

ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA UMBUL PONGGOK KLATEN DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI

Oleh : Tifana Ridho Nursinggih, Dra. Apriatni EP, M.Si

Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

Email: tifana.tifana@gmail.com

Abstract

Recreation is that something human need. People have many choices of tourist attractions one of which is Umbul Ponggok Klaten. Umbul Ponggok Klaten has an underwater garden specialization. The company give the best innovation to fulfill the needs of its visitors. Visitors have there own choices in choosing which services to use, but visitor's consideration not only on services products, but others factor like quality of service, price and promotion provided by the company. Umbul ponggok always trying to giving the best quality of services, price, and promotion. Companie are always improving their quality of services, give a special offers of promotions, and quality of price. The strategies provided by companie are given in order to give satisfaction to visitors. Type of this research is descriptive analysis, with population of 100 respondents on Umbul Ponggok Klaten's visitors. Sampling in this research using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires. Data analysis method used by Importance performance analysis by using SPSS application. This study concludes that the quality of service, price, and promotion can made a visitor satisfaction. The quality of service has the lowest performance for visitor satisfaction compared with price performance and promotion performance. Based on this, we suggest that both companie has to improve the quality of service on several dimensions of existing services, and several attributes of promotion.. This is to increase visitor satisfaction of Umbul Ponggok Klaten to keep customers.

Rekreasi merupakan salah satu kebutuhan rohani manusia. Banyak tempat wisata yang dapat dijadikan pilihan. Umbul Ponggok Klaten merupakan salah satu objek wisata taman bawah air. Perusahaan telah memberikan inovasi terbaik untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Calon pengunjung dapat memiliki kebebasan untuk mengkonsumsi berbagai jenis jasa yang ditawarkan, namun pertimbangan pengunjung tidak hanya jasa yang ditawarkan tetapi juga hal lain seperti pelayanan yang disediakan, harga, dan promosi yang ditawarkan. Umbul Ponggok sentantiasa melakukan perbaikan terkait kualitas pelayanan, harga, dan promosi. Perbaikan tersebut dilakukan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta menjadi salah satu faktor pendukung bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali. Tipe penelitian ini adalah *Deskriptif analisis*, dengan populasi sebanyak 100 responden pada pengunjung Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Metode analisis data yang digunakan menggunakan *Importance performance analysis* dengan menggunakan aplikasi SPSS. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan promosi mampu menciptakan kepuasan pengunjung. Kualitas Pelayanan Umbul Ponggok Klaten memiliki kinerja yang paling rendah jika dibandingkan dengan kinerja harga dan kinerja promosi. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyarankan agar perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan pada beberapa dimensi pelayanan yang ada, dan beberapa atribut promosi.

Keywords

Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Kepuasan Pengunjung, Umbul Ponggok Klaten
Service Quality, Price, Promotion, Visitor satisfaction, Umbul Ponggok Klaten

Pendahuluan

Industri pariwisata merupakan industri yang menghasilkan devisa negara dalam jumlah yang besar. Pariwisata juga merupakan salah satu bentuk usaha strategis. Kemunculan industri pariwisata dapat menyebabkan kemunculan kegiatan bisnis di bidang lain, misalnya : biro perjalanan dan akomodasi, tempat penginapan, toko cinderamata dan kerajinan, *restaurant*, dan persewaan peralatan terkait fasilitas yang ditawarkan oleh objek wisata tersebut. Potensi-potensi wisata yang dipandang sebagai salah satu peluang dalam bisnis dapat menarik pengunjung dan dapat meningkatkan pendapatan.

Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaian.

Oleh karena itu, jika kinerja perusahaan dibawah harapan pelanggan, maka tidak akan tercipta kepuasan pelanggan seperti apa yang diinginkan perusahaan. Pelanggan yang tidak puas kemungkinan besar tidak akan kembali menggunakan produk atau jasa yang dikeluarkan perusahaan dan nantinya akan beralih kepada turunan profitabilitas.

Kepuasan pelanggan akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan apabila tingkat kepuasannya tinggi. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mencegah perputaran pelanggan (*customer turnover*), mengurangi sensitivitas

pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell dalam Lupiyadi dan Hamdani, 2006:192).

Selain kualitas pelayanan, harga berperan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Harga merupakan faktor penting bagi konsumen sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam mengonsumsi suatu produk atau jasa (Kotler, 1994:112) karena bagi pelanggan harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas barang atau jasa yang dikonsumsi.

Selain kualitas pelayanan dan harga, pengenalan produk atau jasa melalui promosi dibutuhkan oleh suatu perusahaan jasa. Baik buruknya promosi yang digunakan dapat menyebabkan tinggi rendahnya kepuasan pengunjung. Bila isi dan pesan dalam promosi yang digunakan baik dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya, maka kepuasan pengunjung akan menjadi tinggi. Demikian juga sebaliknya, apabila promosi yang digunakan tidak baik dan tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya maka kepuasan pengunjung akan menjadi rendah.

Salah satu perusahaan taman rekreasi air yang saat ini tengah diminati oleh masyarakat adalah Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten. Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata taman bermain air yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa Ponggok (BUMDes Ponggok) yang menunjukkan eksistensinya dengan melayani jasa pariwisata taman bawah air (*underwater*). Menyadari pentingnya mempertahankan

pelanggan dibanding strategi agresif seperti memperluas ukuran pasar dengan menggaet konsumen potensial (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:196), maka Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik, dan berusaha membangun kepuasan para pelanggannya sehingga pelanggan bersedia untuk kembali menggunakan jasa Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten.

Namun demikian, berdasarkan data yang diperoleh dari Manajemen Pengelola Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten jumlah pengunjung tidak mencapai target setiap tahunnya terhitung sejak tahun 2014. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1

Data Target dan Jumlah Pengunjung Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten

No	Tahun	Target Pengunjung	Jumlah Pengunjung	Σ kenaikan	% Tase kenaikan
1	2014	185.000	167.445	-	-
2	2015	380.000	367.000	199.555	119,18 %
3	2016	520.000	495.621	128.621	35.05 %

Apabila diperhatikan dari data di atas, jumlah pengunjung Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten sejak tahun 2014 hingga tahun 2016 memang mengalami peningkatan. Jumlah pengunjung Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten pada tahun 2014 sebanyak 167.445 orang, meningkat 199.555 orang dengan persentase peningkatan 119% di tahun 2015. Sedangkan dari tahun 2015 ke tahun 2016 kenaikan jumlah pengunjung hanya berkisar 128.621 orang dengan persentase peningkatan 35% saja, hal ini menunjukkan terjadi penurunan persentase kenaikan dari tahun sebelumnya.

Tidak hanya itu saja, juga ditemukan adanya beberapa keluhan yang dirasakan oleh pengunjung terkait Umbul Ponggok. Keluhan-keluhan tersebut

diantaranya : kualitas fasilitas yang disediakan, terlihat beberapa meja, kusi, maupun pintu kamar mandi yang kondisinya rusak. Lantai disekitaran kolam licin karena terlihat berlumut dan mengakibatkan beberapa pengunjung terpeleat. Kebersersihan kolam dan air yang masih kurang terjaga, terlihat beberapa sampah plastik maupun sampah dedaunan di dalam kolam serta air kolam yang sedikit bau amis.

Dengan tidak tercapainya target jumlah pengunjung setiap tahunnya serta adanya beberapa keluhan yang dirasakan oleh pengunjung hal ini menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan oleh pihak pengelola belum optimal. Hal ini mungkin dapat disebabkan oleh pelayanan yang kurang memuaskan, mahalnya harga tiket yang ditawarkan, serta promosi yang tidak tepat sasaran.

Perumusan Masalah

Dengan kondisi tersebut peneliti ingin mengetahui tingkat kepuasan pengunjung Objek Wisata Umbul Ponggok ditinjau dari kualitas pelayanan, harga, dan promosi, sehingga perumusan masalah dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Seberapa besar perbedaan antara harapan konsumen dan kinerja Variabel Kualitas Pelayanan Objek Wisata Umbul Ponggok?
2. Seberapa besar perbedaan antara harapan konsumen dan kinerja Variabel Harga Objek Wisata Umbul Ponggok?
3. Seberapa besar perbedaan antara harapan konsumen dan kinerja Variabel Promosi Objek Wisata Umbul Ponggok?
4. Atribut apa yang dianggap penting oleh pengunjung untuk menciptakan kepuasan tetapi pelaksanaannya belum dilaksanakan secara optimal oleh pihak pengelola?

Kajian Teori

Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas jasa terpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 1996:59), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan yang diharapkan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa beserta pelayanannya (Swastha, 2007:147).

Promosi

Promosi didefinisikan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha, 2007:237).

Kepuasan Pelanggan

Day dalam Tse dan Wilson (Fandy Tjiptono, 2004:146) menyatakan kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang setelah pemakaiannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*).

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang harus di uji kebenarannya. Arikunto (2006 :71), mengatakan bahwa hipotesis adalah suatu kesimpulan itu belum final, masih harus dibuktikan kebenarannya atau hipotesis adalah

jawaban sementara. Maka hipotesis dalam penelitian ini yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan antara Harapan dan Kinerja variabel Kualitas Pelayanan (X1)
2. Terdapat perbedaan antara Harapan dan Kinerja variabel Harga (X2)
3. Terdapat perbedaan antara Harapan dan Kinerja variabel Promosi (X3)
4. Terdapat atribut yang dianggap penting oleh pengunjung untuk menciptakan kepuasan tetapi pelaksanaannya belum dilaksanakan secara optimal oleh pihak pengelola.

Metodologi Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2006:10).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:116). Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Umbul Ponggok Klaten.

Menurut Donald R. Cooper dan C. William Emory dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Bisnis (1996 : 211). Formula dasar dalam menentukan ukuran sampel probabilitas mengasumsikan bahwa populasi adalah tak terbatas. Jadi, sejumlah sampel sebanyak 100 responden yang diambil dari populasi sejumlah 5000 orang secara kasar mempunyai ketetapan estimasi yang sama dengan 100 sampel yang diambil dari 200 juta populasi. Berdasarkan teori pengambilan sampel tersebut, maka jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *nonprobability sampling*, dimana teknik

pengambilan sample ini tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample. Teknik sampel yang digunakan adalah **Purposive sampling** yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2004:78).

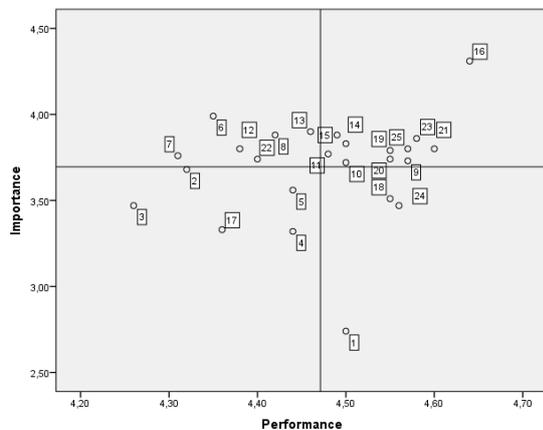
Adapun pertimbangan tersebut adalah kriteria sampel yang diambil dengan ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Pernah mengunjungi Objek Wisata Umbul Pongok 1 kali dalam kurun waktu satu tahun terakhir.
- b. Usia antara 16-55 tahun.

Hasil Pembahasan

Diagram Kuadran Umbul Pongok

Posisi masing-masing atribut pelayanan, harga, dan promosi dari Objek Wisata Umbul Pongok Klaten dalam diagram Kartesius dapat dilihat dalam gambar di bawah ini :



Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai seperti yang diharapkan pengunjung (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Oleh karena itu, pihak Umbul Pongok harus melakukan perbaikan secara terus-menerus untuk meningkatkan kinerja atribut-atribut yang ada dalam kuadran ini. Atribut-atribut

pelayanan, harga, dan promosi yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Ketepatan waktu dan buka tutup jam operasional (pertanyaan No. 6)
- Fasilitas yang disediakan berkualitas baik (pertanyaan No. 7)
- Fasilitas yang disediakan beragam (pertanyaan No. 8)
- Kecepatan petugas pelayanan dalam menghadapi keadaan darurat (pertanyaan No. 12)
- Keramahan dan kesopanan petugas dalam melayani (pertanyaan No. 13)
- Keragaman fasilitas promosi yang digunakan dan aktualisasi informasi (pertanyaan No. 22)

Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut yang dianggap penting oleh pengunjung dan atribut-atribut yang dianggap oleh pengunjung sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Oleh karena itu, pihak Umbul Pongok harus menjaga kinerja yang sudah ada agar tetap baik. Adapun atribut-atribut pelayanan, harga, dan promosi yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Keamanan bagi pengunjung saat berekreasi (Pertanyaan No. 9)
- Kenyamanan bagi pengunjung saat berekreasi (pertanyaan No. 10)
- Kemampuan petugas pelayanan untuk berkomunikasi secara efektif dengan pengunjung (pertanyaan No. 11)
- Kejujuran petugas pelayanan dalam melayani (pertanyaan No. 14)
- Keterampilan petugas dalam memberikan pelayanan (pertanyaan No. 15)
- Keterampilan petugas dalam mengerjakan tugas masing-masing (pertanyaan No. 16)
- Kesesuaian harga tiket dibandingkan dengan manfaat

relaksasi yang dirasakan oleh pengunjung (pertanyaan No. 19)

- Kesesuaian harga tiket dibandingkan dengan pelayanan yang diterima (pertanyaan No. 20)
- Kesesuaian harga tiket dibandingkan dengan manfaat relaksasi dan pelayanan yang diterima oleh pengunjung jika dibandingkan dengan objek wisata sejenis (pertanyaan No. 21)
- Kejelasan informasi dalam media promosi (pertanyaan No. 23)
- Objektivitas informasi yang terkandung dalam media promosi (pertanyaan No. 25)

Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut pelayanan yang dianggap kurang penting oleh pengunjung dan pelaksanaannya oleh Umbul Ponggok dianggap biasa-biasa saja. Atribut-atribut pelayanan, harga, dan promosi yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Kebersihan dan kerapian petugas pelayanan (pertanyaan no. 2)
- Ketersediaan fasilitas kamar mandi (pertanyaan no. 3)
- Ketersediaan fasilitas loker penyimpanan (pertanyaan No. 4)
- Ketersediaan fasilitas loket pembelian tiket (pertanyaan No. 5)
- Petugas pelayanan memberikan perhatian secara individu kepada pengunjung (pertanyaan No. 17)

Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut pelayanan yang dianggap kurang penting oleh pengunjung, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh Umbul Ponggok sehingga dianggap sebagai sesuatu yang kurang penting tetapi sangat memuaskan bagi pengunjung. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Kebersihan seluruh area umbul ponggok (pertanyaan No. 1)

- Inisiasi petugas pelayanan dalam memberikan pertolongan (pertanyaan No. 18)
- Frekuensi penayangan iklan melalui media promosi (pertanyaan No. 24)

Faktor Penting Bagi Pengunjung untuk Menciptakan Kepuasan

Hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait kondisi Objek Wisata Umbul Ponggok, diperoleh hasil Umbul Ponggok telah mampu menciptakan kepuasan pengunjung terkait beberapa hal atau kondisi yaitu atribut-atribut atau kondisi objek wisata yang terdapat dalam kuadran B. Kondisi tersebut mampu menciptakan kepuasan bagi pengunjung karena kinerja yang diberikan oleh perusahaan telah sesuai dengan harapan pengunjung. Kepuasan pengunjung dapat diraih karena adanya kesesuaian antara harapan pengunjung dengan kinerja perusahaan. Hal-hal atau atribut yang terdapat dalam kuadran B merupakan faktor penting bagi pengunjung untuk menciptakan kepuasan sehingga kondisi ini perlu dipertahankan oleh umbul ponggok agar kepuasan pengunjung di masa yang akan datang dapat diraih.

Faktor selanjutnya yang penting bagi pengunjung untuk menciptakan kepuasan adalah kondisi atau faktor-faktor yang terdapat dalam kuadran A. Faktor-faktor tersebut dianggap penting oleh pengunjung namun kinerja yang diberikan oleh perusahaan belum optimal sehingga kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung sangat kecil. Faktor-faktor ini perlu diperhatikan oleh pihak pengelola dan diperlukan adanya perbaikan kedepannya agar dapat diraih kesesuaian antara harapan pengunjung dengan kinerja yang diberikan oleh perusahaan.

Pembahasan

Umbul ponggok sebagai objek wisata taman air telah mampu memberikan kepuasan terkait harga jasa dan pelayanan

yang ditawarkan. Harga jasa yang ditawarkan oleh pengelola berbeda tergantung pada jenis jasa yang ditawarkan. Kepuasan terkait harga yang ditawarkan berupa harga tiket dan harga sewa peralatan menyelam dinilai pengunjung telah mampu memberikan kepuasan, namun harga foto di bawah air untuk objek foto tertentu dinilai belum mampu memberikan rasa puas karena dinilai masih terlalu mahal.

Kepuasan terkait harga yang diberikan oleh pihak pengelola untuk pengunjung jika dibandingkan dengan manfaat relaksasi dan pelayanan yang dirasakan sudah memberikan kepuasan. Tidak hanya itu saja manfaat relaksasi dan pelayanan yang pengunjung rasakan relatif sama jika dibandingkan manfaat relaksasi dan pelayanan yang diberikan oleh objek wisata sejenis yang mematok harga lebih mahal.

Kepuasan terkait promosi yang diberikan oleh umbul ponggok dinilai mampu menciptakan kepuasan bagi pengunjung. Kepuasan ini berupa kepuasan dalam hal kejelasan informasi yang terkandung dalam media promosi. Kejelasan informasi tersebut memudahkan pengunjung untuk mengetahui jenis jasa apa saja yang bisa mereka terima saat berwisata. Di sisi lain kepuasan terkait promosi dalam hal keragaman media promosi yang digunakan serta aktualisasi informasi yang terkandung di dalamnya masih belum mampu menciptakan kepuasan bagi pengunjung. Dan tingkat kinerja terkait kualitas pelayanan yang diberikan oleh Umbul Ponggok paling rendah dibandingkan dengan kinerja harga dan promosi.

Umbul ponggok telah mampu memenuhi harapan pengunjung terkait beberapa kondisi. Pengunjung saat ber rekreasi telah merasa nyaman dan aman, nyaman tersebut dirasakan pengunjung karena adanya beberapa petugas keamanan yang berjaga-jaga di area lokasi sehingga kekhawatiran akan kehilangan barang

bawaan dapat diminimalisir. Petugas pelayanan terampil dalam melaksanakan tugasnya dan memiliki kemampuan berkomunikasi yang efektif. Pengunjung merasa senang dan stress terkait rutinitas sehari-hari yang mereka rasakan berkurang

Dengan uang yang mereka bayarkan mereka menerima manfaat relaksasi dan pelayanan yang sesuai. Dengan harga yang lebih murah dibanding harga yang harus pengunjung bayarkan untuk objek wisata sejenis, pengunjung merasakan manfaat relaksasi dan pelayanan yang cenderung sama. Pengunjung juga merasa senang saat berekreasi karena informasi yang terkandung dalam media promosi jelas dan objektif. Hal-hal yang membuat pengunjung merasa senang perlu dipertahankan, agar pengunjung baru yang mengunjungi umbul ponggok bisa merasakan kepuasan dan kesenangan yang sama seperti yang telah dirasakan oleh pengunjung sebelumnya.

Optimalisasi fasilitas yang disediakan juga masih kurang karena terdapat beberapa pengunjung yang tidak memanfaatkannya karena pengunjung keadaan fasilitas yang kurang baik. Fasilitas kamar mandi dan ruang bilas dinilai oleh pengunjung jumlahnya masih belum mencukupi. Pihak pengelola juga belum menyediakan fasilitas bermain anak, hal ini dikeluhkan oleh pengunjung. Petugas pelayanan memang terampil dalam mengerjakan tugasnya, tetapi pengunjung menilai petugas terlalu fokus melaksanakan tugasnya dan terkesan sedikit kurang memperhatikan keberadaan pengunjung.

Pengunjung menilai masih sulit untuk menemukan petugas penyelamatan saat keadaan darurat terjadi karena jumlahnya yang kurang dan petugas penyelaman tidak memakai seragam khusus sehingga susah dibedakan dengan pengunjung lainnya, hal ini dinilai oleh pengunjung menghambat pertolongan bagi korban jika ada keadaan darurat yang terjadi. Hal lain yang membuat pengunjung

sedikit terganggu adalah aktualisasi informasi dalam media promosi, kurangnya pembaharuan informasi tersebut membuat pengunjung sedikit kecewa karena adanya perbedaan dengan keadaan di lapangan seperti adanya kebijakan promosi yang sudah dihapuskan sejak beberapa bulan lalu namun promosi tersebut masih menjadi konten dalam media promosi. Jam tutup yang terkadang lebih cepat dibandingkan dengan yang dijanjikan juga membuat pengunjung sedikit kecewa, rasa kecewa tersebut lantaran pengunjung masih ingin menikmati wahana wisata.

Untuk dapat menanggulangi perasaan sedikit terganggu yang dirasakan oleh pengunjung dan meningkatkan kepuasan, pihak pengelola dapat melakukan beberapa hal di bawah ini sebagai solusi yang bisa dijadikan pilihan. Terkait kondisi fasilitas yang disediakan kurang berkualitas, seperti meja dan kursi yang tersedia di ruang tunggu terlihat berkarat dan ada yang rusak, pihak pengelola dapat melakukan pemeliharaan secara berkala terhadap fasilitas tersebut. Terkait kurang bervariasinya fasilitas terutama fasilitas untuk anak-anak, pihak pengelola diharapkan menyediakan fasilitas tambahan seperti ruang bermain kecil.

Selanjutnya terkait kurangnya ketersediaan ruang bilas, pengelola diharapkan dapat menambah jumlah bilik. Sedangkan untuk kecepatan petugas dalam menghadapi keadaan darurat yang dinilai kurang sigap karena masih sedikitnya personil regu penyelamat dan keberadaannya sulit dibedakan dengan pengunjung lain, pengelola diharapkan dapat menambah jumlah personil regu penyelamat dan memberikan seragam khusus.

Dan yang terakhir terkait keragaman media promosi dan aktualisasi informasi dalam media promosi, pengelola terutama divisi marketing diharapkan melakukan pembaharuan informasi secara berkala terkait promosi yang masih berlaku,

jam operasional, harga tiket masuk maupun harga jasa yang ditawarkan. Namun apabila tidak ada perubahan terkait hal tersebut pihak pengelola dapat menjadikan testimoni dalam hal ini *tagged photos on ig*, sebagai konten tambahan dalam media promosi.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisa yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui adanya perbedaan antara harapan pengunjung dengan kinerja Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Objek Wisata Umbul Ponggok. Perbedaan tersebut terlihat pada tabel rekapitulasi tingkat kinerja yang menunjukkan rata-rata harapan pengunjung terkait Kualitas Pelayanan sebesar 4,24 sedangkan kinerja yang diberikan sebesar 3,66.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui adanya perbedaan antara harapan pengunjung dengan kinerja Harga yang diberikan oleh Objek Wisata Umbul Ponggok. Perbedaan tersebut terlihat pada tabel rekapitulasi tingkat kinerja yang menunjukkan rata-rata harapan pengunjung terkait Harga sebesar 4,56 sedangkan kinerja yang diberikan sebesar 3,77.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui adanya perbedaan antara harapan pengunjung dengan kinerja Promosi yang diberikan oleh Objek Wisata Umbul Ponggok. Perbedaan tersebut terlihat pada tabel rekapitulasi tingkat kinerja yang menunjukkan rata-rata harapan

pengunjung terkait Promosi sebesar 4,52 sedangkan kinerja yang diberikan sebesar 3,71.

4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa masing-masing variabel penelitian yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi merupakan faktor penting bagi pengunjung untuk menciptakan kepuasan. Namun jika dilihat berdasarkan hasil penelitian, atribut-atribut dalam kualitas pelayanan memiliki kinerja yang paling rendah dibandingkan kinerja atribut-atribut harga dan promosi. Hal ini tentunya diperlukan adanya perbaikan yang perlu dilakukan oleh manajemen pengelola.
5. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pengunjung dalam menciptakan kepuasan tetapi pelaksanaannya belum dilakukan secara optimal oleh pihak pengelola. Atribut-atribut tersebut diantaranya :
 - Ketepatan waktu buka dan tutup jam operasional (atribut no 6)
 - Fasilitas yang disediakan berkualitas baik (atribut no 7)
 - Fasilitas yang disediakan beragam (atribut no 8)
 - Kecepatan petugas pelayanan dalam menghadapi keadaan darurat (atribut no 12)
 - Keramahan dan kesopanan petugas dalam melayani (atribut no 13)
 - Keragaman fasilitas promosi yang digunakan dan aktualisasi informasi (atribut no 22)

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat disampaikan pada pihak pengelola Objek Wisata Umbul Ponggok adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi daya tanggap dan kehandalan khususnya pada ketepatan waktu buka dan tutup jam operasional, keragaman fasilitas serta kualitas fasilitas yang disediakan, kecepatan petugas pelayanan dalam menghadapi keadaan darurat, dan keramahan serta kesopanan petugas pelayanan saat melayani. Pada variabel promosi yang perlu diperhatikan adalah keragaman media promosi dan aktualisasi informasi yang terkandung di dalamnya.
2. Pengunjung merasa petugas pelayanan kurang ramah karena saat melayani petugas pelayanan terlalu fokus melakukan pekerjaan sehingga terkesan mengabaikan keberadaan pengunjung, sehingga petugas diharapkan mampu mengasah *awareness* dalam diri masing-masing agar pada saat memberikan pelayanan tidak hanya terpaku melaksanakan jobdesknya saja.
3. Diperlukan penyesuaian kembali terkait besarnya harga jasa foto bawah air. Harga foto dengan beberapa objek foto bawah air dinilai masih terlalu mahal.
4. Pihak pengelola diharapkan mampu menambah tempat parkir karena pengunjung sedikit kesulitan untuk mendapatkan tempat parkir terutama saat hari libur. Dan pengunjung mengharapkan kantong parkir terletak di satu titik saja agar pengawasan dan keamanan kendaraan pengunjung lebih terjamin.
5. Pihak pengelola terutama divisi marketing diharapkan dapat melakukan pembaharuan informasi yang terkandung dalam media promosi secara berkala terkait jam operasional, *special offer*, harga tiket masuk maupun harga jasa yang

ditawarkan guna meminimalisir adanya perbedaan informasi dengan keadaan sebenarnya di lapangan. Namun apabila tidak ada perubahan terkait hal tersebut pihak pengelola dapat menjadikan testimoni, *tagged photos on ig*, sebagai konten berpromosi.

Daftar Pustaka

- Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Cooper, Donald and William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Erlangga
- Gitosudarmo, Indriyo. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta
- Huriyati, Ratih. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta
- Irawan, Handi. 2009. *Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keenam. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2000. *Strategi Kepuasan Konsumen*. Bandung : Alfabeta
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Naution, Richard. 2005. *Strategi Menciptakan Kepuasan Konsumen*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Nickhles, Wilson, dkk. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.
- Supranto, J. 2001. *Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Swasta, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Swasta dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Pengukuran Kepuasan Konsumen*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa Pelayanan*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Kualitas Jasa Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Yogyakarta : ANDI
- Zulhamdhi. 2008. *Strategi Menetapkan Harga Produk dan Jasa Perusahaan*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo