Analisis Kepuasan Pengunjung Taman Nasional Way Kambas Berdasarkan Kualitas Layanan (*Servqual)*

Analysis Of Visitors' Satisfaction Way Kambas National Park Based On Quality Of Service (Servqual)

Sitti Nurjannah1[1], Osa Omar Sharif2[1]
Jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom,Indonesia, sittinurjannah@telkomuniversity.ac.id
Jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom,Indonesia, osaomarsharif@telkomuniversity.ac.id

Abstract
Indonesia is in the top 40 as a country with a high level of tourism competitiveness, so that various tourist attractions in Indonesia continue to compete to improve themselves. Visitor satisfaction is very important in building tourist attractions and one way to make it happen is to provide the best service. This study aims to measure the satisfaction level of visitors to Way Kambas National Park and find out which statement items must be maintained, improved and reduced in intensity. Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The population used is local tourists from Way Kambas National Park. Using non-probability sampling with the number of respondents as many as 400 people. The level of satisfaction measured through CSI got a value of 88.33% which means the customer is very satisfied. then the results of the IPA, there are three items that must be improved to increase visitor satisfaction with the quality of services provided by Way Kambas National Park. Suggestions for the company is to continue to increase visitor satisfaction by paying attention to service quality indicators. Currently Way Kambas National Park can increase the items that are included in quadrant A. In addition, further researchers can conduct the same research with a wider range of respondents and also this research can be carried out regularly so that they know the progress made by Way Kambas National Park.

Keywords: *Customer Satisfaction Index (CSI), Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis (IPA), Service Quality, and Way Kambas National Park*

Abstrak
Indonesia masuk 40 besar sebagai negara dengan tingkat saing pariwisata yang besar sehingga berbagai tempat wisata yang ada di Indonesia terus berlomba membenahi diri. Kepuasan pengunjung sangat penting dalam membangun tempat wisata dan salah satu cara untuk mewujudkannya adalah dengan memberikan layanan terbaik Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung Taman Nasional Way Kambas dan mencari tahu item pernyataan mana saja yang harus dipertahankan, diperbaiki dan dikurangi intensitasnya Penelitian ini menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Populasi yang digunakan adalah wisatawan lokal Taman Nasional Way Kambas. Menggunakan non-probability Sampling dengan jumlah responden sebanyak 400 orang. Tingkat kepuasan diukur melalui CSI mendapat nilai 88,33% yang berarti pelanggan merasa sangat puas. kemudian hasil dari IPA, terdapat tiga item yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pengunjung atas kualitas layanan yang diberikan Taman Nasional Way Kambas. Saran bagi perusahaan adalah terus tingkatkan kepuasan pengunjung dengan memperhatikan indikator kualitas layanan. Saat ini pihak Taman Nasional Way Kambas dapat meningkatkan item yang masuk dalam kuadran A. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang sama dengan cakupan responden yang lebih luas dan juga penelitian ini dapat dilakukan secara rutin agar tau perkembangan yang dilakukan Taman Nasional Way Kambas.

Kata Kunci: Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, dan Taman Nasional Way Kambas

I. PENDAHULUAN

Hadirnya pandemi *Covid19* membuat semua sektor bisnis dan pariwisata termasuk sektor yang sangat terpuruk. Tetapi saat ini pandemi mulai membaik sehinga berbagai tempat wisata yang ada di Indonesia terus berlomba membenahi diri agar dapat menarik minat para wisatawan untuk berkunjung. Berbagai fasilitas, sarana dan prasarana diperbaharui agar lebih meningkatkan kepuasan para wisatawan yang berkunjung sehingga mereka

merasa puas akan apa yang ditawarkan di tempat wisata tersebut. Dalam membangun tempat wisata hal yang paling penting adalah kepuasan pengunjung. Jika wisatawan merasa puas, mereka akan menjadi pengunjung yang loyal dan akan merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada orang lain. Kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian pelanggan dapat berupa kemarahan, netralitas, ketidakpuasan, kegembiraan, atau kesenangan. Pelanggan yang tidak puas akan menimbulkan masalah bagi perusahaan karena mereka dapat berpaling ke perusahaan lain dan kemungkinan besar menyebarkan berita negatif kepada orang lain. Berbeda jika mereka merasa puas, pastinya mereka akan menyebarkan berita positif pula [1].

Taman Nasional Way Kambas merupakan destinasi wisata Lampung yang paling terkenal, dan paling tua di Indonesia. Berbagai kegiatan yang dapat dilakukan di Taman Nasional Way Kambas diantaranya melihat pertunjukan gajah terlatih, menaiki gajah memotret satwa langka. Jumlah pengunjung Taman Nasional Waykambas terus meningkat tetapi peningkatan yang terjadi tidak begitu signifikan. Oleh karena itu, pengelola Taman Nasional Way Kambas tetap harus selalu melakukan pembaharuan atau pengembangan untuk meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan.

Kualitas pelayanan salah satu indikator untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Karena kualitas layanan yang baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, sekaligus mendorong pelanggan dalam membeli suatu barang atau menggunakan suatu jasa [2]. Memberikan kepuasan kepada konsumen merupakan hal penting bagi pengelola tempat wisata untuk menghadapi persaingan yang terjadi. Tempat wisata yang memberikan kualitas pelayanan terbaiknya adalah kunci untuk memberikan kepuasan hingga mendapatkan pengunjung yang loyal [3]. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan Pengunjung Taman Nasional Way Kambas dan untuk mengetahui indikator – indikator apa saja yang perlu diperbaiki, untuk meningkatkan kepuasan Pengunjung Taman Nasional Way Kambas.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi bagus terpendek dari pemasaran adalah "memenuhi kebutuhan secara menguntungkan." Pemasaran juga dapat dikatakan aktivitas, serangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai untuk pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya [4].

B. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efesien dan efektif [5].

C. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial, adalah proses Perencanaan, Pelaksanaan Pemikiran, Penetapan Harga, Promosi, dan Penyaluran Gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi [6].

D. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa service quality atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan [7].

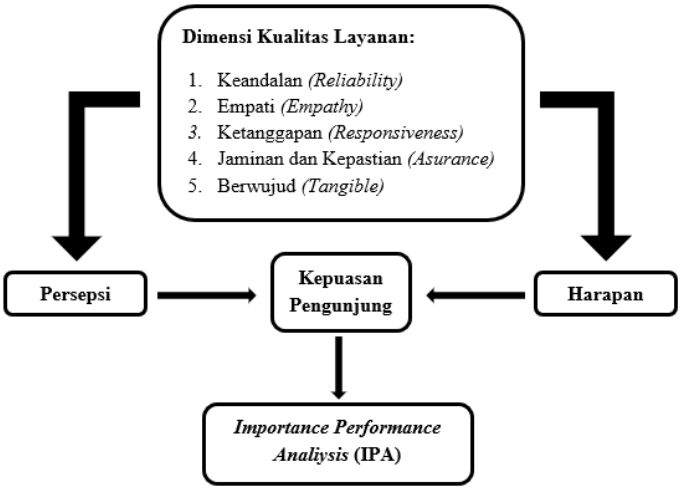
E. Dimensi Kualitas Layanan *(SERVQUAL)*

1) Berwujud (*Tangibles)* meliputi perlengkapan, fasilitas fisik, pegawai, dan juga sarana komunikasi.
2) Keandalan *(Reliability)* yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat segera, dan memuaskan.
3) Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan keinginan seluruh staf untuk membantu pelanggan yang butuh bantuan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4) Jaminan dan Kepastian (*Asurance)* mencakup kemampuan, kesopanan, pengetahuan, dan juga sifat dapat dipercaya yang dimiliki seluruh staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguraguan
5) Empati (*Empathy)* meliputi kemudahan melakukan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan [8].

F. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu produk atau kinerja (atau hasil) yang dirasakan layanan dengan harapan. Jika kinerja atau pengalaman kurang dari harapan, pelanggan tidak puas. Jika sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk atau layanan bergantung pada banyak faktor, termasuk jenis loyalitas hubungan yang dimiliki pelanggan dengan merek [4].



Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran [9].
"Data yang telah diolah"

G. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Kemudian teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling. Dalam menguji validitas dan reliabilitas kuesioner penelitian maka dilakukan uji dari 30 responden. Dengan menggunakan *tools* dari *SPSS ver.26*, diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang diuji dinyatakan valid dan reliabel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* dengan sampel sebanyak 400 responden.

H. Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif merupakan penelitian statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan cara mendeskripsikan dan menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud atau tanpa bertujuan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi [10].

I. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengukur persepsi dari pelanggan atas layanan yang mereka peroleh. Dimana cara pengukurannya adalah dengan membandingkan harapan pelanggan dan kebutuhan. Hasil pengukuran tersebut nantinya akan menjadi informasi tentang kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan [11].

J. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Metode *Importance Peformance Analysis* (IPA) salah satu metode yang dapat dikatakan mudah untuk diterapkan dan tampilan hasil analisis memudahkan usulan perbaikan kinerja. *Importance Performance Analysis* (IPA) dikenal sebagai metode untuk mengukur tingkat kinerja dan kepentingan, perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen, serta apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan, pastinya hal tersebut menjadi dasar kepuasan konsumen [12].

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Karakteristik Responden

Hasil dari penelitian ini, didominasi oleh responden laki-laki yaitu sebesar 73% dan usia yang paling banyak 18-24 tahun dengan presentase 72,25%. Kemudian 91% responden berasal dari provinsi Lampung dengan pendidikan terakhir terbanyak yaitu lulusan SLTA/SMA/Sederajar dengan presentase 62,5%. Berdasarkan pekerjaan terdapat 64% responden merupakan Mahasiswa/ Pelajar dan jumlah pendapatan paling banyak <Rp. 1.800.000. Lalu terdapat 38,75% responden menghabiskan Rp. 500.001 – Rp. 750.000 dan 36,75% <Rp. 250.000 untuk berwisata tiap bulannya. Selanjutnya frekuensi responden mengunjungi Taman Nasional Way Kambas sebesar 70,5% sebanyak >Tiga kali dengan tahun terakhir responden mengunjungi Taman Nasional Way Kambas kebanyakan pada tahun 2020 yaitu sebesar 56,5%. Rata-rata waktu yang dihabiskam responden saat mengunjungi Taman Nasional Way Kambas 1-3 jam dengan presentase 53,5%. Terakhir 62,75% responden mendapatkan informasi mengenai Taman Nasional Way Kambas dari informasi lisan (keluarga, saudara, teman).

B. Analisis Deskriptif

Berdasarkan beberapa analisis yang telah dilakukan, di bagian pertama dilakukan analisis deskriptif untuk harapan pengunjung dan kinerja Taman Nasional Way Kambas. Besar hasil yang didapatkan untuk harapan responden terhadap pelayanan yang ditawarkan yaitu 95,55% untuk sub variabel *tangible*, 97,35% untuk *realibility*, 94,75 untuk sub variabel *responsiveness*, lalu untuk *assurance* diperoleh 94,4% dan 96,7% untuk *emphaty*. Sehingga sangat penting bagi pihak Taman Nasional Way Kambas untuk memaksimalkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung. Kemudian untuk kinerja pun dinilai sangat baik oleh responden. Presentase sebesar 86,05% yang didapatkan untuk sub variabel *tangible*, lalu 89,35% untuk *realibility*, 90,9% untuk *responsiveness*, kemudian 87,55% untuk *assurance* dan yang terakhir 91,55% untuk *emphaty*. Hal tersebut mengartikan hampir seluruh responden setuju bahwa Taman Nasional Way Kambas memberikan kualitas layanan yang sangat baik untuk para pengunjung.

3.1. *Customer satisfaction Index* (CSI)

Metode ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung Taman Nasional Way Kambas secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari item pernyataan yang diisi responden. Bagian ini berisi tentang hasil penilaian dari 400 responden yaitu pengunjung Taman Nasional Way Kambas pada tahun 2016-2020 yang diukur berdasarkan tingkat harapan dan kinerja dari setiap pernyataan. Berikut merupakan hasil perhitungan CSI yang telah dilakukan:

Tabel 3.1.
Analisis CSI Pengunjung Taman Nasional Way Kambas

Indikator	Pernyataan	MIS	MSS	WF	WS
Tangible	H1	4,90	4,53	4,65	21,05
	H2	4,88	4,51	4,63	20,87
	H3	4,87	4,54	4,62	20,98
	H4	4,59	4,45	4,35	19,37
	H5	4,88	3,58	4,63	16,58
	H6	4,57	4,20	4,33	18,20
Realibility	H7	4,89	4,79	4,64	22,24
	H8	4,88	4,65	4,63	21,54
	H9	4,87	4,77	4,62	22,04
	H10	4,90	3,70	4,65	17,22
	H11	4,87	4,43	4,62	20,45
	H12	4,81	4,46	4,56	20,34
Responsiveness	H13	4,91	4,79	4,66	22,31
	H14	4,56	4,31	4,33	18,64
Assurance	H15	4,73	4,55	4,49	20,44
	H16	4,71	4,51	4,47	20,15
	H17	4,90	4,57	4,65	21,27
	H18	4,56	4,09	4,33	17,69
	H19	4,79	4,38	4,54	19,89

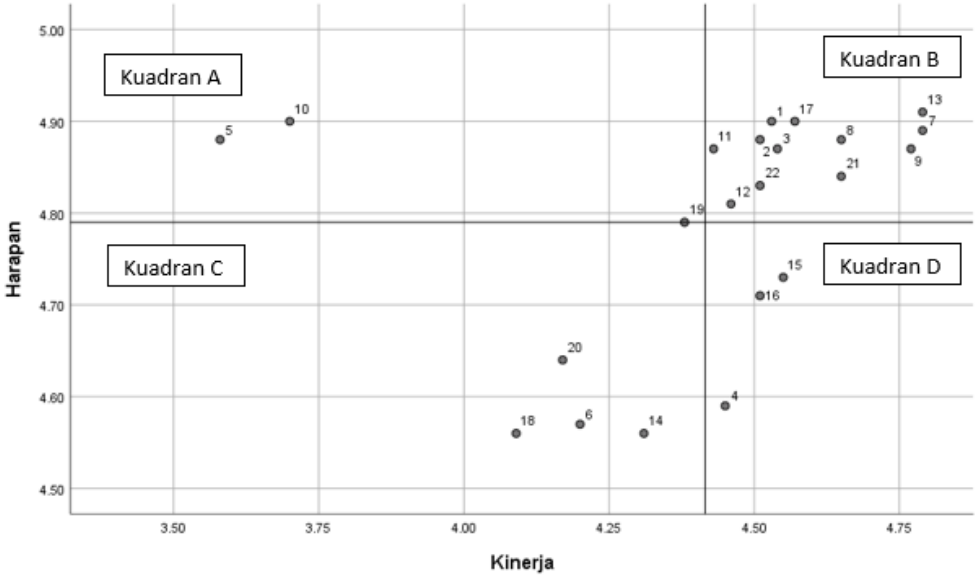
	H20	4,64	4,17	4,40	18,36
Emphaty	H21	4,84	4,65	4,59	21,33
	H22	4,83	4,51	4,59	20,69
Jumlah		105,34	97,12		
WT					**441,65**
CSI					**88,33**

Sumber: Data yang telah diolah

Setelah dilakukan perhitungan CSI sebagaimana ditampilkan pada tabel 4.13. diketahui bahwa nilai CSI yang dihasilkan dari penelitian ini adalah sebesar 88,33%. Persentase tersebut menunjukan bahwa tingkat kepuasan pengunjung Taman Nasional Way Kambas berada dalam rentang kategori "Sangat Puas" (81 - 100). Mestipun begitu, sebaiknya pihak Taman Nasional Way Kambas terus melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanannya agar pengunjung terus merasa sangat puas akan kinerja Taman Nasional Way Kambas secara keseluruhan.

3.2. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Dengan menggunakan aplikasi program SPSS didapat hasil pemetaan data pada empat kuadran diagram kartesius di bawah ini:



Gambar 3.1. Diagram Kartesius IPA Pengunjung Taman Nasional Way Kambas

Sumber: Data yang telah diolah

Berikut merupakan nterpretasi dari diagram kartesius pada Gambar 3.1.:

1) Kuadran A: Prioritas utama

Pada kuadran A ini status harapan tinggi, sedangkan kinerja rendah yang berarti pada kondisi ini dari sisi harapan pengunjung, dimana faktor-faktor yang mempengaruhi layanan pada tingkat tinggi, sedangkan dari sisi kepuasan pengunjung merasakan tingkat yang rendah sehingga harus ada perbaikan yang dilakukan oleh pihak Taman Nasional Way Kambas. Terdapat tiga item pada kuadran ini, adapun atributnya sebagai berikut:

Tabel 3.2.

Kuadran A IPA Taman Nasional Way Kambas

Item	Pernyataan
5	Lokasi Taman Nasional Way Kambas strategis dan mudah dijangkau
10	Harga tiket sudah termasuk untuk semua objek wisata
19	Pengunjung mengkomunikasikan hal-hal baik tentang Taman Nasional Way Kambas kepada orang lain

Sumber: Data yang telah diolah

Sebagai kuadran prioritas utama menunjukkan bahwa pihak Taman Nasional Way Kambas harus memaksimalkan perbaikan pada tiga item yang ada di Tabel 4.15. hal ini harus dilakukan karena beberapa item

tersebut dinyatakan penting oleh pengunjung tetapi belum merasa puas atas yang diberikan pihak Taman Nasional Way Kambas. Beberapa item yang memerlukan perbaikan diantaranya: lokasi Taman Nasional Way Kambas strategis dan mudah dijangkau, harga tiket sudah termasuk untuk semua objek wisata dan pengunjung mengkomunikasikan hal-hal baik tentang Taman Nasional Way Kambas kepada orang lain.

2) Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Mengenai kuadran ini status harapan pengunjung tinggi dan kinerjanya pun juga tinggi sehingga pihak Taman Nasional Way Kambas harus dapat mempertahankan kualitas layanan atau kinerjanya pada beberapa item di dalam kuadran ini. Adapun beberapa item yang ada di dalamnya sebagai berikut:

Tabel 3.3.

Kuadran B IPA Taman Nasional Way Kambas

Item	Pernyataan
1	Staf Taman Nasional Way Kambas sangat menjaga kebersihan lingkungan tempat wisata
2	Staf Taman Nasional Way Kambas selalu terlihat bersih
3	Harga tiket sesuai dengan kualitas objek wisata yang ditawarkan
7	Staf sangat terdidik dan terlatih dalam melaksanakan tugas
8	Taman Nasional Way Kambas selalu menjaga keamanan pengunjung
9	Harga tiket terjangkau bagi pengunjung
11	Harga tiket sesuai dengan kenyamanan yang diterima oleh pengunjung
12	Harga tiket sesuai dengan keuntungan yang diterima pengunjung
13	Petugas keamanan bertindak cepat jika terjadi kecelakaan
17	Kendaraan aman saat berada di tempat parkir
21	Staf Taman Nasional Way kambas selalu siap melayani pengunjung
22	Staf yang responsif dalam menangani keluhan pengunjung

Sumber: Data yang telah diolah

Pada kuadran ini merupakan kuadran dengan item terbanyak. Beberapa item yang harus dipertahankan karena penting dan sesuai dengan harapan dan pengunjung Taman Nasional Way Kambas merasa puas akan kinerja yang diberikan. Beberapa Item tersebut diantaranya: Staf Taman Nasional Way Kambas sangat menjaga kebersihan lingkungan tempat wisata, staf Taman Nasional Way Kambas selalu terlihat bersih, harga tiket sesuai dengan kualitas objek wisata yang ditawarkan, staf sangat terdidik dan terlatih dalam melaksanakan tugas, Taman Nasional Way Kambas selalu menjaga keamanan pengunjung, harga tiket terjangkau bagi pengunjung, harga tiket sesuai dengan kenyamanan yang diterima oleh pengunjung, harga tiket sesuai dengan keuntungan yang diterima pengunjung, petugas keamanan bertindak cepat jika terjadi kecelakaan, kendaraan aman saat berada di tempat parkir, staf Taman Nasional Way kambas selalu siap melayani pengunjung dan staf yang responsif dalam menangani keluhan pengunjung.

3) Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran ini harapan pengunjung rendah dan kinerjanya pun juga rendah yang berarti beberapa item yang berhubungan dengan layanan tidak begitu penting bagi pengunjung dan juga kinerja Taman Nasional Way Kambas dapat dikatakan biasa saja. Dalam hal ini pihak Taman Nasional Way Kambas sebaiknya melakukan beberapa tindakan perbaikan kecil-kecilan. Adapun item yang terdapat pada kuadran ini diantaranya:

Tabel 3.4.

Kuadran C IPA Taman Nasional Way Kambas

Item	Pernyataan
6	Area parkir Taman Nasional Way Kambas sangat luas
14	Pengunjung mendapatkan informasi yang jelas dari staf
18	Pengunjung selalu ingin mengunjungi Taman Nasional Way Kambas
20	Pengunjung merekomendasikan Taman Nasional Way Kambas kepada orang lain

Sumber: Data yang telah diolah

Pada kuadran ini terdapat empat item yang dinilai kurang penting pengaruhnya bagi pengunjung namun kinerja yang dilakukan Taman Nasional Way Kambas pun terkesan biasa saja. Beberapa item sebaiknya dilakukan sebuah perbaikan kecil-kecilan karena dilihat secara kinerja nilainya pun masih dalam kondisi yang tidak begitu

memuaskan, adapun empat item tersebut diantaranya: Area parkir Taman Nasional Way Kambas sangat luas, pengunjung mendapatkan informasi yang jelas dari staf, pengunjung selalu ingin mengunjungi Taman Nasional Way Kambasdan pengunjung merekomendasikan Taman Nasional Way Kambas kepada orang lain.

4) Kuadran D (Berlebihan)

Pada kuadran ini harapan dari pengunjung rendah sedangkan kinerja yang diberikan Taman Nasional Way Kambas tinggi, artinya pada kondisi ini, item pernyataan yang ada di dalam kuadran ini tidak penting bagi pengunjung, namun pengunjung sudah merasa puas. Berikut adalah beberapa atribut yang dinilai berlebihan:

Tabel 3.5.

Kuadran D IPA Taman Nasional Way Kambas

Item	Pernyataan
4	Harga tiket bersaing dengan kompetitor lainnya
15	Staf Taman Nasional Way Kambas ramah terhadap pengunjung
16	Staf mudah menjalin hubungan dan berkomunikasi baik dengan pengunjung

Sumber: Data yang telah diolah

Pada kuadran D ini terdapat tiga item yang menunjukan bahwa apa yang dilakukan pihak Taman Nasional Way Kambas tidak begitu penting bagi pengunjung sehingga sebaiknya pihak Taman Nasional Waykambas lebih menyesuaikan kembali pelayanan apa yang sebenarnya dibutuhkan pengunjung atau tidak terlalu dibutuhkan pengunjung sehingga kinerjanya pun dapat dikurangi agar sesuai dengan porsinya. Tiga item tersebut diantaranya: area parkir Taman Nasional Way Kambas sangat luas, pengunjung mendapatkan informasi yang jelas dari staf dan pengunjung selalu ingin mengunjungi Taman Nasional Way Kambas.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka diperoleh beberapa kesimpulan untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya sebagai berikut:

1) Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dan pada penelitian ini diperoleh nilai CSI sebesar 88,3%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh pengunjung merasa puas terhadap kinerja yang diberikan Taman Nasional Way Kambas
2) Berdasarkan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) didapatkan hasil Mengenai beberapa item kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki seperti yang termasuk pada kuadran A pada diagram kartesius, diantaranya adalah lokasi Taman Nasional Way Kambas strategis dan mudah dijangkau, harga tiket sudah termasuk untuk semua objek wisata dan pengunjung mengkomunikasikan hal-hal baik tentang Taman Nasional Way Kambas kepada orang lain. Lalu pada kuadran B terdapat 12 item yang harus dipertahankan. Kuadran C terdapat empat item yang tidak begitu diharapkan oleh pengunjung tidak pula begitu diperhatikan kinerjanya oleh pihak Taman Nasional Way Kambas. Lalu kuadran yang terakhir terdapat tiga atribut yang harus dikurang intensitas kinerjanya karena tidak begitu dibutuhkan oleh pengunjung tetapi dilakukan secara berlebihan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang dipaparkan sebelumnya, maka saran-saran yang diajukan penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

5.2.1. Saran Praktis

Agar mencapai kesempurnaan dan tercapainya *output* dari penelitian ini, penulis merekomendasikan beberapa saran diantaranya bahwa untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Taman Nasional Way Kambas, Oleh karena itu penulis menyarankan beberapa hal diantaranya:

1) Berdasarkan dari tingkat kepuasan pengunjung Taman Nasional Way Kambas dapat dikatakan sangat baik, tetapi tingkat kepuasan masih perlu ditingkatkan lagi pastinya dengan kinerja perusahaan yang mengutamakan kepuasan pengunjung pastinya dengan memperhatikan kualitas layanan yang diberikan seperti memperhatikan atribut mana saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis *Importance Performance Analysis* yang telah dilakukan pada penelitian ini.
2) Dalam rangka menjadi tempat wisata yang berfokus dengan kepuasan pengunjung tidak dapat dilakukan dalam waktu singkat, tetapi untuk memulainya pihak Taman Nasional Way Kambas dapat mencoba melakukan

training kepada seluruh staf dan menjelaskan SOP dalam melayani pengunjung dan mencoba membiasakan diri dengan SOP tersebut sehingga nantinya akan terbiasa dan pengunjung pun merasa nyaman saat berada di sekitar Taman Nasional Way Kambas.

3) Berdasaran penelitian dan pengolahan data menggunakan metode *Importance Performance Analysis*, terdapat 10 item yang perlu diperbaiki oleh perusahaan yaitu pada kuadran A, C dan D. Namun untuk prioritas utama yang wajib diperbaiki atau ditingkatkan terdapat pada kuadran A sebanyak tiga item yakni:
   a) Lokasi Taman Nasional Way Kambas strategis dan mudah dijangkau. Mengenai hal ini memang tidak mungkin Taman Nasional Way Kambas pindah lokasi. Hal yang dapat dilakukan adalah membuat perjalanan para wisatawan menyenangkan agar mereka tidak begitu merasakan lelahnya perjalanan jauh. Pihak Taman Nasional Way Kambas dapat memberi informasi mengenai tempat makan, ikon daerah, spot foto atau apapun yang dilalui wisatawan jika ingin ke Taman Nasional Way Kambas sehingga wisatawan senang dan tidak bosan karena harus melakukan perjalanan jauh.
   b) Harga tiket sudah termasuk untuk semua objek wisata. Mengenai hal ini, Taman Nasional Way Kambas sebaiknya melakukan kategori pada tiket. Karena hanya menjual satu jenis tiket, wisatawan beranggapan dapat menikmati semua objek wisata di Taman Nasional Waykambas. Semisal terdapat dua jenis tiket yaitu tiket VIP untuk seluruh objek wisata dan tiket reguler untuk objek wisata tertentu, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman dari wisatawan yang berkunjung karena mereka sudah tau ketentuannya sedari awal.
   c) Pengunjung mengkomunikasikan hal-hal baik tentang Taman Nasional Way Kambas kepada orang lain. Dalam mewujudkan hal ini, pihak Taman Nasional harus lebih aktif berkomunikasi dan memberi kesan yang baik kepada wisatawan. Sehingga nantinya wisatawan yang akhirnya merasa nyaman dan senang selama berwisata di Taman Nasional Wa Kambas akan mengungkapkan hal-hal baik kepada orang lain.

5.2.2. Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan pada penelitian ini. Penulis mengakui bahwa penelitian ini masih jauh akan kata sempurna karena penulis memiliki keterbatasan. Tetapi hal tersebut dapat dijadikan saran untuk penelitian selanjutnya. Adapun beberapa saran yang diberikan penulis antara lain:

1) Jika peneliti selanjutnya ingin menggunakan penelitian serupa dengan objek yang sama dapat memperluas lagi cakupan penelitian tidak hanya wisatawan nusantara tetapi juga wisatawan mancanegara. Sehingga dapat melihat pula bagaimana persepsi dari sisi wisatawan mancanegara.
2) Peneliti berharap penelitian ini dilakukan secara rutin, karena harapan pengunjung tidak bisa dipastikan sama dengan tahun-tahun sebelumnya. Sehingga harus dilakukan penelitian secara berkala agar Taman Nasional Way Kambas dapat terus mengevaluasi mengenai peningkatan atau penurunan kinerjanya.

REFERENSI

[1] Rahayu, S. (2019). Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Obyek Wisata. (Sadiman, Ed.) Palembang: CV Anugerah Jaya.
[2] Huda, N. (2019, Desember 30). Pentingnya Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan. From Kompasiana: https://www.kompasiana.com/hudamacintosh/pentingnya-kualitas-pelayanan-jasa-terhadap-kepuasan-pelanggan
[3] Sodexo. (2019, Juli 31). Kepuasan Pelanggan: Definisi dan Faktor Pendukungnya. Retrieved Januari 22, 2022, from sodexo: https://www.sodexo.co.id/pengertian-kepuasan-pelanggan/
[4] Kotler, P., & Keller, K. (2016). Manajemen Pemasaran (15 ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.
[5] Shinta, A. (2011). Manajemen pemasaran. Malang: Universitas Brawijaya Press.
[6] Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
[7] Tjiptono, F. (2011). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia.
[8] Parasuraman, Zaithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. Retailing, 67, 420-450.
[9] Widi, C., Utomo, W. H., & Wijaya, A. F. (2013). Customer Satisfaction Analysis to Health Service by Servqual 5 Dimension Method and Customer Satisfaction Index. International Journal of Computer Applications, 70, 17-21. doi:10.5120/12014-8039
[10] Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
[11] Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). Praktikum Metode Riset Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.