

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA ANJUNGAN DKI JAKARTA TAMAN MINI INDONESIA INDAH

Ryan Sebastian
I Made Kusuma Negara
I Putu Sudana

Email : ryannsebastiann@gmail.com
PS. S1 Industri Perjalanan Wisata
Fakultas Pariwisata UNUD

ABSTRACT

The title of this final report is “ Analysis Of service Quality In jakarta pavilion Taman Mini Indonesia Indah”. The background of this research is the decrease of service provide to tourist . Tourist destination should be able to give good service to the tourist. by giving good service, will creating satisfaction for tourist enjoying attraction and culture in the Jakarta pavilion Taman Mini Indonesia Indah

The target of this research is to know about perception of tourist to the service quality of staff or guide in the pavilion Jakarta . Kinds of that are used are qualitative and quantitative, data source are primary data and secondary data, data collection by observation, deep interview, questionnaire and literary study. Technic of data analysis that is used descriptive qualitative and likert scale analysis.

The result of the study is perception of tourist to the service quality of staff and guide in the Jakarta pavilion is netral which means is not good or not bad with average of all is 3,45 from 50 respondents.

The suggestion that can be given to the management of pavilion Jakarta the effort to the quality of service to improve the staff and guides quality in Jakarta pavilion.

Keywords : Analysis, Perception, and Service Quality.

PENDAHULUAN

Taman Mini Indonesia Indah merupakan suatu kawasan taman wisata bertema budaya Indonesia dalam bentuk miniatur sehingga pengunjung dapat dengan mudah melihat dan mengunjungi miniatur dari 33 provinsi yang ada di Taman Mini Indonesia Indah. TMII menjadi salah satu objek wisata favorit bagi warga Jakarta ini ditandai dengan banyaknya warga Jakarta yang datang ke TMII. TMII menjadi salah

satu primadona di Jakarta sebagai objek yang sering dikunjungi dengan banyaknya masyarakat yang datang ke TMII tidak menutup kemungkinan mereka berkunjung ke anjungan anjungan dan salah satunya adalah anjungan DKI Jakarta yang dibangun sebagai miniatur kota Jakarta. Anjungan DKI Jakarta berfungsi untuk memberikan informasi tentang seluruh kebudayaan dari kota Jakarta itu sendiri yang diperuntukan untuk wisatawan domestik maupun asing.

Wisatawan yang berkunjung tentunya mengharapkan kepuasan yang maksimal. Dengan membayar tiket masuk, mereka mengharapkan adanya kompensasi yang berupa pelayanan dari petugas yang ramah serta kepuasan ketika berkunjung.

Berada di Anjungan DKI Jakarta terlihat sekali petugas yang tidak mengucapkan salam kepada wisatawan dan minimnya petugas yang berada disekitaran anjungan, sehingga akan sulit sekali bagi wisatawan apabila ingin menanyakan informasi tentang anjungan.

Dengan permasalahan diatas, penulis ingin menganalisa tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke anjungan DKI Jakarta, terhadap pelayanan yang diberikan. Berdasarkan latar belakang tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi pelayanan menurut Kotler, (1994:36) adalah : “suatu aktifitas yang memberikan manfaat dan ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dalam bentuk tidak nyata (intangible) dan tidak menimbulkan pelayanan kepemilikan”.

Menurut Lovlok (2002:100) ada lima hal yang identik dengan jenis jasa yang memberikan kepuasan kepada konsumen, kelima hal tersebut adalah :

1. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa dan informasi secara akurat sesuai dengan yang disajikan. Artinya informasi yang tersedia merupakan informasi yang sesuai dengan sesungguhnya. Termasuk juga pelayanan yang diberikan oleh karyawan dikawasan objek tersebut.

2. *Responsiveness* (cepat tanggap)

Kemampuan untuk melayani dan menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Apabila terdapat masalah dalam pelayanan, maka konsumen harus dengan cepat mendapatkan penyelesaian

masalah. Demikian juga apabila terdapat komplain dari pihak konsumen

3. *Assurance* (jaminan)

Para karyawan harus memberikan pelayanan yang terjamin dan aman serta memiliki kemampuan untuk melayani dengan rasa percaya diri. Sehingga konsumen yang dilayani dapat dengan tenang menikmati atraksi wisatawan.

4. *Empathy* (empati)

Pelayanan yang diberikan harus benar benar memperhatikan konsumen dengan cara melayani sepenuh hati.

5. *Tangible* (kasat mata)

Kualitas fasilitas fisik, artinya fasilitas yang biasa terlihat secara kasat mata. Fasilitas yang tersedia di objek wisata harus dalam keadaan yang baik dan terawat. Konsumen tidak mau menikmati fasilitas pelayanan dari peralatan yang sudah rusak atau tidak terawat lagi.

Philip kotler, (1994) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang serta membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Anjungan DKI Jakarta di Taman Mini Indonesia Indah. Teknik penentuan sampel secara *accident sampling*. Teknik analisis data adalah analisis deskriptif kualitatif dengan metode skala sikap likert dan analisis statistik deskriptif yaitu menghitung *mean* mutu pelayanan lalu dibandingkan dengan nilai indikator pelayanan.

PEMBAHASAN

Anjungan DKI Jakarta merupakan salah satu objek wisata yang dikunjungi oleh wisatawan yang mengunjungi TMII, letaknya tidak jauh dari pintu utama, serta suasana yang nyaman dan bangunan yang mempunyai ciri khas betawi membuat

anjungan DKI Jakarta menarik untuk dikunjungi. Selain suasana yang nyaman wisatawan membutuhkan pelayanan yang memuaskan dari staff yang ada di anjungan DKI Jakarta.

Penelitian ini melakukan penyebaran angket untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan yang datang ke anjungan DKI Jakarta, jumlah responden yang turut membantu dalam memberikan tanggapannya adalah sebanyak 50 responden dari 50 angket yang disebar.

REKAPITULASI HASIL PENGOLAHAN DATA

No	Komponen penilaian	Rata-Rata
1	Kejelasan informasi yang disampaikan staff/pemandu	3,36
2	Staff / pemandu datang tepat pada saat anda butuhkan	3,28
3	Kemampuan staff untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul	3,20
4	Kecepatan staff dalam memberikan pelayanan	3,12
5	Keramahantamahan dan kesopanan staff kepada wisatawan	3,80
6	Rasa aman dan nyaman selama melakukan kunjungan	3,90
7	Kepekaan staf dalam menerima keluhan maupun pengaduan anda terhadap kebutuhan pelayanan	3,26
8	Pemberian pelayanan terhadap wisatawan tanpa pilih pilih (status sosial, tingkat pendidikan, dll)	3,86
9	penyediaan fasilitas (toilet, tempat makan, souvenir shop, perpustakaan, dll)	3,22
10	kebersihan, kenyamanan di anjungan DKI Jakarta	3,46

Total	34,46
-------	-------

Sumber: Hasil Penelitian, 2012.

Dengan demikian, diperoleh rata-rata kepuasan adalah sebesar : 3,45. Setelah nilai masing masing variabel diketahui selanjutnya nilai dibandingkan dengan nilai standar sebagai berikut :

1. Jika $1.00 \leq$ Nilai indikator ≤ 2.50 , artinya wisatawan mempunyai sikap yang negatif terhadap indikator yang bersangkutan.
2. Jika $2.51 \leq$ Nilai indikator ≤ 3.50 , artinya wisatawan mempunyai sikap yang netral terhadap indikator yang bersangkutan.
3. Jika $3.51 \leq$ Nilai indikator ≤ 5.00 , artinya wisatawan mempunyai sikap yang positif terhadap indikator yang bersangkutan. (Rangkuti, 2002)

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui angket yang disajikan pada tabel 4.1 ditemukan bahwa nilai indikator tingkat kepuasan wisatawan adalah 3,45. Jika dibandingkan dengan nilai standar yang ada angka 3,45 termasuk kedalam kategori netral artinya persepsi / pandangan / pendapat wisatawan terhadap 10 variabel / komponen pertanyaan, tingkat kepuasan secara keseluruhan tidak lebih baik dan tidak lebih buruk

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang merujuk pada lima dimensi pelayanan yang terdiri dari keandalan (*Realibility*), cepat tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*), kasat mata (*Tangible*). Penulis menarik kesimpulan, dari pengolahan data tersebut diketahui nilai rata rata keseluruhan adalah 3,45 sehingga terdapat 4 komponen dari 10 variabel yang nilainya diatas atau sama dengan rata rata, antar lain :

1. Rasa aman dan nyaman selama melakukan kunjungan

2. Pemberian pelayanan terhadap setiap wisatawan tanpa pilih pilih (status sosial, tingkat pendidikan, dll)
3. Keramahtamahan dan kesopanan staff / pemandu kepada wisatawan
4. Kebersihan dan kenyamanan di anjungan DKI Jakarta

Dan terdapat 6 komponen yang nilai nya dibawah rata rata keseluruhan, yaitu :

1. Kejelasan informasi yang disampaikan staff / pemandu
2. Staff / pemandu datang tepat pada saat anda dibutuhkan
3. Kepekaan staff / pemandu dalam menerima keluhan maupun pengaduan anda terhadap kebutuhan pelayanan
4. Penyediaan fasilitas (toilet, tempat makan,souvenir shop,perpustakaan dll)
5. Kemampuan staff / pemandu untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul
6. Kecepatan staff dalam memberikan pelayanan.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada pihak anjungan DKI Jakarta, yaitu :

1. Sebaiknya meningkatkan kualitas SDM pada staff dari anjungan DKI Jakarta.
2. Sebaiknya meningkatkan sarana prasarana yang ada di anjungan DKI Jakarta
3. Sebaiknya memperbanyak koleksi didalam anjungan DKI Jakarta
4. Sebaiknya memperbanyak kegiatan kesenian jakarta seperti festival kesenian agar lebih menarik wiatawan untuk datang ke anjungan DKI Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 1994. *Marketing Jilid I*. PhinecheInc England.
- Lovlok, Cristopher and Lauren Wright. 2002. *Principles of Service Marketing*

and Management, 2nd Edition. New Jersey : Pearson Education.

Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Satisfaction*. Jakarta : PT. Gramedia Utama.