

SERVICE QUALITY AND IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS TO ACHIEVED SUSTAINABILITY TOURISM DEVELOPMENT ON MARINE PERFORMANCE TOURISM

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PENTINGNYA KINERJA TERHADAP PENCAPAIAN KEBERLANJUTAN PENGEMBANGAN PARIWISATA KINERJA LAUT PARIWISATA

Endang Suprihatin^{1a*}, Ainur Rofiq²

¹²Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi, Indonesia

^aendangsuprihatin@untag-banyuwangi.ac.id
^brofiq6262@gmail.com

(*) Corresponding Author

endangsuprihatin@untag-banyuwangi.ac.id

How to Cite: Endang (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pentingnya Kinerja Terhadap Pencapaian Keberlanjutan Pengembangan Pariwisata Kinerja Laut Pariwisata

doi: 10.36526/js.v3i2. 3209

Received : 30-08-2023
 Revised : 06-10-2023
 Accepted : 06-11-2023

Keywords:
customer satisfaction, sustainability, service quality, Importance Performance Analysis, tourism development

Abstract

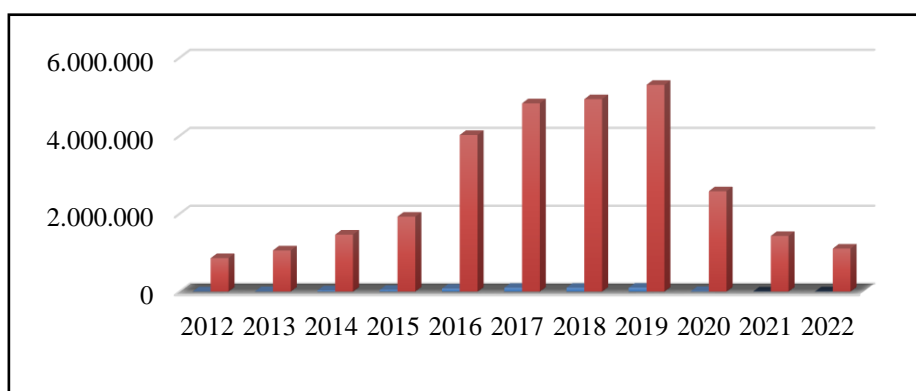
The aim of the research is to achieve visitor satisfaction in the marine tourism services industry, which is a sector of special attention developed in order to increase the country's economic growth, efforts to attract tourists to come to visit their destinations by offering tourism to the beauty of the unspoiled sea as a local strength with characteristics. a unique distinction that other regions of the country do not have. The Cacalan beach object is at the tip of Java Island, Banyuwangi, Indonesia. Many facilities, including the beach, river, canoe arena and horse riding arena, must improve the quality of service so that the safety of tourists is maintained, thereby creating a feeling of security and happiness when traveling. Based on the development of customer satisfaction theory, service quality and Importance Performance Analysis, the sample calculation comes from 16 Servqual dimension indicators totaling 80 respondents. The results of the Servqual analysis show a negative gap in customers who are still dissatisfied, namely beach officers spread across several points -0.125, Canoe boat facilities safe to ride -0.575, personal protective equipment when riding a horse -0.438, the beach is equipped with talking boards distributed throughout the beach -0.363, beach officers are able to provide good communication -0.112, the beach provides luggage storage -0.537. The results of the IPA analysis that need to be improved are in quadrant 1, including adequate equipment and facilities at the beach, the beach location is easy to reach, the service of the beach cafe staff is agile and friendly, visitor officers direct visitors to iconic places on the beach, officers help visitors to board canoes. , the results of this research are very useful for tourism-related agencies and the tourism management industry to increase tourist satisfaction in order to achieve sustainable tourism goals. The limitation of the research is that the respondents are not yet uniform or homogeneous because they still come from a mix of tourists, namely domestic and foreign tourists, so further research is still needed.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki semua potensi wisata bahari yang menarik untuk dikembangkan, karena mempunyai keunikan kekayaan laut yang masih alami. Para pengunjung wisata atau turis lebih tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata laut yang masih organik atau berbasis alam dari pada wisata buatan (Bilynets, 2023). Sampai saat ini banyak daerah-daerah yang mulai menonjolkan keunikan dan keindahan tempat pariwisata yang dimiliki untuk meningkatkan perekonomian (Baek, 2021). Dalam usaha untuk menjaring minat wisatawan agar datang berkunjung maka setiap destinasi wisata harus memotivasi pengelola pariwisatanya untuk mengembangkan konsep

destinasi wisata bahari yang berciri khas khusus dengan menyajikan berbagai model pariwisata yang berkelanjutan (*sustainability*). Terdapat beberapa katagori motivasi dari setiap individu yang akan melakukan wisata, yang meliputi faktor fisik dan non fisik, faktor fisik meliputi kondisi tubuh yang dirasakan oleh para wisatawan yang merasa sehat, sedangkan non fisik meliputi perasaan bahagia yang dirasakan oleh wisatawan pada saat melakukan kegiatan berwisata (Thal, 2019).

Beberapa tahun terakhir bisnis pariwisata telah muncul sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi negara hal ini dikarenakan negara-negara semakin proaktif dalam meningkatkan standar tata kelola untuk meningkatkan daya saing pariwisata alam mereka dalam menarik arus masuk wisatawan asing (Swamy, 2022). Berikut adalah data kunjungan wisatawan yang datang ke wilayah ujung timur pulau jawa Banyuwangi Indonesia, sebagaimana dalam gambar 1.1 dibawah ini :



Sumber : Radar Banyuwangi

Gambar 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Th. 2012-2022

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, data kunjungan wisatawan mulai tahun 2012 yang terus mengalami kenaikan hingga tahun 2019, hal ini menunjukkan trend yang positif bagi para pengelola destinasi wisata, namun karena terjadi kendala badai pandemi covid 19 pada tahun 2020-2021 kunjungan wisatawan mulai menurun dikarenakan adanya pembatasan wilayah serta aktifitas fisik, maka dari itu kunjungan wisatawan menurun drastis. Namun tetap optimis karena mulai tahun 2022 terjadi pergerakan yang kembali mengalami kenaikan, masyarakat dunia mulai mencari aktifitas kegiatan seperti olah raga, touring maupun mengunjungi tempat wisata untuk refreshing agar tercapai kesehatan dan kebahagiaan fisik dan psikisnya. Adapaun data-data wisata pantai yang paling menarik untuk dikunjungi yang berada di wilayah Banyuwangi sendiri yaitu salah satunya wisata Pantai Cacalan yang dikunjungi sebanyak 137.054 orang setiap tahun. Setiap hari pariwisata Banyuwangi mulai dilirik oleh wisatawan baik domestik maupun manca negara, sehingga bidang pariwisata bahari layak untuk menjadi sektor yang bisa dikembangkan untuk menaikkan tingkat perekonomian dan juga kesejahteraan masyarakat.

Salah satu destinasi wisata bahari yang masih alami dan menarik di Banyuwangi yaitu ada di urutan ke-3 yaitu Pantai Cacalan, alasan penentuan obyek dikarenakan pada lokasi wisata ini memiliki fasilitas bahari yang sangat lengkap, diantaranya pantai dan hilir sungai yang merupakan destinasi kano dan arena berkuda, sehingga membutuhkan penelitian lebih dalam terkait fasilitas keamanan dan sarana prasarana yang dibutuhkan agar sesuai dengan harapan pengunjung, wisata ini juga dikelola oleh kelompok Sadar Wisata yang terdiri dari warga desa kelurahan setempat. Pantai Cacalan ini memiliki beberapa fasilitas seperti area parkir, balai pertemuan, cafetaria, kamar mandi umum, kios *souvenir*, kuliner, musholla, outbond dan kano. Dari banyaknya fasilitas yang tersedia di Pantai Cacalan pelayanan yang ada tentunya juga harus lebih ditingkatkan. Masih terdapat banyak pengunjung yang memperlmasalahkan pelayanan yang ada pada Pantai Cacalan seperti wisata kano yang kurang keamanannya, papan bicara yang belum tersedia sehingga banyak pengunjung yang tidak mengetahui larangan dan petunjuk saat berenang dipantai, menaiki kano dan olah raga

berkuda, oleh karena itu analisis mengenai kepuasan pengunjung sangat penting dilakukan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan Pantai. Berikut ini adalah keluhan yang sering dikeluhkan pengunjung pada wisata Pantai Cacalan melalui kotak saran yang telah disediakan.

Tabel 1.1 Keluhan Pengunjung Tahun 2022-2023 Bulan Desember-Januari

Keluhan	Jumlah Keluhan	Presentase (%)
Tidak adanya pelampung di area perahu kano	180	32%
Kurangnya pengawas pantai di area pantai cacalan	59	10%
Tidak adanya tempat penitipan barang di area pantai cacalan	63	11%
Kurangnya papan arahan disekitar menuju pantai cacalan	98	18%
Kurangnya alat pelindung diri saat menaiki kuda	162	29%
Total	562	100%

Dari data tabel 1.1 di atas diketahui data keluhan pengunjung pada wisata Pantai yang terjadi pada bulan Desember 2022 sampai Januari 2023, keluhan pengunjung yang ditemukan masih cukup banyak, yaitu sebesar 562 keluhan selama 2 bulan terakhir. Adapun keluhan terbanyak yaitu tidak adanya pelampung di area perahu Kano dengan jumlah keluhan 180 keluhan dari para pengunjung.



Gambar 1.2. perahu kano tanpa pelampung

Keluhan pengunjung sesuai pada gambar 1.2 diatas adalah kurangnya standard keselamatan berupa pelampung yang belum disediakan, ini menyebabkan kualitas pelayanan di wisata Pantai menurun, sehingga menyebabkan para pengunjung pantai merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan pihak wisata dan menyebabkan destinasi wisata kurang diminati oleh para pengunjung wisata. Melihat kondisi tersebut, peneliti melakukan pengembangan ilmu kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode service quality importance performance analysis untuk perbaikan kualitas pelayanan pantai terhadap keluhan pelanggan yang ada, sehingga wisata bahari pantai Cacalan Banyuwangi menjadi destinasi wisata yang aman dan nyaman bagi pengunjung.

1. LITERATURE REVIEW

Pengertian Jasa

Penelitian ini merupakan pengembangan dari teori pemasaran di bidang jasa yang dikemukakan oleh Parasuraman (1985) yang membahas tentang pelayanan (*service*) yang akan menjadi pemenang dari persaingan baik industri jasa maupun manufakturing, bahwa terdapat 4 kesenjangan yang berpotensi menimbulkan masalah kualitas jasa dan ketidakpuasan pelanggan. Kesenjangan yang dimaksud disini adalah perbedaan antara ekspektasi pelanggan dan persepsi

mengenai kualitas yang diterima pelanggan. Keempat kesenjangan tersebut adalah : 1) harapan pelanggan dan persepsi manajemen, 2) spesifikasi manajemen kualitas jasa, 3) spesifikasi kualitas jasa penghantaran jasa, dan 4) penghantaran jasa komunikasi eksternal.

Menurut Pawestriningtyas (2020) jasa merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dalam hal ini misalnya penjual dengan pembeli, dan pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu sehingga jasa tersebut tidak dapat dilihat.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan teori kepuasan pelanggan menurut Fishburn (1970) Secara garis besar pengertian dari teori Utilitas adalah kemampuan sebuah institusi atau organisasi perusahaan dalam memenuhi kepuasan konsumennya, teori kepuasan yang lain adalah menurut Sumarsid (2022) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan, dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan wisatawan dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka wisatawan tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka wisatawan akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka wisatawan akan merasa gembira dan sangat puas. penelitian tentang kebijakan di negara Hongkong yang memberikan garansi kepuasan bagi para pelancong / turis sekaligus bagi penduduk lokalnya, menjadi dasar untuk peningkatan sektor ekonomi pariwisata konstruksi teoritis dan rekomendasi kebijakan untuk pengembangan dan keberlanjutan pariwisata berbasis wisata alami di Hong Kong, (Zhang, 2016).

Pengertian Metode *Service Quality* (*Servqual*)

Menurut Ulkhaq (2017) *servqual* merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk menilai kualitas layanan jasa yang memperbandingkan dua elemen utama, yaitu: harapan/ekspektasi dari pelanggan jasa yang akan dinilai. Suatu layanan jasa dianggap memuaskan suatu pelanggan apabila kinerja pada sebuah atribut meningkat lebih besar dari harapan atas atribut bersangkutan, maka persepsi kepada jasa yang diberikan akan positif dan begitu pula sebaliknya.

$$\text{Skor } \textit{servqual} = \text{skor Persepsi} -$$

Sumber : (Sundari, 2022)

Dimensi Kualitas Jasa

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh (Eka, 2018) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*Reliability*)
Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*)
Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.
4. Empati (*Empathy*)
Menyatakan bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kekuatan dari masing-masing pernyataan pada kuesioner yang disebar. Dalam mengukur validitas digunakan alat berupa *software SPSS*. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap nilai pada setiap butir pernyataan dengan nilai total seluruh butir pernyataan untuk satu variabel. Hasil pengujian valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Sumber : (Fishburn, 1970)

Keterangan :

- R_{xy} = Koefisiensi korelasi
- N = Jumlah subjek.
- X = Skore item.
- Y = Skor total.
- $\sum X$ = Jumlah skor item.
- $\sum Y$ = Jumlah skor total.
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item.
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total.

Uji reliabilitas menurut Handono (2019) adalah instrument yang digunakan dalam penelitian dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mengungkap informasi yang benar di lapangan. Setiap indikator pada kuesioner dikatakan reliable apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar 0,6.

$$r_i = \sqrt{\frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{S^2(b)}{S^2(t)} \right)}$$

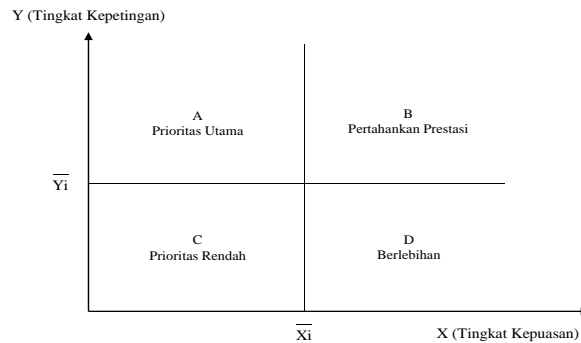
Sumber : (Yulianto, 2018)

Keterangan :

- k = Banyaknya butir instrumen.
- $\sum S^2(b)$ = Jumlah varian butir instrumen.
- $S^2(t)$ = Jumlah total instrumen.

Metode *Important Performance Analysis* (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1997) dengan tujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam produk atau servisnya (Saffan, 2018). Metode *Important Performance Analysis* adalah sebuah metode yang dipakai untuk mengukur tingkat pelayanan terhadap harapan serta keinginan konsumen. Dengan metode ini dapat diketahui atribut mana saja yang perlu ditingkatkan guna mencapai pemenuhan kepuasan pelanggan.



Gambar 2.1 Diagram IPA

Keterangan gambar 2.1 diatas adalah sebagai berikut :

1. Kuadran A atau Kuadran 1
 Pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan memiliki nilai tinggi, yang berarti atribut tersebut penting dilakukan berdasarkan harapan pelanggan. Akan tetapi pada tingkat kepuasan berada pada posisi yang rendah, sehingga perlu upaya perbaikan.
2. Kuadran B atau Kuadran 2
 Pada kuadran ini memperlihatkan bahwa tingkat kepuasan serta tingkat kepentingan terletak pada tempat yang tinggi. Hal tersebut menunjukkan pelayanan yang dilakukan telah memenuhi harapan pelanggan.
3. Kuadran C atau Kuadran 3
 Kuadran ini memperlihatkan bahwa tingkat kepuasan serta tingkat kepentingan terletak pada tempat yang rendah. Hal tersebut berarti atribut yang berada pada kuadran ini belum memenuhi harapan pelanggan.
4. Kuadran D atau Kuadran 4
 Kuadran ini memperlihatkan tingkat kepuasan terletak pada tempat yang tinggi serta tingkat kepentingan terletak pada tempat yang rendah. Hal tersebut berarti bahwa pelayanan pada atribut yang terletak pada kuadran ini sudah baik walaupun dirasa kurang penting bagi pelanggan.

METODE

Metode penelitian yang dilakukan merupakan penelitian survei yang bersifat kuantitatif. Objek penelitian ini dilakukan di Pantai Cacalan Banyuwangi yang berlokasi di Lingkungan Sukowidi, Klatak, Kec. Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68421. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Desember-Januari, Tahun 2022-2023.

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung di lapangan atau data yang bersumber kuesioner (angket) yang dibagikan kepada responden pengunjung wisata bahari.
2. Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung. Data tersebut biasanya berupa file dokumen maupun melalui orang lain. Selain itu peneliti juga dapat menambahkan data melalui berbagai sumber seperti jurnal, buku, artikel, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *tourism* dan ditambah data dari sumber informasi dinas pariwisata sebagai penunjang dan pelengkap.

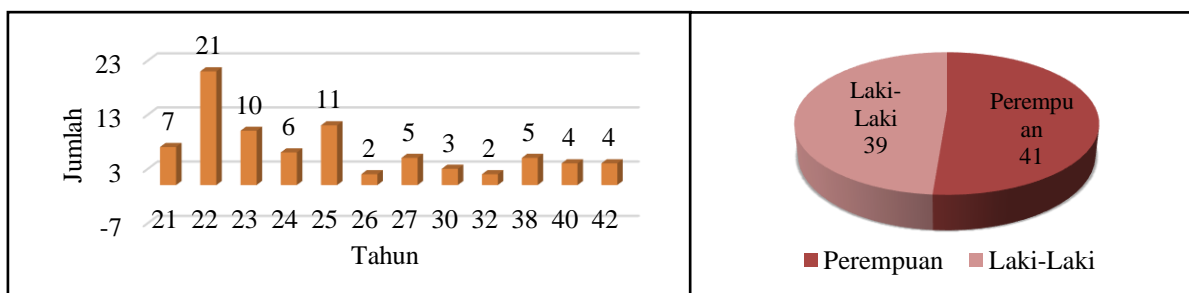
Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2019), skala *likert* berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi konsumen tentang sebuah fenomena sosial. Adapun pembagian skor yang digunakan pada tingkat kepuasan/kepentingan yaitu :

- 1 = Tidak Puas/ Tidak Penting
- 2 = Kurang Puas/ Kurang Penting
- 3 = Cukup Puas/ Cukup Penting
- 4 = Puas/ Penting

5 = Sangat Puas/ Sangat Penting

Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Roscoe dalam (Sugiyono, 2019), yaitu bila dalam penelitian yang akan digunakan menggunakan multivariate, maka jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah indikator variabel X1, X2, X3, X4, X5, dan Y dikalikan dengan 5-10 (sesuai dengan ketentuan Roscoe). Maka dari itu, 16 indikator dimensi *Service Quality* x 5 = 80 sampel

Berdasarkan penelitian terhadap 80 responden, dapat diketahui karakteristik pengunjung Pantai Cacalan Banyuwangi berdasarkan usia, jenis kelamin, dan kota asal adalah sebagai berikut. Hasil rekapitulasi responden berdasarkan usia pada gambar berikut ini.



Gambar 3.1 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Usia dan gender

Dapat dilihat pada gambar 3.1 bahwa pada pengunjung Pantai memiliki umur paling banyak yaitu pada umur 22 tahun dengan perolehan 21 pengunjung, dan perolehan umur paling sedikit adalah pada umur 26 dan 32 tahun dengan jumlah 2 pengunjung d total 80 pengunjung. Terdapat perolehan data pengunjung sebanyak 91 dengan total jenis kelamin perempuan dsebanyak 50 dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 41.

Adapun tabel pernyataan kuesioner dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1 Pernyataan Kuesioner

Pernyataan	Kepentingan					Kepuasan				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Tangible/Bukti Fisik										
Pantai Cacalan Banyuwangi memiliki pemandangan bagus untuk dijadikan tempat wisata.										
Perlengkapan dan fasilitas di Pantai Cacalan Banyuwangi lengkap dan memadai.										
Lokasi Pantai Cacalan Banyuwangi mudah dijangkau oleh pengunjung.										
Reliability/Kehandalan										
Pelayanan yang diberikan pekerja loket Pantai Cacalan Banyuwangi sangat memuaskan.										
Pelayanan petugas cafe Pantai Cacalan Banyuwangi cekatan dan ramah.										
Petugas Pantai Cacalan Banyuwangi tersebar di beberapa titik sehingga memuskan pengunjung.										
Responsiveness/Daya Tanggap										
Petugas mengarahkan pengunjung ke tempat yang menjadi icon di Pantai Cacalan Banyuwangi.										
Petugas membantu pengunjung untuk menaiki perahu kano yang tersedia di sekitar Pantai Cacalan Banyuwangi										

Petugas membantu pengunjung untuk menikmati pemandangan di Pantai Cacalan Banyuwangi menggunakan kuda.
Assurance/Jaminan
Fasilitas perahu kano yang ada di Pantai Cacalan Banyuwangi aman untuk dinaiki.
Pengunjung dilengkapi alat pelindung diri saat menaiki kuda di daerah pesisir Pantai Cacalan Banyuwangi.
Pantai Cacalan Banyuwangi dilengkapi dengan papan bicara yang disebar diseluruh pantai.
Empathy/Empati
Petugas Pantai Cacalan Banyuwangi mampu menjalin komunikasi yang baik dengan para pengunjung.
Karyawan cafe Pantai Cacalan Banyuwangi mampu memenuhi kebutuhan pengunjung.
Komplain pengunjung ditanggapi dengan cepat oleh petugas Pantai Cacalan Banyuwangi.
Pantai Cacalan Banyuwangi menyediakan penitipan barang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Validitas dan Reliabilitas

Rumus ($df = n-2$)

$df = 80-2$ ($df = 78$, dengan nilai signifikan 10%) yaitu 0,185

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Kode Pernyataan	R hitung Kepentingan	R hitung Kepuasan	R tabel	Valid/ Tidak Valid	Cronbach's Alpha if Item Deleted (Kepentingan)	Cronbach's Alpha if Item Deleted (Kepuasan)	Kesimpulan
P1	0,600	0,189	0,185	Valid	.874	.881	Reliabel
P2	0,579	0,474	0,185	Valid	.875	.868	Reliabel
P3	0,511	0,547	0,185	Valid	.878	.865	Reliabel
P4	0,495	0,634	0,185	Valid	.879	.861	Reliabel
P5	0,397	0,655	0,185	Valid	.883	.860	Reliabel
P6	0,561	0,602	0,185	Valid	.876	.863	Reliabel
P7	0,521	0,631	0,185	Valid	.878	.861	Reliabel
P8	0,629	0,770	0,185	Valid	.873	.853	Reliabel
P9	0,731	0,768	0,185	Valid	.868	.853	Reliabel
P10	0,760	0,532	0,185	Valid	.867	.867	Reliabel
P11	0,680	0,532	0,185	Valid	.870	.867	Reliabel
P12	0,710	0,697	0,185	Valid	.869	.857	Reliabel
P13	0,550	0,469	0,185	Valid	.876	.868	Reliabel
P14	0,533	0,579	0,185	Valid	.877	.863	Reliabel
P15	0,613	0,686	0,185	Valid	.874	.858	Reliabel
P16	0,714	0,583	0,185	Valid	.869	.864	Reliabel

Dari tabel 4.1 di atas, terdapat 16 butir pernyataan kepuasan pelanggan dikatakan semuanya valid. Karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, dimana $r\text{-tabel}$ adalah 0,185 dengan tingkat *error* atau kesalahan sebesar 10%. Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60, dengan

menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60. Sehingga jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

Analisis Dengan Menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)*

Setelah jumlah ditabulasi, kemudian dilakukan perhitungan bobot kepentingan dan kepuasan, dimana variabel pernyataan untuk tingkat (kepentingan) diwakili huruf Y dan (kepuasan) diwakili dengan huruf X.

$$\begin{aligned} \sum Y_i &= (39 \times 5) + (26 \times 4) + (14 \times 3) + (1 \times 2) + (0 \times 1) \\ &= 195 + 104 + 42 + 2 = 343 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y_i &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= \frac{343}{80} \\ &= 4,288 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya membuat tabulasi dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Bobot

Kode pernyataan	Nilai skor ($\sum Y_i$)	Nilai rata-rata kepentingan pengunjung (Y_i)	Nilai skor ($\sum X_i$)	Nilai rata-rata kepuasan pengunjung (X_i)
P1	343	4,288	349	4,363
P2	326	4,075	346	4,325
P3	332	4,150	351	4,388
P4	345	4,313	352	4,400
P5	335	4,188	354	4,425
P6	347	4,338	337	4,213
P7	332	4,150	345	4,313
P8	336	4,200	347	4,338
P9	334	4,175	339	4,238
P10	359	4,488	313	3,913
P11	343	4,288	308	3,850
P12	355	4,438	326	4,075
P13	354	4,425	345	4,313
P14	342	4,275	349	4,363
P15	339	4,238	344	4,300
P16	350	4,375	307	3,838

Dari tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa rata-rata kepentingan pengunjung Pantai Cacalan Banyuwangi paling tinggi berada pada pernyataan ke-10 mendapatkan skor 359 dengan rata-rata 4,488. Sedangkan untuk rata-rata kepuasan pengunjung Pantai Cacalan Banyuwangi paling tinggi berada pada pernyataan ke-5 mendapatkan skor 354 dengan rata-rata 4,425. Setelah menyebar kuesioner, maka diperoleh hasil nilai kepentingan dan kepuasan pada setiap pernyataan yang telah dianalisis pada setiap pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

$$\begin{aligned} \text{Skor gap } \textit{servqual} &= \text{skor kepuasan} - \text{skor kepentingan} \\ &= 4,363 - 4,288 = 0,075 \end{aligned}$$

Tabel 4.3 Kesenjangan Antara Kepentingan dan Kepuasan

Dimensi	Kode	Kepuasan	Kepentingan	Gap	Gap Dimensi
Tangible	P1	4,363	4,288	0,075	0,188
	P2	4,325	4,075	0,250	
	P3	4,388	4,150	0,238	

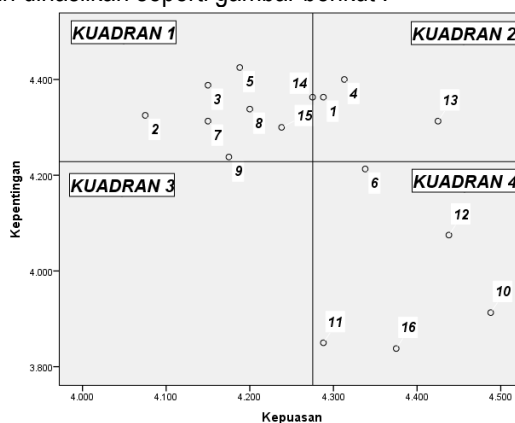
Reliability	P4	4,400	4,313	0,087	0,066
	P5	4,425	4,188	0,237	
	P6	4,213	4,338	-0,125	
Responsiveness	P7	4,313	4,150	0,163	0,121
	P8	4,338	4,200	0,138	
	P9	4,238	4,175	0,063	
Assurance	P10	3,913	4,488	-0,575	-0,459
	P11	3,850	4,288	-0,438	
	P12	4,075	4,438	-0,363	
Empathy	P13	4,313	4,425	-0,112	-0,125
	P14	4,363	4,275	0,088	
	P15	4,300	4,238	0,062	
	P16	3,838	4,375	-0,537	
Rata-Rata		4,228	4,275	0,075	
Gap Maksimum					0,250
Gap Minimum					-0,575

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.3 di atas secara garis besar dari butir dimensi pernyataan, terdapat beberapa gap yang negatif (-) yaitu:

- P6 (*Reliability*) dengan pernyataan “Petugas Pantai Cacalan Banyuwangi tersebar di beberapa titik sehingga memuaskan pengunjung” dengan nilai gap -0,125.
- P10 (*Assurance*) dengan pernyataan “Fasilitas perahu Kano yang ada di Pantai Cacalan Banyuwangi aman untuk dinaiki” dengan nilai gap - 0,575.
- P11 (*Assurance*) dengan pernyataan “Pengunjung dilengkapi alat pelindung diri saat menaiki kuda” dengan nilai gap -0,438.
- P12 (*Assurance*) dengan pernyataan “Pantai Cacalan Banyuwangi dilengkapi dengan papan bicara yang disebar di seluruh pantai” dengan nilai gap -0,363.
- P13 (*Empathy*) dengan pernyataan “Petugas Pantai Cacalan Banyuwangi mampu menjalin komunikasi yang baik dengan para pengunjung” dengan nilai gap -0,112.
- P16 (*Empathy*) dengan pernyataan “Pantai Cacalan Banyuwangi menyediakan penitipan barang” dengan nilai gap -0,537.

Importance Performance Analysis (IPA)

Berdasarkan tabel nilai rata-rata kepentingan dan kepuasan setiap atribut yang digunakan sebagai input data untuk menggambarkan letak kuadran setiap atribut pelayanan, penelitian ini menggunakan *software SPSS* sebagai aplikasi pembantu dalam menggambar diagram di *Important Performance Analysis* dan dihasilkan seperti gambar berikut :



Gambar 4.1 Diagram IPA

Pada gambar 4.4 diatas diperoleh data pada kuadran 1 menunjukkan bahwa tingkat kepentingan memiliki nilai tinggi, yang berarti atribut tersebut penting dilakukan berdasarkan harapan pelanggan. Akan tetapi pada tingkat kepuasan berada pada posisi yang rendah, sehingga perlu upaya perbaikan.

- a. Pernyataan 2 (Perlengkapan dan fasilitas di Pantai Cacalan Banyuwangi lengkap dan memadai)
- b. Pernyataan 3 (Lokasi Pantai Cacalan Banyuwangi mudah dijangkau oleh pengunjung)
- c. Pernyataan 5 (Pelayanan petugas cafe Pantai Cacalan Banyuwangi cekatan dan ramah)
- d. Pernyataan 7 (Petugas mengarahkan pengunjung ke tempat yang menjadi icon di Pantai Cacalan Banyuwangi)
- e. Pernyataan 8 (Petugas membantu pengunjung untuk menaiki perahu kano yang tersedia di sekitar Pantai Cacalan Banyuwangi)
- f. Pernyataan 9 (Petugas membantu pengunjung untuk menikmati pemandangan di Pantai Cacalan Banyuwangi menggunakan kuda)
- g. Pernyataan 14 (Karyawan cafe mampu memenuhi kebutuhan pengunjung)
- h. Pernyataan 15 (Komplain pengunjung ditanggapi dengan cepat oleh petugas Pantai Cacalan Banyuwangi)

PENUTUP

- a. Kepuasan pengunjung Pantai dilihat dari 5 dimensi *SERVQUAL* memiliki rata-rata nilai kepuasan 4,228 dan nilai rata-rata kepentingan 4,275 sehingga masih terdapat gapnya -0,047. Dapat diartikan gap nya terpenuhi kepentingannya dan belum terpenuhi kepuasannya.
- b. Dapat dilihat dari 16 pertanyaan tersebut, bahwasanya kepentingan dan kepuasan pengunjung Pantai masih kurang karena pada dimensi ini masih memiliki skor yang negatif, yaitu pada dimensi *Reliability* (-0,125); *Assurance* (-0,575 ; -0,438 ; -0,363) dan *Empathy* (-0,112 ; -0,537). Sedangkan di bagian dimensi *Tangible* dan *Responsiveness* sudah terpenuhi. Karena hasilnya positif.
- c. Analisis dengan metode *Important Performance Analysis* yang menempati kuadran 1 dan perlu proses perbaikan yaitu pada dimensi ; *Tangible 2, Tangible 3, Reliability 2, Responsiveness 1, Responsiveness 2, Responsiveness 3, Empathy 2, Empathy 3*.
- d. Hasil penelitian ini sangat bermanfaat bagi dinas pariwisata terkait maupun industri pengelola pariwisata untuk meningkatkan kepuasan wisatawannya dalam rangka mencapai tujuan wisata yang berkelanjutan (*sustainability*). *Limitation* penelitian adalah responden yang masih belum seragam atau homogen karena masih berasal dari wisatawan lokal dan mancanegara, sehingga masih dibutuhkan penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baek, J., Kim, Y., Kim, H., & Song, H. (2021). *Understanding visitors at an urban park by profiling of destination attributes. Sustainability (Switzerland)*, 13(7), , <https://doi.org/10.3390/su13074036>.
- Bilynets, I., knezevic Cvelbar, L., & Dolnicar, S. (2023). *Can publicly visible pro-environmental initiatives improve the organic environmental image of destinations? Journal of Sustainable Tourism*, 31(1), 32-46. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1926469>.
- Eka, D. (2018). *Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Vol. 16 No.2, ISSN : 1412 - 4521.
- Fishburn, P. C. (1970). *Utility theory For Decision Making* , (operations research society of America (Ed.); 23 of 130). John wiley & Sons Inc.
- Handono, F. W. (2019). *Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada CV Jia Pradana Dengan Metode Servqual*, Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi, Vol. 7 No. 3, p-ISSN : 2460 - 3562 / e-ISSN : 2620 - 8989.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. , Source: The Journal of marketing, 49(4), 41-50.

- Pawestriningtyas, N. C. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Survey Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 32 No. 2.
- Saffan, D. (2018). *Analisis Kepuasan Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Servqual, IPA, Dan QFD Di Teluk Lamong*, Vol. 3 No. 1.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsid., & Atik, B. P. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)*, Jurnal Ilmiah M-Progress, Vol. 12 No. 1.
- Sundari, I., & Elvin, L. H. (2022). *Implementasi SERVQUAL dan Importance Performance Analysis Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Shopee Indonesia*, Jurnal Sosial dan Teknologi, Vol. 2 No. 4, p-ISSN : 2774 - 5147 / e-ISSN : 2774 - 5155.
- Swamy, V., & M. A, L. (2022). Does good-governance influence foreign tourist inflow? *Tourism Analysis*, <https://doi.org/10.3727/108354222X16484969062783>.
- Thal, K. I., & Hudson, S. (2019). *A Conceptual Model of Wellness Destination Characteristics That Contribute to Psychological Well-Being*. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 43(1), 41–57., 43(1), 41-57, <https://doi.org/10.1177/1096348017704498>.
- Ulkhag, M. M. (2017). *Analisis kepuasan Planggan Menggunakan SERVQUAL : Studi Kasus Layanan Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Regional 1 Sumatera*, Jurnal Sistem dan Manajemen Industri, Vol. 1 No. 2, p-ISSN : 2580 - 2887 / e-ISSN : 2580 - 2895.
- Yulianto, A. R. (2018). *Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Ekonomi, Vol. 20 No. 2.
- Zhang, S., & Chan, C. S. (2016). Nature-based tourism development in Hong Kong: Importance–Performance perceptions of local residents and tourists. *Tourism Management Perspectives*, 20, 38–46. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2016.07.002>.