

Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Dkandangan Amazing Farm

**Muhammad Hafiz Mulya¹, Jhon Irvan F.Hutahean², Adam Bina Isyba J³,
Arsyaf Rizal⁴**

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, Jakarta

E-mail: hafizmulya93@gmail.com¹, Irvanhutahaeanhutahaean@gmail.com²,
adamjhanufa02@gmail.com³, Arsyefrizal@gmail.com⁴

Abstrak

Pariwisata merupakan aspek penting dalam mengembangkan tempat wisata yaitu dengan mendorong serta berkontribusi untuk mencapai kesejahteraan khususnya kepada masyarakat dan destinasi wisata paket wisata di d'kandang amazing farm saat ini kurang tertarik/belum banyak yang mengetahui informasi tersebut sehingga kurang minatnya wisatawan berkunjung ke d'kandang amazing farm. Tujuan penelitian ini adalah Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung untuk mengembangkan kualitas pelayanan dipaparkan. dengan menawarkan variasi harga yang realistis untuk umum sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke dakndang Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah dengan cara melakukan observasi secara langsung di Obyek dkandangan dan melakukan wawancara dengan beberapa informan yang dapat memberikan data dan fakta yang akurat serta menggunakan studi pustaka dan dokumen untuk mendapatkan data data pendukung yang mempunyai keterkaitan dengan topik ini dan juga persebaran kuesioner . Setelah data yang diperoleh terkumpul, baru kemudian dilakukan analisa data dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah dengan menjadikan kualitas pelayanan peran utama dengan menawarkan paket wisata yang menjadi tiga pilihan yaitu paket zona virtual,zona libur nasional, zona wisata atraksi serta dengan menggunakan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga menciptakan kenyamanan serta kepuasan yang menarik sehingga wisatawan mendapatkan daya tarik pada susunan paket wisata terutama pada kualitas pelayanan di kandangan.

Kata Kunci: *Ekowisata, Analisis Kualitas Pelayanan.*

Abstract

Tourism is an important aspect in developing tourist attractions, namely by encouraging and contributing to achieving prosperity, especially for the community and tourist destinations. The tour packages at d'kandang amazing farm are currently less interested / not many people know about this information so that tourists are less interested in visiting d'kandang amazing farms. The purpose of this research is to analyze the service quality of visitor satisfaction to develop service quality is presented. by offering realistic price variations to the public so that it can attract tourists to visit dakndang The method used in collecting data is by conducting direct observations at the dkandangan object and conducting interviews with several informants who can provide accurate data and facts and use studies libraries and documents to obtain supporting data related to this topic as well as the distribution of questionnaires. After the data obtained were collected, then data analysis was carried out using quantitative descriptive analysis. The results of this study are to make service quality the main role by offering tour packages into three choices, namely virtual zone packages, national holiday zones, tourist attractions zones and by using the quality of services provided so as to create comfort and attractive satisfaction so that tourists get attractive. on the arrangement of tour packages, especially on the quality of service in the cage.

Keywords : *Ecotourism, Analysis Of Service Quality.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sector dibuktikan bahwa sektor pariwisata yang mempunyai peran besar dalam sebagai penyumbang devisa negara, selain perekonomian. Pariwisata merupakan salah itu pariwisata juga memperluas lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah serta bertujuan untuk memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluative konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya dimensi pelayanan menurut ahli Parasuraman(1988:23). Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian.

Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang. Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak. Perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu cara perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggannya yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya agar mendapatkan simpaty serta daya Tarik sendiri untuk wisatawan dalam analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung kami sebagai peneliti memiliki rumusan masalah yang terdiri dari Bagaimana Penerapan kualitas pelayanan di d'kandang untuk memberikan kepuasan terhadap pengunjung. Bagaimana respon pengunjung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. sebelum menentukan permasalahan terdapat pengertian dasar kualitas pelayanan dalam kajian Pustaka yang terdiri dari :

1. Intangibility (Tidak Dapat Dilihat, Dirasakan).

Jasa bersifat intangibility artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum pelanggan mencoba atau membeli. Karena sifat jasa ini perusahaan jasa menghadapi tantangan untuk memberikan bukti-bukti fisik dan perbandingan pada penawaran abstraknya.

2. Inseparability (Tidak Dapat Dipisahkan)

Jasa pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dari penyedia. Hal ini bisa dilihat dari faktor-faktor pendukung yang tidak kalah pentingnya dalam pemberian perhatian khususnya pada tingkat partisipasi atau keterlibatan pelanggan dalam proses jasa misalnya aktivitas dan peran serta pelajar atau mahasiswa dalam pendidikan di sekolah maupun di perguruan tinggi.

3. Variability (Keragaman)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non standardized output artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Dalam hal ini penyedia jasa dapat menggunakan tiga pendekatan dalam pengendalian kualitas jasa yaitu: Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personalia yang baik melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa. Dalam hal ini dapat dilakukan dalam diagram jalur dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor potensial yang dapat menyebabkan kegagalan dalam jasa. Memantau kepuasan pelanggan melalui sistem sarana dan keluhan survey pelanggan sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi.

4. Perishability (Tidak Tahan Lama)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan dan jasa sangat bervariasi dalam melakukan pemasaran jasa yang dipengaruhi faktor musiman. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen kualitas dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan bahwa kualitas adalah karakteristik produk atau jasa yang di tentukan oleh pemakai dan di peroleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori.,metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel. Sampel penelitian ini berjumlah 72 responden berdasarkan perhitungan dengan rumus slovin Teknik pengambilan sampel wawancara,observasi serta persebaran kuesioner yaitu data yang akan diolah data responden Variabel dan Skala Pengukuran/

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan karakteristik responden jumlah responden yang berjenis kelamin laki ± laki sebanyak 56 orang atau 56,2 dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 43,8 persen. Umur responden dalam penelitian ini sebagian besar memiliki umur berkisar 15-26 tahun sebanyak 45 orang atau sebesar 75 persen, umur 25-34 tahun sebanyak 10 orang atau sebesar 5 persen dan umur 35 ± 45 sebanyak 10 orang atau sebesar 5 persen. Pendidikan responden menunjukkan jumlah responden mayoritas mempunyai tingkat Pendidikan. Diploma sebanyak 42 orang atau sebesar 74 persen, SMA sebanyak 15 orang atau sebesar 21,9 persen dan smp sebanyak 6 orang atau sebesar 3 persen. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa hasil koefisien korelasi bukti fisik berkisar antara 0,445 sampai 0,705. Koefisien korelasi keandalan berkisar antara 0,405 sampai 0,752. Koefisien korelasi daya tanggap berkisar antara 0,819 sampai 0,892. Koefisien korelasi jaminan berkisar antara 0,764 sampai 0,836. Koefisien korelasi empati berkisar antara 0,623 sampai 0,783. Koefisien korelasi kepuasan pelanggan berkisar antara 0,558 sampai 0,722 karena keseluruhan indikator yang digunakan memiliki nilai korelasi diatas 0,3 sehingga keseluruhan indikator yang digunakan dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan ke analisa berikutnya.

Pada penerapan kualitas pelayanan di d'kandang demi menjunjung kepuasan pada pengunjung karakteristik objek wisata dijabarkan berdasarkan beberapa variabel yaitu kualitas obyek wisata meliputi atraksi dan daya tarik, kondisi fisik obyek wisata, serta fasilitas yang meliputi fasilitas penunjang dan fasilitas pelengkap yang didapatkan dari hasil Pengklasifikasian potensi internal dan eksternal yang kemudian menghasilkan potensi rendah, sedang, dan tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Widyia Candra Nugroho (2018) penyusunan paket wisata kandang amazing farm terdapat variasi pada paket wisata yang ditawarkan seperti paket zona virtual,zona cuti nasional dan paket wisata zona atraksi sebagai acuan dalam mengetahui keunggulan serta karakteristik tiap wisata serta susunan paket wisata yang berupa wisata edukasi dengan mengedepankan kualitas pada pelayanan agar mendapatkan ketertarikan wisatawan Adapun penerapan kualitas pelayanan berupa paket wisata yang diberikan agar mempermudah pelanggan dalam memilih atraksi yang ditawarkan seperti rombongan dengan harga yang bervariasi mulai dari paket harga yang terkecil companion package untuk orang tua sejumlah Rp.100.000 sampai yang terbesar amazing farming untuk rombongan anak sekolah pelajar dengan sejumlah Rp.150.000, Paket wisata virtual tour wisata hiburan yang dilakukan secara online dengan menjelajahi tempat wisata yang hanya dengan menggunakan gadget dan sinyal, kandang menawarkan paket wisata virtual dengan melakukan reservasi melalui admin official d'kandang kemudian Paket wisata zona atraksi pada wisatawan yang melakukan kunjungan wisata ke d'kandang berikut salah satu paket wisata atraksi (wahana bermain,outdoor,peternakan.dll) dengan melakukan reservasi kepada admin official d'kandang maupun langsung memesan paket wisata yang diinginkan.

Kemudian adapun hasil responden pada kualitas pelayanan yang diberikan d'kandang antara lain: Kualitas pelayanan pada respon pengunjung ialah H1: reliability kualitas pelayanan yang diberikan pada pengunjung dalam responnya pengunjung menyatakan puas dengan 42,1 % kemudian 26% dengan kualitas pelayanan standar dalam Bukti langsung adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada pelanggan yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan saran komunikasi. H2: tangibility pada Bukti Fisik yang diberikan oleh pengunjung dalam respon pengunjung menyatakan puas dengan 43% kemudian 23% dengan kualitas standar dengan memberikan bukti fisik ketersediaan fasilitas ,tampilan fisik perusahaan, kebersihan

tempat pelayanan H3 : Daya Tanggap Responsiveness kepuasan pelanggan yaitu 35% kemudian 29,8 dengan penilaian kualitas standar adapun yang diberikan daya tanggap pada pelanggan dengan kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan. H4 : Jaminan yang diberikan terhadap pelanggan dalam respon pelanggan menyatakan puas yaitu 41,1% dan 35% dengan penilaian standar kualitas pelayanan Adapun yang diberikan pelanggan Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan serta kepercayaan yang diberikan. H5 : Empati yang diberikan dengan penilaian respon dari pengunjung terhadap kepuasan pelanggan yaitu menyatakan puas 47% menyatakan puas dan 28,7% menyatakan standar kualitas pelayanan dalam hal empati yang diberikan merupakan keramahan dan kecakapan karyawan serta perhatian terhadap pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada d'kandang itu sendiri dan juga dapat diketahui bahwa variabel perbedaan gender berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada d'kandang. Kepada pimpinan diharapkan untuk selalu memberikan dorongan kepada karyawannya atau mempertahankan yang sudah dilaksanakan dengan baik dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing agar bisa memberikan pelayanan kepada pelanggan lebih baik lagi. Kepada manajemen untuk lebih memperhatikan karyawannya, agar karyawan bisa lebih ramah dalam melayani pelanggan juga memberikan pelayanan yang baik dengan tujuan memuaskan pelanggan dalam menjalani wisata edukasi agar menghasilkan kenangan, keindahan, keamanan, kesejukan serta keramahtamahan yang diberikan. kemudian kandungan dengan memiliki ciri khas wisata edukasi yang bertema peternakan dan pertanian memiliki karakteristik potensi wisata tersendiri dengan dilengkapi area outbond, area taman anak, serta fasilitas yang tersedia dalam penunjang bagi pengunjung untuk berwisata diharapkan dapat mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung objek wisata di kandang.

DAFTAR PUSTAKA

- Simanihuruk, Maidar. "The Effect of Product Quality to Purchase Decision at Safary Milk D'Kandang Amazing Farm Depok." *Jurnal Hospitality dan Pariwisata* 7.1 (2021).
- Penyusunan Paket Wisata Keluarga Berdasarkan Karakteristik Obyek Wisata di Kabupaten Rembang Jawa Tengah. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta Yoeti, A Oka. 1997. *Perencanaan dan pengembangan Pariwisata*. Jakarta. Pradnya Paramita.
- Massie, Shelly P. Massie. "Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen objek wisata Sumaru Endo Remboken." *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16.1 (2016).
- Tambunan, Putri Rahmayanti, and Bethani Suryawardani. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt. jne perwakilan kawaluyaan tahun 2014." (2015).