



---

## KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* TERHADAP POKDARWIS WUNGKA WAHA DI DESA WAHA, KABUPATEN WAKATOBI, SULAWESI TENGGARA

Oleh

Wiwik Nirmala Sari<sup>1)</sup>, Ajuar Abdullah<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email: <sup>1</sup>[wiwiknirmala.s@gmail.com](mailto:wiwiknirmala.s@gmail.com), <sup>2</sup>[ajuarabdullah42@gmail.com](mailto:ajuarabdullah42@gmail.com)

### Abstract

This study aims to determine (1) the service quality of Wungka Waha Tourism Awareness Group by using the Servqual method and (2) knowing which aspects are the most important of service quality to increase tourist satisfaction by using Importance-Performance Analysis. This research is quantitative descriptive. Data collection uses observation, distributing questionnaires and interviews with domestic tourists as respondents. The theory used as the foundation is the theory of Community Based Tourism, Satisfaction Theory, Service Quality, Perception and Hope Theory. The research concept is the concept of tourism awareness and ServQual. The results showed that the service quality of the Wungka Waha Tourism Awareness Group had not been able to provide satisfaction for archipelago tourists, and it was known that there were eleven important aspects which were the top priority to be immediately addressed in Wungka Waha Tourism Awareness Group service quality.

**Keywords:** Tourism Awareness Group, Servqual Method, Wakatobi

### PENDAHULUAN

Kabupaten Wakatobi atau Taman Nasional Wakatobi ini dikenal sebagai surga bawah laut terletak di Provinsi Sulawesi Tenggara. Terbagi atas empat gugusan pulau, yakni Pulau Wangi-Wangi, Pulau Kaledupa, Tomia, dan Binongko. Kabupaten Wakatobi memiliki kekayaan bawah laut yang luar biasa. Keragaman ikan-ikan hias, karang, dan berbagai ekosistem bawah laut lainnya menjadikan Kabupaten Wakatobi sebagai destinasi pariwisata Indonesia patut untuk diandalkan. Hal lain yang dimiliki oleh daerah ini adalah beragamnya keunikan budaya yang khas dan menarik untuk dijadikan sebagai salah satu atraksi wisata. Keberagaman tersebut adalah adanya prosesi-prosesi adat yang masih ditegakkan hingga saat ini bahkan telah menjadi ikon dari festival budaya di *Wakatobi Wave*. Prosesi tersebut adalah *Kansoda'a*, *Kabuenga*, Tarian *Lariangi* dan masih banyak lainnya. Wakatobi sebagai daerah kepulauan juga terkenal dengan adanya Suku Bajo yang

menjadi salah satu suku penghuni di Kabupaten Wakatobi. Suku Bajo adalah suku yang hidup diperaian, dimana kegiatan sehari-harinya adalah diatas air. Suku ini terkenal dengan kemampuan menyelam dan berjalan didasar laut tanpa bantuan pernafasan. Keunikan ini merupakan sumber daya pariwisata yang harus dikembangkan dengan baik.

Menjadi daerah yang masih berkembang, pemerintah Kabupaten Wakatobi mengupayakan untuk memberdayakan masyarakat lokal agar kepariwisataan Wakatobi bias menjadi kepariwisataan yang berkelanjutan. Pemberdaan itersebut mulai terlihat dengan adanya pembentukan kelompok sadar wisata di beberapa daerah tertentu yang dibentuk oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Wakatobi. Kelompok Sadar Wisata atau yang biasa disebut pokdarwis merupakan kelompok masyarakat lokal yang berperan penting untuk kegiatan pariwisata di daerahnya. Kelompok ini diharuskan berpartisipasi dalam seluruh rangkaian kegiatan dan perencanaan



pembangunan pariwisata di desa tersebut serta mendayagunakan potensi yang dimiliki (Ariyanti, 2015).

Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha adalah salah satu kelompok sadar wisata yang dibentuk pada tahun 2016 lalu. Kelompok ini mengelola Desa Waha dari segi kepariwisataannya dengan sangat menarik, terbukti dari lokasi disana yang sudah tertata rapi dan sudah dilengkapi berbagai fasilitas seperti kantor pusat informasi, tempat berfoto, tempat duduk, toilet dan tempat penjualan oleh-oleh. Namun belakangan ini diketahui dari informasi beberapa wisatawan bahwa Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha ini belum memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan yang berkunjung. Hal tersebut jelas mempengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan untuk berkunjung kembali.

Minh dkk., (2015) mengatakan bahwa kualitas layanan sangat berperan sebagai penggerak penting kepuasan pelanggan yang mengarah pada loyalitas pelanggan maka kualitas layanan seharusnya dipertimbangkan dalam kegiatan akademis dan praktis. Untuk itu perlu mengetahui masalah yang terdapat dalam dalam suatu usaha untuk meningkatkan kinerja dan operasional dalam suatu bisnis. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dari Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha dan aspek apa saja yang perlu dibenahi terlebih dahulu agar nantinya dapat memperbaiki pelayanan mereka kepada wisatawan nusantara agar wisatawan yang berkunjung dapat merasakan kepuasan. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk para akademisi secara umumnya, dan para pelaku pariwisata di Kabupaten Wakatobi khususnya Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha. Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan acuan atau tinjauan pustraka bagi para akademisi yang ingin mengetahui tentang *servqual* atau bagi akademisi yang ingin meneliti kelompok sadar wisata dengan tujuan penelitian yang serupa. Selanjutnya untuk pelaku pariwisata yang dimaksudkan

sebelumnya, semoga dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman untuk membuat langkah-langkah utama dalam hal memperbaiki kualitas pelayanan mereka kepada wisatawan yang datang berkunjung di Desa Waha, Kabupaten Wakatobi, Sulawesi Tenggara.

### 1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengkaji beberapa penelitian yang mengandung topik serta variable yang serupa. Beberapa penelitian tersebut terangkum pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Identitas Penelitian	Hasil Penelitian	Kesimpulan
Wardhani (2016), Peran Pokdarwis dalam Pengembangan Desa Wisata Dewi Sri	Perannya dianggap masih kurang maksimal dimana masih ada beberapa permasalahan yang belum terselesaikan baik dari pengetahuan dan pengalaman mengenai desa wisata, dan masih perlu upaya yang lebih baik pada bagian promosi, studi banding di desa wisata yang sudah maju, dan memperbaiki komunikasi internal dari para anggota kelompok sadar wisata di Desa Wisata Dewi Sri.	Penelitian ini dijadikan sebagai referensi dalam hal informasi mengenai kelompok sadar wisata dan perannya.
Manullang (2015), Pengaruh Kualitas Pelayanan Di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Terhadap Kepuasan, Cintra, dan Loyalitas Wisatawan Berkunjung Ke Bali	Kualitas pelayanan Bandara Internasional Ngurah Rai Bali berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dan citra pariwisata. yang juga akan mempengaruhi loyalitas wisatawan.	Kesamaan variabel tersebut akan dijadikan sebagai referensi bagi peneliti.
Al-Ababneh (2013), <i>Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction</i> , Interdisciplinary	Terdapat dampak secara langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan yang berkaitan dengan fasilitas destinasi pariwisata, aksesibilitas, dan atraksi destinasi pariwisata. Kualitas pelayanan berperan penting dalam pariwisata untuk	Kesamaan variabel dijadikan sebagai referensi dan kajian bagi penelitian ini.



	menciptakan kepuasan wisatawan	
Budiono (2013), Persepsi dan Harapan Pengguna terhadap Kualitas Layanan Data pada Smartphone di Jakarta	Analisa tingkat kesesuaian kinerja kepentingan kualitas layanan data pada smartphone di wilayah DKI Jakarta berada pada tahap kesesuaian sedang dengan nilai kesesuaian 77%.	Penelitian ini memiliki teknik analisis yang serupa yaitu model <i>ServQual</i> dan dengan teknik <i>importance-performance analysis</i> . Kesamaan ini dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti.
Bhat (2012), Tourism Service Quality: A Dimension-specific Assessment of Servqual,	Kualitas keseluruhan layanan pariwisatanya dianggap sedikit memuaskan. Sehingga perlu meningkatkan keandalan dan ketanggapan di mana hasil skor dari ServQual tersebut menunjukkan kedua dimensi tersebut memiliki skor yang relatif rendah.	Penelitian yang dilakukan oleh Bhat menjadi reerensi bagi peneliti terkhusus untuk metode <i>ServQual</i> yang digunakan.

Penelitian terdahulu yang relevan memiliki peran penting ketika akan melakukan sebuah penelitian yang baru, hal tersebut dikarenakan penelitian yang relevan dapat membantu dalam merancang, menyusun dan melakukan proses penelitian tersebut. Kontribusi beberapa penelitian yang dipaparkan sebelumnya adalah untuk menambah kajian empiris yang berkaitan dengan topik penelitian ini yaitu kelompok sadar wisata serta memberikan gambaran dan arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

## LANDASAN TEORI

Teori yang digunakan sebagai landasan adalah:

- a) **Pariwisata berbasis masyarakat** adalah bentuk kepariwisataan di mana komunitas local memiliki control pada dan keterlibatan dalam pembangunan dan pengelolannya secara substansial; dan

proporsi manfaat sebagian besar tetap berada di tangan komunitas (Putra, 2015).

- b) **Partisipasi Masyarakat** dijelaskan oleh Tosun (1999) dalam Ndlovu, dkk (2018) mengembangkan model komunitas partisipasi dengan fokus khusus pada keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Tosun (2000) dalam Senyana. S dan Moren. S (2011) mengungkapkan bahwa partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata dapat membuka jalan untuk implementasi prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan dan dapat menciptakan peluang yang lebih bagi masyarakat setempat untuk mendapatkan lebih banyak manfaat dari perkembangan pariwisata yang terjadi di daerah mereka.

- c) **Kepuasan** menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Putri dkk (2015) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi atau harapan mereka. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan mereka, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Menurut Lupiyoadi (2001) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu:

Pertama Kualitas Produk, pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Kedua Kualitas Pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

Ketiga Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan



- 
- produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.
- Keempat Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- Kelima Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.
- d) **Kualitas Layanan** dipaparkan oleh Narayan dkk (2008) yang dikutip dari Latiff dan Siew (2015:70) bahwa dalam konteks tujuan wisata, terdapat sepuluh dimensi kualitas layanan untuk mengetahui pengalaman wisata seperti keindahan alam, iklim dan warisan budaya, informasi (seperti ketersediaan informasi di tempat-tempat wisata), keramahan (sopan santun dan keramahan penduduk setempat), kewajaran harga (seperti sistem harga untuk penduduk setempat dan wisatawan), kebersihan (kebersihan di tempat-tempat turis), fasilitas (seperti internet dan layanan telekomunikasi), nilai uang (seperti tingkat harga dan kualitas produk), logistik (transportasi), makanan (makanan lezat setempat) dan keamanan (seperti keamanan). Parasuraman dan Leonard (1991) dalam Tjiptono (2001) yaitu lima indikator *ServQual* (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, lima dimensi tersebut adalah:
- Tangibles* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.
- Reliability* atau keandalan, merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.
- Responsiveness* atau daya tanggap, merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
- Assurance* atau jaminan, merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.
- Empathy* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.
- e) **Persepsi** adalah suatu proses pengorganisasian dan pemaknaan terhadap kesan-kesan sensoris untuk member arti pada lingkungannya. Dilanjutkan pula bahwa Proses persepsi meliputi; proses fisis, terjadi saat objek menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera; proses fisiologis, terjadi stimulus yang diterima alat indera kemudian dilanjutkan oleh saraf sensoris ke otak,



dan; proses psikologis, terjadi saat proses pengolahan otak sehingga individu menyadari tentang apa yang ia terima dengan alat indera sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterima (Robbins, 1998).

- f) **Harapan** adalah apa yang dipikirkan oleh konsumen yang harus disediakan oleh penyedia jasa. Menurut Horovitz, harapan konsumen dapat terbentuk oleh empat faktor terdiri dari kebutuhan, media massa, pengalaman masa lalu, dan mulut ke mulut (Hill dalam Febrianti dkk, 2007)

## 2. Metode

Penelitian dengan jenis deskriptif kuantitatif ini menggunakan kuesioner, observasi, dan wawancara dalam mengumpulkan data. Menjadikan wisatawan nusantara dan Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha sebagai sumber data primer dalam pembagian kuesioner dan wawancara. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability sample*, dengan teknik *accidental sampling* untuk penentuan sampelnya. Menggunakan tabel Isaac dan Michael dalam penarikan jumlah sampel yakni 150 orang.

Kuesioner yang disebarakan mengandung indikator-indikator dari variable kualitas pelayanan yang dirujuk dari konsep sadar wisata dan *ServQual*. Penilaian tersebut diukur dengan menggunakan skala likert lima tingkatan. Kuesioner dibagi untuk mengetahui penilaian wisatawan tentang kinerja dan harapan serta kepentingan wisatawan tentang kualitas pelayanan dari Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha. Penentuan indikator yang dimaksud tersebut diolah sendiri dengan merujuk pada penjabaran sadar wisata yang dikelompokkan sesuai dengan item-item yang terdapat pada penilaian *ServQual*. Adapun indikator-indikator yang dimaksud dijelaskan sebagai berikut:

- a) *Tangibility* atau fisik yang dinilai dari empat indikator yaitu Ketersediaan Fasilitas Informasi (X1.1); Kebersihan Lingkungan Sekitar (X1.2); Penampilan Petugas Yang Bersih dan Rapi (X1.3); dan

Perlengkapan Dalam Memudahkan Pelayanan (X1.4).

- b) *Reliability* atau keandalan dinilai dari empat indikator juga yakni Kesiapan Dalam Menyambut Kedatangan Tamu (X2.1); Kesiapan Memenuhi Permintaan Tamu (X2.2); Penyampaian Informasi Yang Jelas Dan Tepat (X2.3); dan Kemampuan Untuk Berdiskusi Dengan Baik (X2.4).
- c) *Responsiveness* atau daya tanggap dinilai dari empat indikator pula, yaitu Perhatian Petugas Kepada Wisatawan (X3.1); Pelayanan Petugas Yang Tepat (X3.2); Kesiapan Petugas Untuk Membantu Wisatawan (X3.3); dan Kedisiplinan Petugas Dalam Memenuhi Keperluan Wisatawan (X3.4).
- d) *Assurance* atau jaminan ini dinilai dalam lima indikator yaitu Keramahan dan Kesopanan Petugas (X4.1); Jaminan Keamanan Kepada Wisatawan (X4.2); Kemampuan Petugas Untuk Berkomunikasi Dengan Baik (X4.3); Keterampilan Petugas Dalam Memenuhi Keperluan Wisatawan (X4.4); dan Kesiapan Petugas Untuk Membantu Memenuhi Kebutuhan Wisatawan (X4.5).
- e) *Emphaty* atau kepekaan yang diliaai dengan tiga indikator yaitu Kepekaan Petugas Untuk Tersenyum Kepada Wisatawan (X5.1); Kepekaan Petugas Untuk Mendengarkan Keluhan Wisatawan (X5.2); dan Kepekaan Petugas Untuk Memberikan Respon Yang Baik Kepada Wisatawan (X5.3).

Data yang dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan metode *Servqual* untuk mengetahui kualitas pelayanan Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha dan dilanjutkan dengan *importance-performance analysis* untuk mencari tahun aspek-aspek apa saja yang paling utama untuk dibenahi terlebih dahulu dalam kualitas pelayanan Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha.





### 3. Kualitas Pelayanan Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha

Setelah dianalisis dengan menggunakan Metode *ServQual* maka didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan dari Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha belum mampu memberikan kepuasan bagi wisatawan. Ketidakpuasan yang dimaksud adalah ketidakpuasan pada pelayanan yang terangkum dalam kelima item *ServQual*. Hampir semua indikator yang ada dinilai kurang memuaskan, meskipun pada kenyataannya terdapat dua indikator pada item *tangibility* yang dianggap memberikan kepuasan, namun secara umum pelayanan yang diberikan belum memuaskan.

#### a) *Tangible*

Penilaian untuk dimensi *tangible* atau fisik disajikan dalam Tabel 2 berikut:

**Tabel 2. *Tangible***

No	Indikator Variabel	Kode	Rata-rata Persepsi	Rata-rata Harapan	<i>Servqual Score</i>	Ket.
1	Kelengkapan fasilitas informasi	X1.1	4,33	4,27	0,06	Positif (Puas)
2	Kebersihan lingkungan sekitar	X1.2	4,12	4,03	0,09	Positif (Puas)
3	Penampilan petugas yang bersih dan rapih	X1.3	3,29	4,07	-0,78	Negatif (Tidak Puas)
4	Perlengkapan dalam memudahkan pelayanan	X1.4	3,16	4,12	-0,96	Negatif (Tidak Puas)

Sumber: Data diolah

Tabel 2 menunjukkan bahwa secara keseluruhan wisatawan yang berkunjung pada Desa Waha belum merasakan kepuasan terhadap kualitas pelayanan Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha pada dimensi *tangible* meskipun terdapat nilai positif atau memuaskan pada dua indikator pertama.

#### b) *Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*

Penilaian untuk dimensi *tangible* atau fisik disajikan dalam Tabel 2 yang dirangkum menjadi satu karena

keseluruhan indikator pada ke empat item ini sama-sama memiliki nilai yang negat atau belum memuaskan.

**Tabel 3. *Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty***

No	Indikator Variabel	Kode	Rata-rata Persepsi	Rata-rata Harapan	<i>Servqual Score</i>	Keterangan
1	Kesiapan dalam menyambut kedatangan tamu	X2.1	3,57	4,4	-0,83	Negatif (Tidak Puas)
2	Kesiapan memenuhi permintaan tamu	X2.2	3,53	4,37	-0,84	Negatif (Tidak Puas)
3	Penyampaian informasi yang jelas dan tepat	X2.3	3,47	4,3	-0,83	Negatif (Tidak Puas)
4	Kemampuan untuk berdiskusi dengan baik	X2.4	3,48	4,36	-0,88	Negatif (Tidak Puas)
5	Perhatian petugas kepada situasi dan kondisi wisatawan	X3.1	3,43	4,28	-0,85	Negatif (Tidak Puas)
6	Pelayanan petugas yang cepat	X3.2	3,53	4,35	-0,82	Negatif (Tidak Puas)
7	Kesediaan petugas untuk membantu wisatawan	X3.3	3,41	4,32	-0,91	Negatif (Tidak Puas)
8	Kedisiplinan petugas dalam memenuhi keperluan wisatawan	X3.4	3,49	4,41	-0,92	Negatif (Tidak Puas)
9	Keramahan dan kesopanan petugas	X4.1	3,58	4,34	-0,76	Negatif (Tidak Puas)
10	Jaminan keamanan kepada wisatawan	X4.2	3,66	4,37	-0,71	Negatif (Tidak Puas)
11	Kemampuan petugas untuk berkomunikasi dengan baik	X4.3	3,47	4,23	-0,76	Negatif (Tidak Puas)
12	Keterampilan petugas dalam memenuhi keperluan wisatawan	X4.4	3,47	4,34	-0,87	Negatif (Tidak Puas)
13	Kesiapan petugas untuk membantu memenuhi kebutuhan wisatawan	X4.5	3,45	4,27	-0,82	Negatif (Tidak Puas)
14	Kepekaan Petugas Untuk Tersenyum Kepada Wisatawan	X5.1	3,53	4,41	-0,88	Negatif (Tidak Puas)



15	Kepekaan Petugas Untuk Mendengarkan Keluhan Wisatawan	X5.2	3,35	4,28	-0,93	Negatif (Tidak Puas)
16	Kepekaan Petugas Untuk Merespon Wisatawan Dengan Baik	X5.3	3,58	4,31	-0,73	Negatif (Tidak Puas)

Tabel 3 menunjukkan bahwa secara keseluruhan wisatawan yang berkunjung pada Desa Waha belum merasakan kepuasan terhadap kualitas pelayanan Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha pada dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Sehingga menjadi hal penting untuk membenahi kualitas pelayanan mereka demi menciptakan kepuasan wisatawan nusantara yang datang berkunjung. Dengan tujuan tersebut maka analisis ini dilanjutkan dengan teknik *Importance-Performance Analysis* yang akan dibahas dipembahasan berikutnya.

#### 4. Aspek Utama yang Perlu Dibenahi dalam Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui aspek-aspek apa yang paling utama dan paling penting untuk di benahi terlebih dahulu maka dilakukan teknik *Importance-Performance Analysis* yang mencari tahu nilai rata-rata dari kepentingan-kinerja sebelum nantinya diproses pada aplikasi SPSS untuk mengetahui diagram kartesiusnya. Berikut ini terdapat Tabel 6.1 tentang nilai rata-rata kinerja dan kepentingan yang merupakan langkah awal untuk membuat diagram kartesius, yaitu:

Tabel 4. Nilai Rata-Rata Kinerja dan Kepentingan

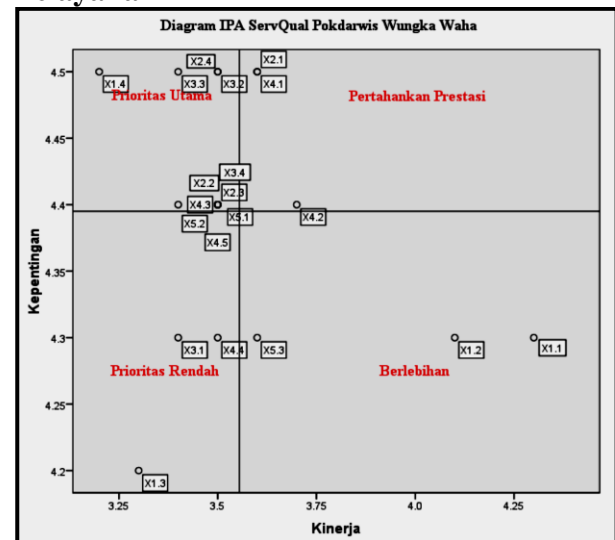
No.	Variabel	Rata-rata Persepsi	Rata-rata Kepentingan
1	X1.1	4,3	4,3
2	X1.2	4,1	4,3
3	X1.3	3,3	4,2
4	X1.4	3,2	4,5
5	X2.1	3,6	4,5
6	X2.2	3,5	4,4
7	X2.3	3,5	4,4

8	X2.4	3,5	4,5
9	X3.1	3,4	4,3
10	X3.2	3,5	4,5
11	X3.3	3,4	4,5
12	X3.4	3,5	4,4
13	X4.1	3,6	4,5
14	X4.2	3,7	4,4
15	X4.3	3,5	4,4
16	X4.4	3,5	4,3
17	X4.5	3,5	4,4
18	X5.1	3,5	4,4
19	X5.2	3,4	4,4
20	X5.3	3,6	4,3

Sumber: Data diolah

Merujuk pada nilai yang terdapat pada Tabel tersebut, maka dilanjutkan dengan membuat diagram kartesius untuk mengetahui aspek apa saja yang paling penting untuk dibenahi terlebih dahulu. Adapun hasil dari diagram kartesius tersaji dalam Gambar berikut ini:

Gambar 1 .Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan



Sumber: Data diolah

Tabel 5 Prioritas Utama

No.	Indikator	Kode	Dimensi
1	Perlengkapan dalam memudahkan pelayanan	X1.4	Tangible



2	Kesiapan memenuhi permintaan tamu	X2.2	Reliability
3	Penyampaian informasi yang jelas dan tepat	X2.3	
4	Kemampuan untuk berdiskusi dengan baik	X2.4	
5	Pelayanan petugas yang tepat	X3.2	Responsiveness
6	Kesediaan petugas untuk membantu wisatawan	X3.3	
7	Kedisiplinan petugas dalam memenuhi keperluan wisatawan	X3.4	
8	Kemampuan petugas untuk berkomunikasi dengan baik	X4.3	Assurance
9	Kesiapan petugas untuk membantu memenuhi kebutuhan wisatawan	X4.5	
10	Kepekaan petugas untuk tersenyum kepada wisatawan	X5.1	Emphaty
11	Kepekaan petugas untuk mendengarkan keluhan wisatawan	X5.2	

Sumber: Data diolah

Dari Tabel 6.2 dapat dilihat bahwa terdapat masalah yang perlu dibenahi terlebih dahulu merujuk pada kesebelas indikator dari item kualitas pelayanan. Adapun masalah-masalah yang perlu dibenahi adalah a) Masalah tentang kelengkapan alat, brosur dan ketersediaan fasilitas seperti warung makan dan minum untuk wisatawan; 2) Ketidaksiapan anggota kelompok lain dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan; 3) Masalah ketidakjelasan penyampaian informasi yang diberikan anggota kelompok kepada wisatawan; 4) Minimnya anggota kelompok yang bias diajak berdiskusi atau bertukar pikiran oleh wisatawan; 5) Masalah ketanggapan anggota dalam memberikan pelayanan yang cepat; 6) Masalah keaktifan dan kesiapan anggota kelompok di daya tarik wisata; 7) Masalah kedisiplinan anggota kelompok ketika berada di daya tarik wisata; 8) Masalah keterampilan dan penguasaan bahasa Indonesia; 9) Terbatasnya anggota kelompok yang memiliki kemampuan dan keterampilan dalam memenuhi kebutuhan wisata air seperti *snorkeling*, *diving*, dan *dolphin*; 10) Masalah sikap dari anggota yang kurang peka untuk selalu tersenyum kepada wisatawan ketika berpapasan; 11) Masalah kepedulian anggota akan keluhan wisatawan yang dianggap masih kurang.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Kualitas pelayanan dari Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha dinilai wisatawan belum memuaskan, hal tersebut didasarkan dari hasil analisis dengan menggunakan metode *Servqual* dengan menilai kualitas pelayanan mereka dari segi fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepekaan. Selain itu terdapat sebelas aspek yang menjadi masalah dalam kualitas pelayanan Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha yang paling penting untuk dibenahi terlebih dahulu sesuai dengan hasil analisis dengan menggunakan *Importance-Performance Analysis*. Kesebelas aspek





tersebut adalah masalah yang berkaitan dengan kelengkapan, kesiapan anggota kelompok, kedisiplinan, ketidakjelasan informasi, keterampilan berbahasa, juga keterampilan menggunakan alat untuk kegiatan wisata air, ketidakpekaan anggota untuk tersenyum dan kurang peduli akan keluhan wisatawan.

Disarankan kepada seluruh *stakeholder* yang terlibat sebagai pelaku pariwisata untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan mereka kepada wisatawan. Teruntuk para *stakeholder* yang dimaksud adalah:

*Pertama* Masyarakat Lokal, diharapkan untuk ikut membantu Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha dalam hal menjaga ekosistem laut, menjaga kebersihan pantai serta ikut mempromosikan daya tarik wisata Desa Waha.

*Kedua* Swasta, melakukan kerjasama dengan pihak-pihak lain seperti *Swisscontact* yang terdapat di Wakatobi agar dapat memberikan pelatihan atau peningkatan kualitas sumber daya manusia agar masyarakat yang tergabung dalam Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada wisatawan.

*Ketiga* Peneliti, untuk calon peneliti yang akan meneliti Desa Waha, khususnya Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha agar dapat melanjutkan penelitian *ServQual* ini dengan lebih lengkap lagi, karena penelitian ini hanya membatasi pada *Gap 5* saja yang berkaitan dengan kesenjangan antara layanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan. Bagi calon peneliti selanjutnya dapat melanjutkan untuk mencari tahu *Gap 1* tentang kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen, *Gap 2* tentang kesenjangan antara persepsi

manajemen dan spesifikasi kualitas layanan, *Gap 3* tentang kesenjangan antara spesifikasi kualitas layanan dan pemberian layanan, dan *Gap 4* tentang kesenjangan antara pengiriman layanan dan komunikasi eksternal.

*Keempat*

Pemerintah, disarankan kepada pemerintah untuk lebih bersungguh-sungguh dalam memberikan dukungan kepada Kelompok Sadar Wisata baik itu dari segi dana, promosi, penyediaan fasilitas pendukung, dan yang paling penting adalah memberikan sosialisasi, pelatihan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia terutama dalam hal pelayanan kepada wisatawan.

*Kelima*

Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha untuk dengan meningkatkan kualitas pelayanan mereka yaitu:

- a) Fisik atau *tangibles*, dapat disarankan untuk mempertahankan kebersihan dan ketersediaan fasilitas informasi untuk memudahkan wisatawan dalam mengumpulkan informasi tentang Desa Waha. Selain itu disarankan untuk masyarakat yang bertugas agar lebih memperhatikan penampilan ketika memberikan, serta diharapkan agar lebih meningkatkan kelengkapan fasilitas pendukung lainnya seperti warung makan atau toko-toko makanan ringan untuk wisatawan.
- b) Keandalan atau *reliability*, disarankan untuk meningkatkan kesiapan anggota dan meningkatkan pengetahuan dan keandalan anggota agar semua anggota kelompok memiliki



- kemampuan untuk melayani wisatawan dengan baik.
- c) Data tanggap atau *responsiveness*, disarankan agar adanya peraturan baik lisan ataupun tulisan untuk seluruh anggota kelompok terkait dengan kedisiplinan anggota Kelompok Sadar Wisata Wungka Waha.
- d) Jaminan atau *assurance*, disarankan untuk lebih memperbaiki sikap dan perilaku ketika bertemu dengan wisatawan, selain itu perlu juga meningkatkan keterampilan kerja anggota kelompok dalam hal penguasaan alat *diving* dan *snorkeling* agar dapat meningkatkan rasa aman bagi wisatawan.
- e) Kepekaan atau *emphaty*, perlu upaya meningkatkan keterampilan berbahasa bagi anggota kelompok agar bisa lebih mudah berkomunikasi dengan wisatawan, juga disarankan kepada anggota agar selalu menjaga sikap dan keramahan agar wisatawan yang datang merasa senang ketika berkunjung di Desa Waha.

### Ucapan Terima Kasih

Alhamdulillahirabbilamin penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga jurnal ini bisa diselesaikan dengan baik. Sholawat kepada Nabi Muhammad SAW serta para sahabatnya. Terima kasih kepada keluarga besar terutama Ibundah Rahima dan kakak tercinta Dewi Purnamasari yang selalu memberikan semangat kepada penulis. Terima kasih pula kepada kedua pembimbing yaitu kepada kedua pembimbing penulis, Bapak Prof. Dr. Ir. IGP, Wirawan, M.Sc. dan Ibu Dr. Made Heny Urmila Dewi, SE., M.Si dan kepada para

penguji yaitu Bapak Prof. Dr. I Nyoman Darma Putra, M.Litt., Bapak Prof. Dr. Ir. Syamsul Alam Paturusi, MSP., dan Ibu Dr. Ir. Widiastuti. Terima kasih atas bimbingan, arahan, dukungan, dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agyapong, Gloria K.Q A. 2011. The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business and Management*. Vol.6, No. 5. PP 203-210.
- [2] Al-Ababneh, M. 2013. Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. Vol.4, No.12. PP 164-177.
- [3] Aprilia, E.R., Sunarti dan Pangestuti, E. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *JAB (Jurnal Administrasi Bisnis)*. Vol. 51 No. 2. PP 16-21.
- [4] Ariyanti, 2015. “Pembangunan Kepariwisata Berbasis Masyarakat (Studi Efektivitas Kelompok Sadar Wisata Desa Way Muli, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan)” (*Skripsi*). Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- [5] Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N. dan Paddon, M. 2010. “Effective Community Based Tourism”. Sumber: [https://www.apec.org/-/media/APEC/Publications/2010/6/Effective-Community-Based-Tourism-A-Best-Practice-Manual-June-2010/210\\_twg\\_CommunityBasedTourismWEB.pdf](https://www.apec.org/-/media/APEC/Publications/2010/6/Effective-Community-Based-Tourism-A-Best-Practice-Manual-June-2010/210_twg_CommunityBasedTourismWEB.pdf). Diakses pada 25/05/2018
- [6] Augustyn, M. and Ho, Samuel.K. 1998. Service Quality and Tourism. *Journal Of*



- Travel Researc, SAGE Publications.* Vol.37. 71. PP 71-75.
- [7] Bhat, M.A. 2012. Tourism Service Quality: A Dimension-specific Assessment of Servqual. *Global Business Review.* Vol.13. No. 2. PP 327-337.
- [8] Budiono, F.L. 2013. Persepsi Dan Harapan Pengguna Terhadap Kualitas Layanan Data Pada Smartphone Di Jakarta User Perception And Expectation On Smartphone Data Service Quality In Jakarta. *Buletin Pos dan Telekomunikasi.* Vol.11 No.2. PP 93-108.
- [9] Dhanalakshmi, U., Rajini, R. dan Kanimozhi, S. 2010. Developing service Quality Using Gap Model- A Critical Study. *IOSR Journal of Business and Management.* PP 46-51.
- [10] Febrianti, E., Setyawan. I.E., Thio, S. 2007. Analisis harapan dan persepsi konsumen terhadap dimensi website hotel bintang lima di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan.* Vol.3,No.2. PP 102-114.
- [11] Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing.* Jakarta: PT. Buku Seru.
- [12] Hermawan, Hary. 2017. “Pengaruh Data Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan” (Tesis). Yogyakarta: Universitas Sarjanan Wiyata Tamansiswa.
- [13] Kotler, P., & Keller, K.L. 2006. *Marketing Management* (12th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc
- [14] Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2009. *Marketing Management.* New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [15] Latiff, K. dan Imm.N.S. 2015. The Impactt Of Tourism Srvice Quality on Satisfaction. *IJEM.* Vol.9. PP 67-94.
- [16] Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik).* Jakarta: Salemba Empat.
- [17] Manullang, Saroha. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Terhadap Kepuasan, Cintra, dan Loyalitas Wisatawan Berkunjung Ke Bali” (Disertasi). Denpasar: Universitas Udayana.
- [18] Minh, N.H., Ha, N.T. dan Matsui, Y. 2015. Service Quality And Customer Satisfaction: A Case Study Of Hotel Industry In Vietnam. *Canadian Center of Science and Education.* Vol. 11, No. 10. PP 73-85.
- [19] Naik, C.N.K., Gantasala, S.B. dan Prabhakar, G.V. 2010. Service Quality (Servqual) And Its Effect On Customer Satisfaction In Retailing. *Journal of Social Sciences.* Vol.16, No.2. PP 231-243.
- [20] Nasionalxpos. 2018. “Kansoda’a dan Kabuenga Adalah Ikon Pembuka Wakatobi Wave, Pukau Kementrian Pariwisata”. Sumber: [https://www.nasionalxpos.co.id/2016/12/kansodaa-dan-kabuenga-adalah-ikon\\_17.html](https://www.nasionalxpos.co.id/2016/12/kansodaa-dan-kabuenga-adalah-ikon_17.html). Diakses 13/01/2019.
- [21] Ndlovu, T.P., Sibiya, N.P., dan Diampiccoli, A. 2018. Assessing Local Community Participation In Community Based Tourism: The Case Of The Zulu-Mpophomeni Tourism Experience. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure.* Vol. 7 No..2. PP 1-14.
- [22] Nugroho, Budiarto dan Subagja, I.K.. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Perkreditan Rakyat Gracia Mandiri Bekasi Timur, *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana.* Volume 6. No.1. PP 28-47.
- [23] Parasuraman, A., V. Zeithaml, and L. Berry. 1990. *Delivering Quality Service .* New York: Free Press.
- [24] Parasuraman, A.P., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L. 1988. SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Research Gate.* Vol.64.No.1. PP 12-40.



- [25] Park, Eerang., Phandanouvong, T. dan Kim, S. 2017. Evaluating Participation in community-based tourism; a local perspective in Laos. *Current Issues in Tourism Journal*. PP 1-5.
- [26] Ponna, Peng dan Prasiasa, D.P.O. 2011. Community Participation for Sustainable Tourism in Heritage Site: A Case of Angkor, Siem Reap Province, Cambodia. *Mudra*. Vol.26, No.3. PP 306-313.
- [27] Prabhakaran, S., Nair, V., dan Ramachandran, S. 2014. Community participation in rural tourism: Towards a conceptual framework. *Science Direct*. Vol.144. PP 290-295.
- [28] Putra, IN Darma. 2015. *Pariwisata Berbasis Masyarakat Model Bali*. Denpasar: Program Studi Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana bersama Buku Arti.
- [29] Putri, R.A., Farida, N. dan Dewi, R.S. 2015. Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol.4. No.1. PP 1-11.
- [30] Rahim, Firmansyah. 2012. "Pedoman Kelompok Sadar Wisata". Sumber: [http://kemenpar.go.id/userfiles/1\\_%20Pedoman%20Pokdarwis.pdf](http://kemenpar.go.id/userfiles/1_%20Pedoman%20Pokdarwis.pdf). Diakses pada 23/09/2017.
- [31] Robbins, S.P. 1998. *Organizational behavior: Concepts, Controversies, Applications (8th edition)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall
- [32] Sapuan, Budiyo, dan Kahar Hakim. 2012. Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Pembangunan Pariwisata Pantai Panjang Bengkulu (Studi Kasus Pokdarwis Laut Biru Kelurahan Pasar Bengkulu Kec. Sungai Serut Kota Bengkulu). Bengkulu. *UNIB Scholar Repository*.
- [33] Sari, D.R. 2017. Kerjasama Swiss dan Indonesia Dalam Pengembangan Industri Pariwisata di Wakatobi. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*. Vol.5, No.3. PP 745-760.
- [34] Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2017. "Tahun 2017 Kita Genjot Sektor Pariwisata". Sumber: <http://setkab.go.id/tahun-2017-kita-genjot-sektor-pariwisata/>. Diakses pada 04/09/2018.
- [35] Senyana-Stone, L. dan Moren-Stone, T. 2011. Community-Based Tourism Enterprises: Challenges And Prospects For Community Participation; Khama Rhino Sanctuary Trust, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol.19, No. 1. PP 97-114.
- [36] Suastuti, N.L. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Freestanding Restaurant Di Kawasan Pariwisata Nusa Dua- Kabupaten Badung. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*. Vol.2 No.1. PP 109-222.
- [37] Sugiyono, 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.
- [38] Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- [39] Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [40] Susepti, A., Hamid, D., dan Kusumawati, A. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 50. No. 5. PP 27-36.
- [41] Suwintari, IGA. Eka. 2012. Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan Tourism Information Counters Di Jalan Padma Utara Legian, Kuta. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*. Vol.2. No. 2.



- 
- [42] Syamsuddin, A.R dan Damaianti, V.S. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [43] Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- [44] Tosun, Cevat. 2000. Limits To Community Participation In The Tourism Development Process In Developing Countries. *PERGAMON, Tourism Management*. No. 21. PP 613-633.
- [45] Wardhani, Aprilia Ayu. 2016. “Peran Pokdarwis dalam Pengembangan Desa Wisata Dewi Sri” (*Skripsi*). Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- [46] Yuniar, S.S., Arijanto, S. dan Liansari, G.P. 2014. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Berdasarkan Hasil Pengukuran Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Di PT.X. *Jurusan Teknik Industri Institut Teknologi Nasional (ITENAS)*. Bandung. Vol.2. No.2. PP 98-109.





HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN