KUALITAS PELAYANAN PADA PT. BUKIT BAROSCEMPAKABAGIANWISATABUKIT BAROS KABUPATEN SUKABUMI

Arief Firman[1], Anita Handayani [2]
[1,2]Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Sukabumi
elzuhairy@polteksmi.ac.id[1], anitah12012002@gmail.com[2]

Abstrak

Perkembangan wisata tidak terlepas dari produk unggulan yang dimiliki suatu perusahan. Pertumbuhan minat pengunjung yang terus meningkat terkhusus di Sukabumi membuat Wisata Bukit Baros terus berinovasi dalam industri ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Bukit Baros Kabupaten Sukabumi. Penelitian ini menggunakan model kualitas pelayanan yaitu *ServQual* yang memiliki lima dimensi yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer, untuk data skunder didapatkan dari studi pustaka. Kuesioner ini terdiri dari persepsi dan ekspetasi pengunjung. Pengujian yang dilakukan yaitu uji validitas dan uji reabilitas yang kemudian dilakukan perhitungan *gap*. Hasil perhitungan menunjukan bahwa kelima dimensi tersebut memiliki nilai *gap* negatif dengan tiga dimensi terbesar yaitu *tangible*, *responsiveness*, dan *empathy*, hal ini berarti kualitas pelayanan belum memenuhi kepuasan pengunjung wisata. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa hasil penelitian berkontribusi terhadap kualitas pelayanan Wisata Bukit Baros terkhusus di Sukabumi dan kepuasan pengunjung dapat dijadikan sebagai masukan atau pertimbangan dalam mengembangkan strategi dimasa yang akan datang.

Katakunci: Wisata,*ServQual*,danKepuasanPengunjung

I. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan yang baik merupakan upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapipersaingandalambidangjasayangerat kaitannya dengan kepuasan pengunjung/pelanggan. Wisata merupakan salah satu bidang jasa yang berperan menyediakan pengunjung rekreasi yang prima bagi masyarakat.

Tabel1.DataJumlahKunjunganWisataBukit Baros Tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah
1	Januari	723
2	Februari	444
3	Maret	612
4	April	160
5	Mei	1625
6	Juni	821
7	Juli	252
8	Agustus	783
9	September	291
10	Oktober	265
11	November	398
12	Desember	276
JUMLAH		**6.650**

Sumber: Wisata Bukit Baros

Berdasarkantabeldiatasmenunjukannaik turunnya pengunjung selama satu tahun periode Januari hingga Desember 2022. Kunjungan pengunjungpalingbanyakterjadipadabulan Mei

yaitu sebanyak 1625 pengunjung dan pengunjung paling sedikit pada bulan Aprilyaitu 160 pengunjung. Beserta berdasarkan hasil observasi danwawancarayangdilakukandalampenelitianini masih ditemukan adanya keluhan-keluhan seperti Pelayanan yang masih kurang optimal, pelayanan masih lambat dilakukan, kondisi wisata yangkurang bersih dan nyaman, fasilitas yang rusak dan Kurang memadai, tidak adanya kotak saran untuk menampung kritik dan saran.

Dari data yang disajikan di atas dapat di simpulkan bahwa masih kurang optimalnya pelayanan dan sistem yang dilakukan manejemen Wisata Bukit Baros, hal tersebut dapat disebabkan oleh dampak kualitas pelayanan yang Dengan demikian yang dilaksanakan Wisata Bukit Baros mungkin masih kurang memuaskan bagiwisatawan. manajemen harus dapat memberikan pelayanan yang lebih baik agar wisatawan yang berkunjung dapat merasa nyaman dan puas berwisata di Bukit Baros Cempaka. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin mengetahui sejauh mana kepuasan yang didapatkan oleh wisatawan Wisata Bukit Baros dalam mendapatkan pelayanan. Oleh sebab itu, sangat penting untuk dilakukan kajian lebih jauh, sehingga dalam penelitian ini penulis memilih judul **"Kualitas Pelayanan Pada PT. Bukit Baros Cempaka Bagian Wisata Bukit Baros Kabupaten Sukabumi".**

II. METODEPENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode pengumpulan data kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya.

SumberData

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data skunder:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara menurut, Syaiful Bahri dalam (Komarudin, dkk, 2021: 467). Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh secara langsung dari hasil jawabankuesioneryangdiberikan kepada pengunjung Wisata Bukit Baros Kabupaten Sukabumi.

b. DataSkunder

Data sekunder merupakandata primer yang diperolehsecaratidaklangsungdanmelalui media perantara, berasal dari sumber-sumber yang telah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain, Syaiful Bahri dalam (Komarudin, dkk, 2021: 467). Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh melalui studi kepustakaan dan media internet.

TeknikpengumpulanData

Berikut ini adalah Teknik-teknik yang dilakukan penulis dalam pengumpulan data penelitian:

a. Studipendahuluan

Pada Teknik ini merupakan tahap awal penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasipermsalahanyangada.Pada Teknik ini penulis melakukan wawancara kepada beberapa pengunjung Wisata Bukit Baros Kabupaten Sukabumi.

b. StudiPustaka

Studi Pustaka merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku, jurnal referensi ataun sumber data lainnya berdasarkan permasalahan yang akan dibahas di dalam penelitian ini.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan caramemberikan seperangkat pertanyaan kepada responden, dalam penelitian ini terdapat 16 pernyataan dibuat berdasarkan 5 dimensi *E- ServQual* yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy.*

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Polulasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang pernah berkunjung ke Wisata Bukit Baros Kabupaten Sukabumi. Populasi yang digunakan adalah seluruh pengunjung.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari anggota pulasi yang diambil menurut prosedur tertentu. Penelitian ini menggunkan rumus slovin dalam menentukan ukuran sampel. Berikutiniadalahperhitunganjumlahsampelde ngan rumus slovin:

Diketahui : N= 6.650,E= 10%

Ditanyakan :n =?

$$n = \frac{6.650}{6.650(0,1)^2+1} = 98,51$$

III. HASILDANPEMBAHASAN

DeskripsiResponden

Berikut ini adalah penyajian identitas responden berdasarkan masing-masing karakteritik:

Tabel2.DeskripsiResponden

No	Karakteristik	Persentase
1	**JenisKelamin**	
	Laki-laki	31%
	Perempuan	69%
2	**Usia**	
	13-20 tahun	28%
	21-30 tahun	61%
	31-40 tahun	8%
	41-50 tahun	2%
	>50 tahun	1%
3	**Pendidikan**	
	SD	2%
	SMP	13%
	SMA/SMK	50%
	Diploma	22%
	S1	10%
	S2	3%
4	**Pekerjaan**	
	Pelajar/mahasiswa	65%
	Pegawai Negeri	2%
	Pegawai Swasta	25%
	Wiraswasta	4%
	Lain-lain	4%
5	**Jumlah Kunjungan**	
	1-2	81%
	3-4	13%
	5-6	1%
	>7	5%

Sumber:HasilOlahData2023

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di dominasi oleh responden Perempuan dengan persentase 69%. Karakteristik berdasarkan usiadidominasiolehrespondenberusia21-30tahun dengan persentase 62%. Hal ini dikarenakan Sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa. Karakteristik berdasarkan Pendidikan di dominasi oleh responden dengan tingkat Pendidikan SMA/SMK dengan persentase 50%. Karakteristik berdasarkan pekerjaan di dominasiolehrespondenpelajar/mahasiswadengan persentase65%.HalinikarenaSebagianresponden berusia21-30tahun.Karakteristikberdasarkan jumlah kunjungan di dominasi 1-2 kali kunjungan.

HasilUjiValiditasdanReliabilitas

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder melalui penyebaran kuesioner kepada 30 orang responden untuk mengambil sampel. Penyebaran ini dilakukan kepada Masyarakat yang pernah berkunjung ke Wisata Bukit Baros. Pengujian ini diolah dengan menggunkan *software* SPSS Versi 29.

Pengukuran ini dilakukan dengan cara mencari kolerasi antara pernyataan yanh sudah dihitung totalnya dari setiap responden. Berikut ini adalah hasil uji validitas kuesioner penelitian:

Tabel3.HasilUjiValiditasPersepsidan Ekspetasi

No.	NilaiKorelasi		Rtabel 5% (30)	Keterangan
	Persepsi	Ekspetasi		
1	0.502	0.654	0,361	Valid
2	0.671	0.548	0,361	Valid
3	0.764	0.481	0,361	Valid
4	0.789	0.858	0,361	Valid
5	0.635	0.883	0,361	Valid
6	0.734	0.726	0,361	Valid
7	0.821	0.841	0,361	Valid
8	0.699	0.923	0,361	Valid
9	0.481	0.881	0,361	Valid
10	0.601	0.678	0,361	Valid
11	0.582	0.786	0,361	Valid
12	0.815	0.859	0,361	Valid
13	0.794	0.854	0,361	Valid
14	0.682	0.836	0,361	Valid
15	0.874	0.855	0,361	Valid
16	0.791	0.862	0,361	Valid

Sumber:HasilOlahDataSPSS2023

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, menunjukan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan untuk mengukur variable adalah valid karena nilai korelasi>rtabel pada signifikasi 5% yaitu 0.361. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dalam kuesioner ini valid dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha. Instrument dapat dikatakan reliabel jika alpha lebih besar dari rtabel (0.361). berikut adalah hasil uji reliabilitas kuesioner penelitian :

Tabel4.HasilUjiReliabilitasPersepsidan Ekspetasi

No	Variabel	Nilai	Rtabel	Keterangan

		Koefisien Reliabilitas	**5% (30)**	
1	Persepsi	0.930	0.361	Reliabel
2	Ekspetasi	0.955	0.361	Reliabel

Sumber:HasilPengolahanDataSPSS2023

Berdasarka hasil uji reliabilitas diatas memperoleh nilai koefisien reliabilitas variabel persepsi sebesar 0.930 dan variabel ekspetasi sebesar 0.955. masing-masing nilai persepsi dan ekspetasi>rtabelpadanilaisignifiaksi5%yaitu 0.361. berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner penelitian ini reliabel atau konsisten, sehingga dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

HasilPenelitian

Rata-ratakuesionerpersepsidanekspetasidibawah dibuat bedasarkan hasil perhitungan totalrekapitulasi kuesioner dibagi dengan jumlah responden dalam penelitian ini. Berikut ini adalah nilairat-ratakuesionerpersepsi(yangdirasakan)dan ekspetasi (yang diharapkan) :

Tabel5.NilaiRata-rata

No	Dimensi		Rata-rata Persepsi	Rata-rata Ekspetasi
1	*Tangible*	1	3.64	4.54
		2	4.14	4.41
		3	4.21	4.34
2	*Reliability*	4	4.25	4.42
		5	4.05	4.32
		6	4.17	4.37
3	*Responsiveness*	7	3.92	4.39
		8	4.02	4.44
		9	4.12	4.45
4	*Assurance*	10	4.11	4.50
		11	4.36	4.52
		12	4.30	4.60
		13	4.26	4.52
5	*Empathy*	14	4.22	4.55
		15	4.21	4.53
		16	4.22	4.51
Rata-rata			4.14	4.46

Sumber:HasilOlahData2023

Berikutiniadalahperhitunganstandarpelayanan:

Persentaserata-ratapersepsi=$\frac{4,14}{5}$x100%= 82,8 %

Persentaserata-rataekspetasi=$\frac{4,46}{5}$x100%= 89,2 %

Persentasestandarpelayanan $= \frac{\text{PersentaseEkspetasi}}{x} = \frac{100\%}{\text{PersentasePersepsi}}$

Persentasestandarpelayanan $= \frac{82,8}{x} = \frac{100\%}{89,2} =$ 73,85%

Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui nilai pelayanan di atas yaitu 73,85% hasil ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan Wisata Bukit Baros Kabupaten Sukabumi dapat diartikan sudah baik. Jika hasil pelayanan di bawah 73,85% maka pelayanan tersebut perlu ditinjau ulang untuk diperbaiki.

Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini yaitu berupa gap antara persepsi dan ekspetasi yang meliputi dimensi *E-ServQual* yaitu. Semakin besar gap yang dimiliki maka semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan WisataBukit Baros sehingga perlu ditinjau ulang untuk diperbaiki data yang digunakan dalam perhitungan gap ini yaitu hasil jawaban kuesioner persepsi dan ekspetasi yang telah disebar kepada 99 responden yang merupakan pengunjung Wisata Bukit Baros Kabupaten Sukabumi.

Tabel6.Nilai*ServQual*Secara Keseluruhan

No.	**Dimensi**	**Rata-rata Persepsi**	**Rata-rata Ekspetasi**	***Gap***	**Rank**
1	*Tangible*	4.00	4.43	-0.43	1
2	*Responsiveness*	4.02	4.42	-0.40	2
3	*Empathy*	4.22	4.53	-0.31	3
4	*Assurance*	4.26	4.56	-0.30	4
5	*Reliability*	4.16	4.36	-0.20	5
Rata-rataDimensi		4.13	4.46	-0.33	

Sumber:HasilOlahData2023

Berdasarkantabel4.9dapatdilihatbahwahasil perhitungan *gap* secara keseluruhan menunjukan nilai *gap* negarif sebesar -0,33. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan petugasWisataBukitBarosbelumsesuaidengaapa di harapkan oleh pengunjung. Oleh karena itu diperlukanperbaikanuntukmeningkatkankualitas pelayanan yang dapat memenuhi apa yang diharapkanolehpengunjungWisataBukitBaros Kabupaten Sukabumi.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian Kualitas Pelayanan di Wisata Bukit Baros Kabupaten dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Denganmenggunakan metode *servqual* peneliti dapat mengetahui tingkat pelayanan pada Wisata Bukit Baros Kabupaten Sukabumidalam tingkat kepuasan pengunjung. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner berdasarkan lima dimensi. Selanjutnya mengukur nilai kesenjangan dengan *gap* 5 dimana untuk mengetahui bagaimana tingkat persepsi (yang disarankan) dengan ekspetasi (yang diharapkan). Skor nilai ditentukandengan mengurangi tingkat persepsi dengan ekspetasi, jika bernilai negatif maka kualitas pelayanan belum memenuhi apa yangdiharakan pelanggan, begitupun sebaliknya jika bernilai positif maka kualitas pelayanan telah sesuai harapan pengunjung.
2. Kendala yang mempengaruhi kualitaspelayanan di Wisata Bukit Baros dihasilkan dengancaramengukurkesenjangandengan *gap* 5yaituuntukmengetahuitingkatpersepsi(yang dirasakan) dan ekspetasi (yang diharapkan) pengunjung.Dariseluruhnilai*ServQual*kelima dimensimemilikinilai*gap*negatif,tigadimensi dengan nilai *gap* terbesar yaitu *tangible*, *responsiveness*, dan *empathy*. Ketigadimensi tersebutmerupakandimensiyangharusditinjau ulang untuk diperbaiki.
3. Agar pelayanan dapat bekerja dengan baik dalam memenuhi kepuasan pengunjung maka diberikan solusi dari kendala-kendala tersebut diantaranyapetugaswisataberpenampilanrapih dengan menggunakan tanda pengenal yang mudah dipahami pengunjung, Wisata Bukit Baros menyediakan berbagai layanan informasi atau pengaduan yang sigap dalam merespon, pengunjungbisamengakseslangsunginformasi atau pengaduan ke kantor atau bisa dengan menghubungi ke Whatsapp, Instagram dan email.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan,makasaranyangdapatdiberikanadalah sebagai berikut:

1. Saran Bagi Pihak Wisata Bukit Baros Kabupaten Sukabumi
   Kualitas pelayanan merupakan determinanbagi kepuasan pengunjung, dengan demikian semakin baik kualitas pelayanan makasemakin tinggi kepuasan pengunjung terhadap pelayanan tersebut. Oleh karena itu Wisata Bukit Baros perlu untuk menjaga dan meningkatkankualitaspelayananagardapat meningkatkan kepuasan pengunjung wisata sehingga pengunjung akan tetap memilih Wisata Bukit Baros sebagai tempat liburanatau tempat rekreasi yang terbaik.
2. Bagi Pengunjung Wisata Bukit Baros Kabupaten Sukabumi
   Bagi pengunjung yang berkunjung ke Wisata Bukit Baros diharapkan agar tidak hanya menginginkan lingkungan yang bersih dan fasilitas yang baik, alangkah baiknya juga mulailah bijak secara pribadi terhadap kebersihan lingkungan dan menggunakan fasilitas yang ada dengan baik.
3. BagiPenelitiSelanjutnya
   Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini serta memperbanyak jumlah sampel dan cara pengambilan data untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh.

REFERENSI

[1] Algifari, "Mengukur Kualitas Layanan," Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2022.

[2] Abubakar, "Pengantar Metode Penelitian," Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.

[3] Firman, A., dkk,"Preferensi Masyarakat Kota Sukabumi Terhadap Dompet Digital,"*Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, Vol. 9, No. 1, April 2023.

[4] Firmansyah, A., dan Mahardika, B., "Pengantar Manajemen."Yogyakarta:CVBudiUtama, 2018.

[5] Halim, F., dkk, "Manajemen Pemasaran Jasa," Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.

[6]Harjanti, S.,"Pelayanan Prima Bagi Para FrontLiner Kepariwisataan," Yogyakarta: LPPM UPN, 2018.

[7] Irmayani,N.,"ManajemenSumberDayaManusia," Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022.

[8] Indirasari, M., "Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan,"Surabaya:UnitomoPress, 2019.

[9] Komarudin, dkk, "Analisis Kualitas Pelayanan Melalui Metode E-Servqual Untuk Mengetahui Kepuasan Konsumen E-CommerceShopeePadaMasyarakatKota

Sukabumi,"*JurnalIlmiahAkuntansidan Keuangan*, Vol. 4, No. 2, September, 2021.

[10]Rahardjo,D.,"ManajemenSumberDayaManusia, " Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2022.

[11]Sulistiyowati, W., "Kualitas Layanan:Teori dan Aplikasinya," Sidoarjo: Umsida Press,2018.

[12]Thian, A., "Pengantar Manajemen," Yogyakarta: Andi, 2021.

[13]Wisnawa, M., dkk, "Manajemen Pemasaran Parawisata Pengembangan Potensi Produk Wisata Pedesaan," Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.

[14]Widiana, M.,"Buku Ajar Pengantar Manajemen," Purwokerto Selatan: CV. Pena Persada, 2020.