktuasi tingkat kunjungan wisatawan, perlu dilakukan penelitian tentang kepuasan

wisatawan terhadap kunjungan wisatawan ke *MBA Tour & Travel*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada *MBA Tour & Travel* yang berlokasi di seputaran pantai Kuta. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Mustaq Ahmad Bhat (2013) memiliki persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang kepuasan wisatawan, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi dan alat ukur yang digunakan. Penelitian oleh Yiqian Peng (2013) yang membahas tentang kepuasan wisatawan dengan menggunakan skala likert sebagai alat ukur, namun perbedaannya dengan penelitian sekarang adalah pada teknikanalisis yang digunakan SPSS regresi- korelasi.

Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada wisatawan domestik dan mancanegara yang mengunjungi *MBA Tour & Travel*, kepustakaan serta dokumentasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* atau pengambilan sampel secara acak dengan menggunakan model analisis kinerja dan kepentingan yaitu mengkalikan indikator pertanyaan dengan 5 sampai 10. Dengan demikian jumlah yang dijadikan sampel sebanyak 75 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dibantu dengan skala likert 5 tingkatan sehingga diketahui letak / posisi indikator menjadi sebuah poin yang diprioritaskan, diagram kartesius menentukan posisi sebuah poin pertanyaan dan tingkat kesesuaian menentukan prioritas poin pertanyaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis mengenai 15 faktor kualitas pelayanan perusahaan terdapat 2 buah variabel yaitu X merupakan penilaian terhadap kinerja karyawan pada *MBA Tour & Travel* dan Y merupakan tingkat kepentingan pelayanan pada *MBA Tour & Travel* bagi wisatawan. Setelah dihitung menggunakan rumus *importance-performance analysis* dan diperoleh tingkat kesesuaian akan menghasilkan persentase wisatawan mengenai kepuasan pelayanan jasa pada

MBA *Tour and Travel*. Berikut disajikan hasil analisisnya :

Tabel 2
Rata – rata perhitungan dari kinerja dan kepentingan pada faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan di *MBA Tour & Travel*

No	Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan	\bar{X}	\bar{Y}	\bar{X}	\bar{Y}
1	Kesesuaian pegawai dalam berseragam	184	248	2.45	3,31
2	Kebersihan <i>Counter</i>	188	257	2.50	3,43
3	Fasilitas yang mendukung kegiatan di <i>counter</i>	191	257	2.54	3,43
4	Keahlian pegawai berkomunikasi dan meyakinkan wisatawan	191	256	2.54	3,41
5	Keluweasan pegawai menginformasikan produk kepada wisatawan	199	256	2.65	3,41
6	Pegawai memberi bantuan ketika wisatawan mengalami kesulitan	205	263	2.73	3,51
7	Kemampuan operator memberi pelayanan reservasi <i>tour</i>	205	262	2.73	3,49
8	Ketepatan waktu dalam penjemputan wisatawan	205	263	2.73	3,51
9	Kemampuan <i>driver</i> dan <i>guide</i> selama melakukan perjalanan	206	259	2.74	3,45
10	Kemampuan karyawan dalam memenuhi permintaan wisatawan	204	255	2.72	3,4

	saat melakukan reservasi <i>tour</i>				
11	Kemampuan <i>driver</i> dan <i>guide</i> memenuhi permintaan wisatawan selama perjalanan	214	256	2.85	3,41
12	Sambutan yang ramah dan sopan dari pegawai kepada wisatawan	216	265	2.88	3,53
13	Keahlian pegawai menjalankan tugas masing – masing	202	272	2.69	3,63
14	Keamanan selama menggunakan <i>MBA Tour & Travel</i>	196	266	2.61	3,55
15	Kepercayaan wisatawan terhadap produk yang ditawarkan <i>MBA Tour & Travel</i>	197	265	2.62	3,53
Rata – rata		3003	3900	2.65	3,47

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Pada tabel 2 dapat dilihat rata- rata dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan mengenai kepuasan wisatawan dengan hasil rata- rata dari keseluruhan tingkat kinerja sebesar 2.65 dan rata – rata dari keseluruhan tingkat kepentingan sebesar 3.47.

Berikut merupakan tingkat kesesuaian masing-masing indikator yang merupakan hasil dari perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan yang digunakan untuk menentukan skala prioritas layanan dan perbaikan mencapai kepuasan pelanggan :

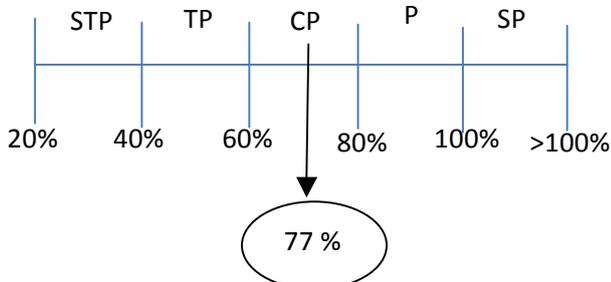
Tabel 3
Tingkat Kesesuaian Indikator yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan

No	Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan	TKI (%)	KET
1	Kesesuaian pegawai dalam berseragam	74.19	CP
2	Kebersihan <i>Counter</i>	73.15	CP

3	Fasilitas yang mendukung kegiatan di <i>counter</i>	74.31	CP
4	Keahlian pegawai berkomunikasi dan meyakinkan wisatawan	74.60	CP
5	Keluwesannya pegawai menginformasikan produk kepada wisatawan	77.73	CP
6	Pegawai memberi bantuan ketika wisatawan mengalami kesulitan	77.94	CP
7	Kemampuan operator memberi pelayanan reservasi <i>tour</i>	78.24	CP
8	Ketepatan waktu dalam penjemputan wisatawan	77.94	CP
9	Kemampuan <i>driver</i> dan <i>guide</i> selama melakukan perjalanan	79.53	CP
10	Kemampuan karyawan dalam memenuhi permintaan wisatawan saat melakukan reservasi <i>tour</i>	80	P
11	Kemampuan <i>driver</i> dan <i>guide</i> memenuhi permintaan wisatawan selama perjalanan	83.59	P
12	Sambutan yang ramah dan sopan dari pegawai kepada wisatawan	81.50	P
13	Keahlian pegawai menjalankan tugas masing – masing	74.26	CP
14	Keamanan selama menggunakan <i>MBA Tour & Travel</i>	73.68	CP
15	Kepercayaan wisatawan terhadap produk yang ditawarkan <i>MBA Tour & Travel</i>	74.33	CP
Rata – rata		77	CP

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

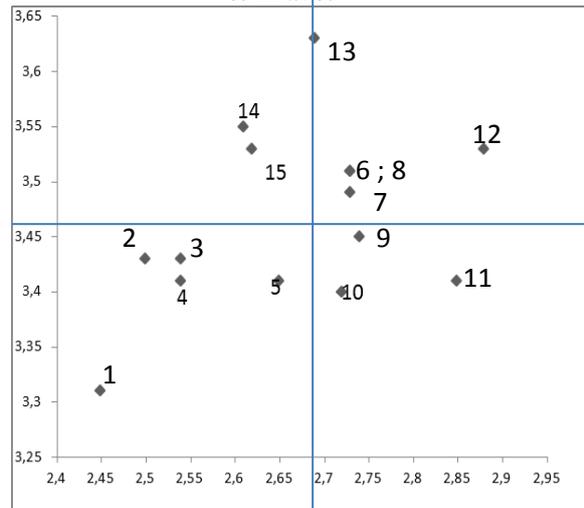
Pada tabel 3 dapat dilihat persentase tanggapan responden masing – masing item berdasarkan tingkat kesesuaian setiap elemen kualitas pelayanan, dapat diukur sebagai berikut :



Dapat dilihat bahwa rata – rata tingkat kesesuaian dari keseluruhan indikator adalah 77% dengan kategori cukup puas. Selanjutnya akan dibantu dengan diagram kartesius untuk mengetahui posisi dari poin –

poin pertanyaan yang menjadi indikator dengan menjadikan rata- rata dari rata – rata kinerja dan kepentingan sebagai dasar menggambarkan diagram tersebut.

Gambar 1
Diagram kartesius dari faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan di *MBA Tour & Travel*



Sumber : hasil pengolahan data 2012

Dari hasil pengolahan data diagram kartesius dapat dijelaskan sebagai berikut :

Kuadran A

Penanganannya perlu diprioritaskan. Sangat penting bagi wisatawan tetapi pelaksanaannya belum memuaskan wisatawan :

- 1) Keamanan selama menggunakan *MBA Tour & Travel* (14)
- 2) Kepercayaan wisatawan terhadap produk yang ditawarkan *MBA Tour & Travel* (15)

Kuadran B

Pertahankan prestasi, karena tingkat kepentingan dan pelaksanaannya sudah memuaskan wisatawan

- 1) Karyawan memberikan bantuan ketika wisatawan mengalami kesulitan (6)
- 2) Kemampuan operator dalam memberi pelayanan reservasi *tour* (7)
- 3) Ketepatan waktu dalam penjemputan wisatawan (8)

- 4) Sambutan yang ramah dan sopan dari karyawan kepada wisatawan (12)
- 5) Keahlian karyawan menjalankan tugas masing – masing (13)

Kuadran C

Faktor yang dianggap kurang penting namun pelaksanaannya biasa.

- 1) Kesesuaian karyawan dalam berseragam (1)
- 2) Kebersihan *counter* (2)
- 3) Fasilitas yang mendukung kegiatan di *counter* (3)
- 4) Keahlian karyawan berkomunikasi dan meyakinkan wisatawan (4)
- 5) Keluwesan pegawai dalam memberikan informasi produk kepada wisatawan (5)

Kuadran D

Pelaksanaannya berlebihan dan wisatawan menganggap tidak terlalu penting dengan faktor ini. Namun pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik sehingga memuaskan wisatawan

- 1) Kemampuan karyawan dalam memenuhi permintaan wisatawan saat melakukan pemesanan (9)
- 2) Kemampuan *driver* dan *guide* memenuhi permintaan wisatawan selama perjalanan (10)
- 3) Kemampuan *driver* dan *guide* selama melakukan perjalanan (11)

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dalam persentase prioritas dalam kuadran A diperoleh 13,3%. Kuadran B merupakan faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya karena sudah sesuai dengan harapan wisatawan dan mendapat persentase 33,3%. Kuadran C yang merupakan faktor yang dinilai kurang penting oleh wisatawan akan tetapi dapat dilakukan dengan cukup baik oleh *MBA Tour & Travel* dan ditingkatkan terus setiap tahunnya. Faktor ini memperoleh persentasi sebesar 33,3%. Dan kuadran D yaitu faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh *MBA Tour & Travel* namun dinilai kurang penting oleh wisatawan, sehingga terkesan

berlebihan. Faktor ini memperoleh persentase sebesar 20%.

Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa wisatawan merasa puas dengan skor 77% terhadap pelayanan yang diberikan oleh *MBA Tour & Travel*.

Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang bermanfaat untuk *MBA Tour & Travel*.

1. Sebaiknya *MBA Tour & Travel* lebih memperhatikan keamanan untuk wisatawan dan keahlian pegawai dalam menyelesaikan pekerjaannya masing – masing dengan cara melakukan *briefing* sebelum memulai kegiatan, dan juga berusaha memunculkan kepercayaan wisatawan terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.
2. Hendaknya *MBA Tour & Travel* mempertahankan bahkan lebih meningkatkan kinerja dan mutu pelayanan terhadap faktor yang dianggap penting oleh wisatawan .
3. Seharusnya pihak *MBA Tour & Travel* dapat mengkaji ulang faktor yang dianggap berlebihan oleh wisatawan agar tidak terkesan memaksakan kehendak wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhat, Mustaq Ahmad & Nabina Qadir. 2013. "Torist Satisfaction In Kashmir : An Empirical Assessment". *International Journal*
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali
Made's Bali Adventure Tour & Travel 2012
- Peng, Yiqian. 2013. *Customer Satisfaction Of Mainland Chinese Tourist In Cairns Australia. International Journal*
- Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Erlangga : Jakarta