

**Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pengunjung Wisata
Di Desa Wisata Cibuntu Kabupaten Kuningan
(Diagram Kartesius)**

Rianto, S.ST Par., M.Si Par

Universitas Bunda Mulia, Program Studi Hospitality dan Pariwisata

Email : rianto@bundamulia.ac.id

Dr. Tonny Hendratono., S.E., MM

Universitas Bunda Mulia, Program Studi Hospitality dan Pariwisata

Email : rianto@bundamulia.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine whether the dimensions of service quality that is tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy that has been given to the satisfaction masyarakat Cibuntu Village Tourism Village visitors Cibuntu.

The population in this study were the guests who visited the village Cibuntu to do sightseeing. Samples were taken of 200 respondents using Non-Probability Sampling technique using tables in Sugiono Isaac and Michael (2014), in which the sample was taken 10% of the total population of 2012, which visitors coming period of 2012 s / d in 2014.

Based on the results of research known of the five dimensions of service after inserted into the Cartesian diagram of the dimensions of responsiveness (responsiveness) included in quadrant A (Priority), which means that this dimension is still considered less well and have not been able to satisfy pengunjung.

For realibility dimensions, assurance, tangible, empathy included in quadrant B (Maintain Achievement), which means that the fourth dimension is considered good and had satisfactory pengunjung. Berdasarkan these results, it is necessary in the training held on the

responsiveness of the community in providing pekayanan to visitors at the Tourism Village Cibuntu, so the service given to the visitor can give satisfaction.

Keywords: *service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer satisfaction, tourism village*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* yang telah diberikan masyarakat Desa Cibuntu terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Cibuntu.

Populasi dalam penelitian ini adalah para tamu yang mengunjungi Desa Cibuntu untuk melakukan wisata. Sampel yang diambil sebanyak 200 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan tabel isaac dan Michael dalam Sugiono (2014), yang mana sampel diambil 10 % dari total populasi sebanyak 2012 ,yaitu pengunjung yang datang periode 2012 s/d 2014.

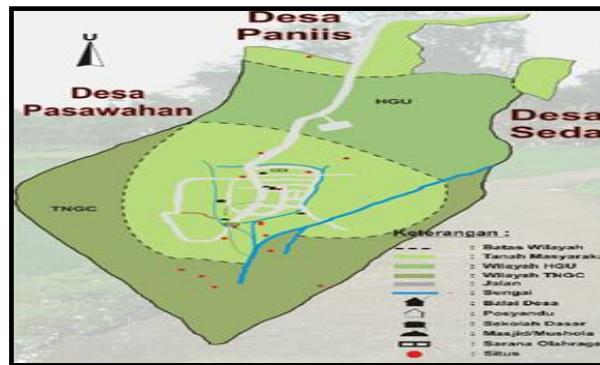
Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari kelima dimensi pelayanan setelah dimasukkan ke dalam digram kartesius maka dimensi *responsiveness* (daya tanggap) masuk dalam kuadran A (Prioritas Utama),yang artinya dimensi ini masih dinilai kurang baik dan belum bisa memuaskan pengunjung.Untuk dimensi *realibility, assurance, tangible, empathy* masuk dalam kuadran B (Pertahankan Prestasi) , yang artinya keempat dimensi sudah dianggap baik dan sudah memuaskan pengunjung.Berdasarkan hasil penelitian ini ,maka perlu di adakan pelatihan terhadap daya tanggap masyarakat dalam memberikan pekayanan kepada pengunjung di Desa Wisata Cibuntu, sehingga pelayanan yg diberikan ke pengunjung dapat memberikan kepuasan.

Kata-kata kunci: kualitas layanan, *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (kepedulian), kepuasan konsumen, Desa Wisata.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Desa Cibuntu merupakan salah satu desa yang masuk diwilayah kecamatan pasawahan di Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Desa tersebut terletak di sebelah selatan kota Cirebon berbatasan dengan kabupaten Cirebon dan bagian timur dari propinsi Jawa Barat dengan luas wilayah 274,651 ha. Letak geografis berada diantara 108 berada diantara $108^{\circ} 25' 34''$ (108.4261°) bujur timur dan $6^{\circ} 51' 6''$ (6.8517°) lintang selatan.



Gambar 1. Peta wilayah Desa Cibuntu

Batas-batas wilayah administrasi Desa Cibuntu

1. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Paniis (Kecamatan Pesawahan).
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Gunung Ciremai
3. Sebelah barat berbatasan dengan Desa Pesawahan (Kecamatan Pesawahan).
4. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Seda (Kecamatan Mandirancan).

Desa Cibuntu merupakan desa beriklim tropis dengan temperatur bulanan berkisar ($18^{\circ} - 27^{\circ} C$), dengan kelembaban udara 80 % - 90 %. Desa Cibuntu merupakan desa yang berhawa sejuk dan udaranya segar. Curah hujan rata-rata 3000 mm/tahun.

Berdasarkan data tersebut di atas maka Desa Cibuntu memiliki potensi dari segi keindahan alam dan masyarakatnya yang bersahabat dengan orang yang berkunjung serta kondisi di Desa Cibuntu aman dari kerusakan dan bencana alam. Karakteristik masyarakat yang sopan santun dan terbuka terhadap para pengunjung merupakan modal utama dalam pembentukan konsep Desa Wisata di Desa Cibuntu. Tepat pada tanggal 15 Desember 2012, Desa Cibuntu di resmikan menjadi Desa Wisata dengan konsep wisata eduekowiata, yang mana konsep ini menawarkan kepada pengunjung untuk mengenai kehidupan masyarakat desa agraris di kawasan Jawa Barat.

Dengan suguhan atraksi seni budaya, keindahan alam, edukasi sejarah karena di Desa Cibuntu banyak terdapat situs, serta dapat membrikan edukasi dari segi pertanian, peternakan, olahan makanan /kuliner khas masyarakat Desa Cibuntu.

Sarana dan potensi pariwisata yang terdapat di Desa Cibuntu antara lain sbb:

- Keberadaan homestay yang telah terverifikasi
- Sumber daya alam seperti keindahan pegunungan Ciremai, Air terjun Goang, tanaman endemik Gunung Ciremai.
- Lahan pertanian masyarakat : sawah dan ladang
- Keberadaan Budaya masyarakat yang ada : tarian, upacara adat, budaya bercocok tanam, beternak

Dalam kurun waktu tahun 2012 sampai tahun 2014 , Desa Wisata Cibuntu dikunjungi sebanyak 2012 orang dan data ini pengunjung berdasarkan pengunjung yang membeli paket wisata anta 2 hari 1 malam dan 2 hari 2 malam dan pengunjung dari luar Kabupaten Kuningan seperti dari Cirebon dan Jakarta . Pengunjung yang datang ke Desa Cibuntu dari kalangan pelajar, mahasiswa, karyawan perusahaan,kumunitas motor vespa, LSM seperti Lembaga kemanusiaan ESQ, CISV Indonesia, serta lembaga pendidikan dalam ranga riset dan pengabdian seperti dari Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Universitas Bunda Mulia prodi Hospitality dan Pariwisata, Universitas Pajajaran, Universitas Indonesia, Universitas Prasetyamulia serta lembaga pendidikan setingkat universitas dan sekolah menengah kejuruan yang ada di wilayah Kabupaten Kuningan dan Cirebon.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami permasalahan mengenai tingkat harapan pengunjung terhadap kualitas pelayanan yang diterima di Desa Wisata Cibuntu.

Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini bertujuan dan memiliki manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung di Desa Cibuntu
2. Untuk mengetahui pengunjung dari mana saja yang berkunjung ke Desa Cibuntu

Adapun manfaat dari penelitian ini untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola pariwisata di Desa Cibuntu kepada pengunjung dan sebagai sarana evaluasi dan perbaikan kalau ditemukan dari dimensi pelayanan yang masih belum bisa memuaskan pengunjung, sehingga dapat diambil tindakan berupa pemberian pelatihan terhadap dimensi yang masih dianggap lemah dalam bentuk pengabdian masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Karakteristik produk jasa (kotler: 2000: 448)

Karakteristik produk jasa adalah sebagai berikut :

a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Artinya tidak dapat dilihat,dirasa,diraba,taupun dicium,sebelum dibeli.Seseorang tidak dapat menilai hasil dari jasa tersebut sebelum membeli jasanya.

b. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Umumnya jasa di jual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan dimana penyedia jasa juga merupakan bagian dari jasa tersebut.Penyedia maupun pelanggan akan mempengaruhi hasil dan jasa tersebut.

c. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non standardized* yang berarti bahwa terdiri dari banyak variasi bentuk,kualitas dan jenis ,tergantung kepada siapa,kapan dan dimana jasa itu dihasilkan.

d. Mudah Lenyap (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan jika permintaan jasa bersifat konstan sehingga bila tidak digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.Umumnya permintaan jasa bervariasi dan dipengaruhi faktor musim.

Kualitas Layanan

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi,2006:181).

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan

para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997) dalam Wisnalmawati (2005:156). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Dimensi Kualitas Layanan

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182), yaitu:

- a. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- b. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan

secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2005:113) mengembangkan delapan dimensi kualitas, yaitu:

- a. Kinerja (*performance*) yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya bentuk dan kemasan yang bagus akan lebih menarik pelanggan.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (*reability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*). Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti halnya produk atau jasa yang diterima pelanggan harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.
- e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Biasanya pelanggan akan merasa puas bila produk yang dibeli tidak pernah rusak.
- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi; penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya kemasan produk dengan warna-warna cerah, kondisi gedung dan lain sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Sebagai contoh merek yang lebih dikenal masyarakat (*brand image*) akan lebih dipercaya dari pada merek yang masih baru dan belum dikenal.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000 : 52). Sedangkan Tse dan Wilton (1988) dalam Lupiyoado (2004:349) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi

ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Wilkie (1990) mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2004 : 349) .

Desa Wisata

Menurut Lane (1994:14) “*rural tourism is tourism located in rural areas, i.e. that are rural in scale, character and function, reflecting the unique patterns of the rural environment, economy, history and location. According to Lane, any activity that is not an integral part of the rural fabric and does not employ local resources cannot be considered rural tourism*”.

Berdasarkan pendapat Lane (1994:14) desa wisata adalah pariwisata yang terletak di daerah pedesaan, yaitu yang pedesaan dalam skala, karakter dan fungsi, yang mencerminkan pola yang unik dari lingkungan pedesaan, ekonomi, sejarah dan lokasi. Setiap kegiatan yang bukan merupakan bagian integral dari struktur pedesaan dan tidak menggunakan sumber daya lokal tidak dapat dianggap pariwisata pedesaan.

Consequently, rural tourism in its purest form should be:

- 1. Located in rural areas.*
- 2. Functionally rural – built upon the rural world’s special features of small- scale enterprise, open space, contact with nature and the natural world, heritage, “traditional” societies and “traditional” practises.*
- 3. Rural in scale – both in terms of buildings and settlements – and, therefore, usually small-scale.*
- 4. Traditional in character, growing slowly and organically, and connected with local families. It will often be very largely controlled locally and developed for the*

long term good of the area.

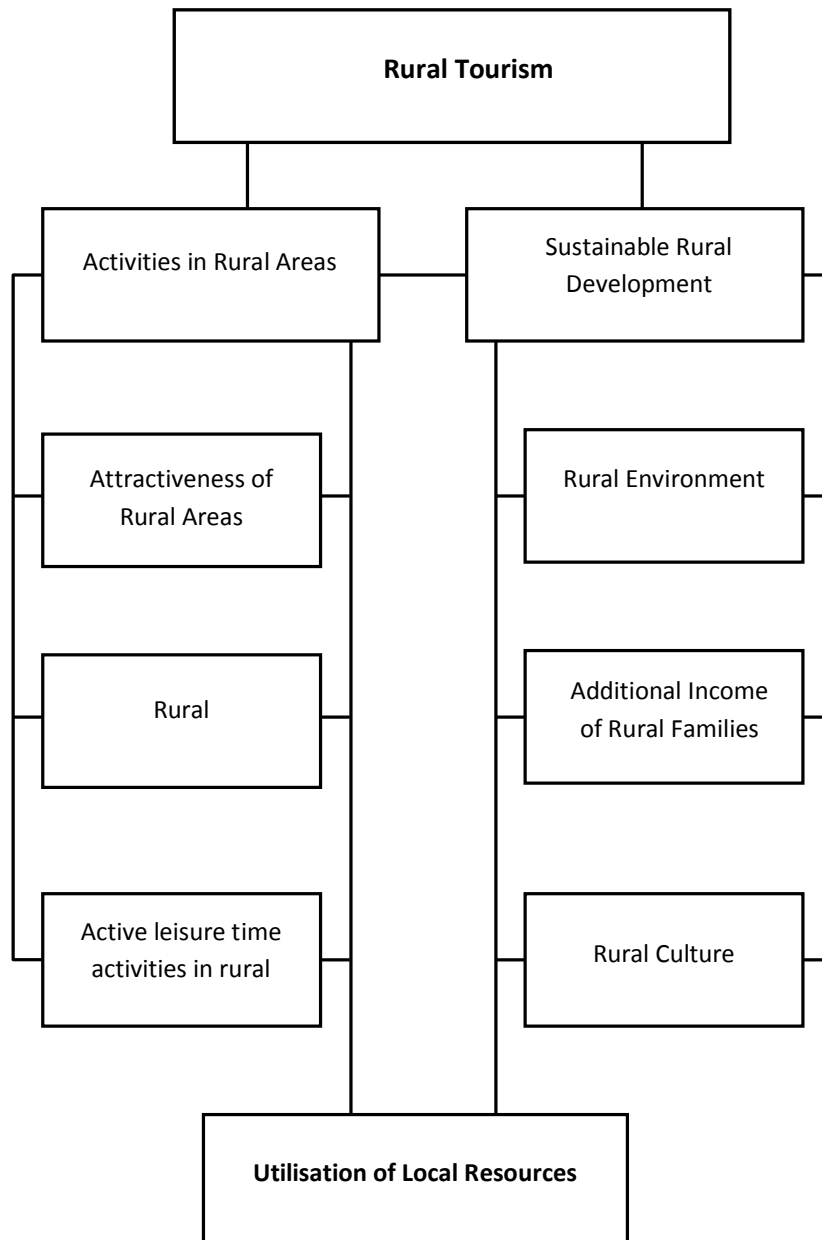
5. Of many different kinds, representing the complex pattern of rural environment, economy, history and location

Menurut Konyves (2001) yang menggambarkan system dari definisi wisata pedesaan. Adapun gambar tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1

System Definition of Rural Tourism

Sumber : Konyves (2001)



Berdasarkan gambar tersebut, maka dapat dikatakan bahwa tujuan dari wisata pedesaan adalah memanfaatkan sumber daya desa serta melakukan aktivitas atau kegiatan desa dengan menitik beratkan pada sumber daya lokal atau desa yang ada. Adapun aktivitas tersebut dimulai dari aktivitas di areal desa, atraksi wisata yang melibatkan lingkungan pedesaan, memanfaatkan akomodasi yang ada di desa terutama rumah-rumah penduduk desa sebagai sarana akomodasi, melakukan kegiatan yang menyenangkan dan untuk bersantai sambil menikmati suasana desa, sehingga dengan demikian dapat tercipta pembangunan pedesaan yang berkelanjutan, mempertahankan serta melestarikan lingkungan pedesaan, meningkatnya pendapatan masyarakat serta lestarnya nilai-nilai serta budaya masyarakat desa.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa wisata pedesaan merupakan suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, akomodasi, makanan dan minuman serta kebutuhan wisata lainnya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yang mana metode ini digunakan untuk menjawab masalah penelitian yaitu analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Cibuntu dengan menggunakan diagram kartesius untuk mengetahui dimensi pelayanan masuk ke kuadran mana.

4.1 Teknik Pengumpulan Sampling

Menurut Sugiyono (2008:115), "Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan". Dalam penelitian ini populasinya adalah wisatawan yang pernah berkunjung dalam rangka melakukan aktivitas berwisata, yang mana data tingkat kunjungan ke Desa Cibuntu periode Tahun 2012 sampai tahun 2014 mencapai 2012 pengunjung.

Menurut Sugiyono (2008:116) "sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sedangkan menurut Arikunto (2008:116) "Penentuan pengambilan Sample sebagai berikut :

Apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-55% atau lebih tergantung sedikit banyaknya dari:

- 1). Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana
- 2). Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya dana.
- 3). Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti untuk peneliti yang resikonya besar, tentu saja jika sampelnya besar hasilnya akan lebih baik .

Penelitian ini menggunakan 10 % sampel dari jumlah populasi yaitu, 2012 pengunjung sehingga total sampel sebanyak 200 responden. Yang mana teknik pengambilan sampelnya adalah *Proporsive sampling* . Cara pengambilan sampel dengan menetapkan ciri yang sesuai dengan tujuan. Yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Cibuntu dalam rangka berwisata.

Adapun teknik pengumpulan datanya dengan menggunakan kuesioner , yang mana untuk mengukur tingkat harapan dan kenyataan menggunakan skala 5 (Likert) yang terdiri dari :

SKOR	TINGKAT	
	HARAPAN	KENYATAAN
1	Sangat tidak setuju	Tidak penting
2	Tidak setuju	Kurang penting
3	netral	Netral
4	setuju	Penting
5	Sangat setuju	Sangat penting

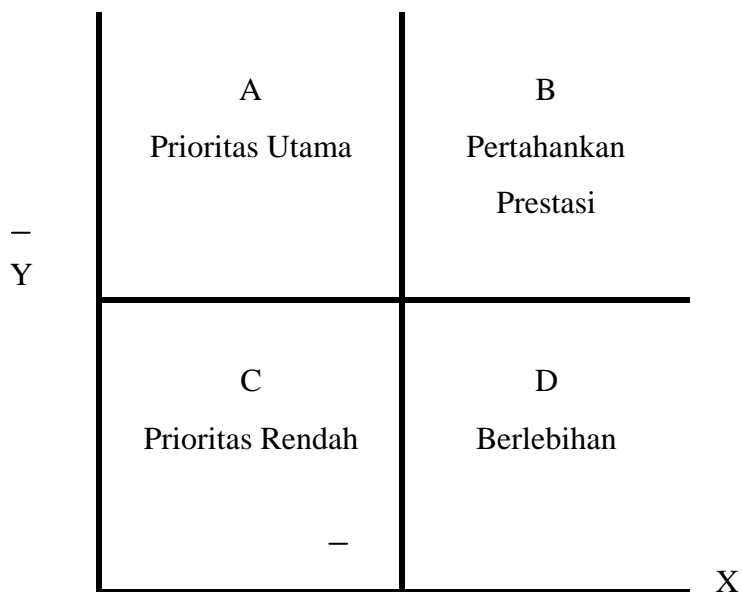
Pemberian skor untuk masing-masing jawaban harapan dan kenyataan pengunjung bertujuan untuk mempermudah pengolahan data.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat harapan/kepentingan dan hasil penilaian kinerja/penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai nilai rata-rata dan rata-rata dari rata.

Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, di mana X merupakan *tingkat Kenyataan* pelayanan, sedangkan Y merupakan *tingkat harapan pengunjung*.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X , Y), di mana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan penumpang seluruh faktor atau atribut, dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan. Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius seperti dibawah ini :

Y HARAPAN



KENYATAAN

Kriteria hipotesis :

Di kuadran A : Atribut ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan pelayanannya sangat memuaskan, sehingga perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanannya.

Di kuadran B : Atribut ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan sehingga perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga atribut tersebut akan bergeser dari kuadran II menuju kuadran I.

Di kuadran C : Atribut ini dianggap kurang atau tidak penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan.

Di kuadran D : Atribut ini dianggap kurang atau tidak penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya sangat memuaskan

Jika hasil penelitian berada di kuadran III dan IV, maka perusahaan bisa mengabaikan karena pelayanan tersebut bisa dianggap kurang atau tidak penting oleh konsumen

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	JUMLAH	PROSENTASE
PRIA	108	54 %
WANITA	92	46 %
TOTAL	200	100 %

b. Umur Responden

UMUR	JUMLAH	PROSENTASE
10 – 17 Tahun	47	23,5 %
18 – 25 Tahun	53	26,5 %
26 – 33 Tahun	45	22,5 %
34 – 41 Tahun	37	18,5 %
➤ 42 Tahun	18	9 %
	200	100 %

c. Berdasarkan tempat tinggal

DAERAH	JUMLAH	PROSENTASE
Jakarta	65	32,%
Depok	18	9%
Bogor	29	14,5%
Tangerang	55	27,5%
Bekasi	22	11%
Kota Lainnya	11	5,5%
	200	100%

d. Berdasarkan Pekerjaan

DAERAH	JUMLAH	PROSENTASE
Pelajar/Mahasiswa	107	53,5 %
Guru / Dosen	23	11,5 %
Pegawai Negri	12	6 %
Pegawai Swasta	43	21,5 %
Wiraswasta	7	3,5 %
Lain-Lain	8	4 %
Total	200	100 %

e. Berdasarkan Frekuensi Berkunjung

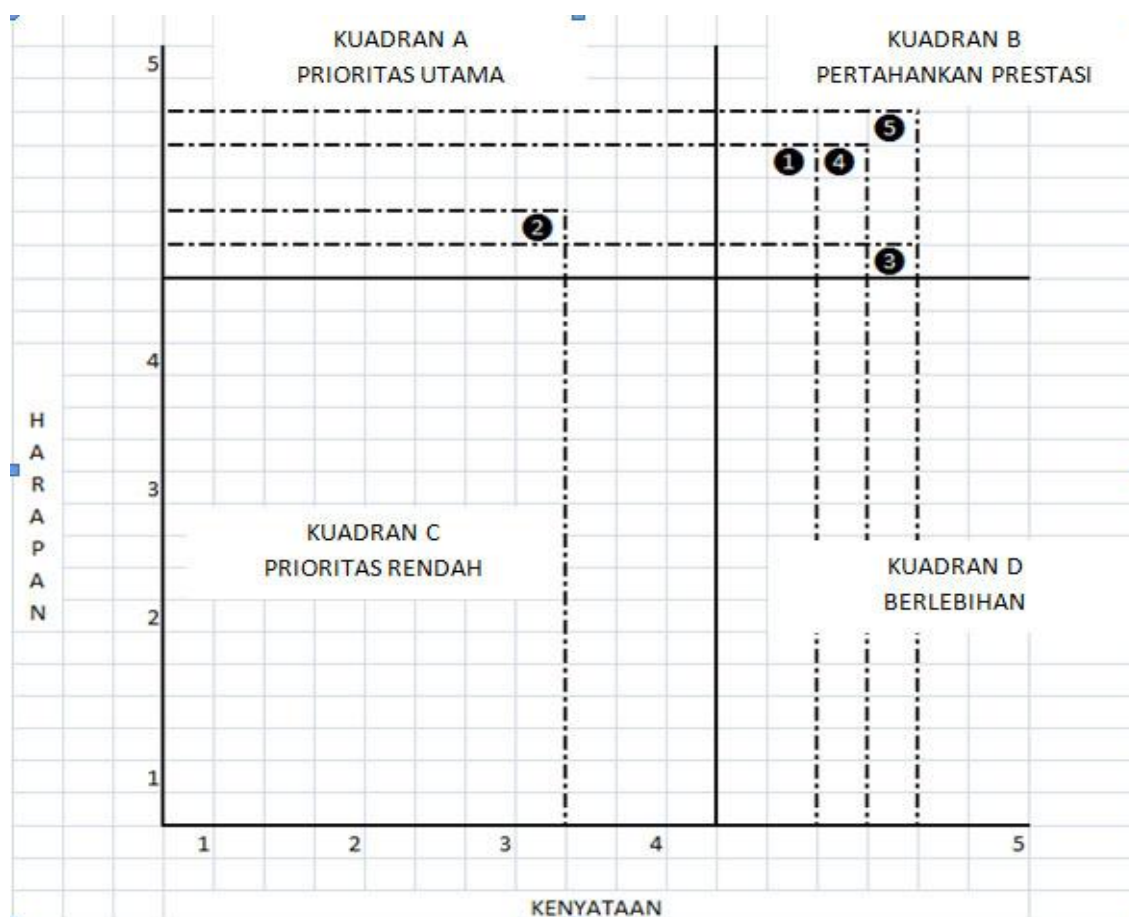
KUNJUNGAN	JUMLAH	PROSENTASE
1 kali	159	79,5 %
2 kali	28	14 %
3 kali	13	6,5 %
TOTAL	200	100 %

Nilai Rata-rata Tingkat Kepuasan dan Kenyataan

a. Tabel rata-rata tingkat kepuasan dan kenyataan

DIMENSI	NILAI	
	HARAPAN	KENYATAAN
REALIBILITY (Kehandalan)	4.4	4.2
RESPONSIVENESS (Daya Tanggap)	4.3	3.4
ASSURANCE (Jaminan)	4.1	4.4
TANGIBLE (Bukti Fisik)	4.4	4.3
EMPHATY (Kepedulian)	4.5	4.4
	4.34	4.14
	-	-
	X	Y

b. Grafik Harapan dan Kepuasan



Kuadran A

1. Responsiveness

Pengelola pariwisata di Desa Cibuntu masih kurang tanggap terhadap keluhan, lambat dalam menyelesaikan masalah yang timbul dan kurangnya kesiapan dalam membantu pengunjung.

Kuadran B

1. Reliability

Pelayana dari segi penanganan proses cek in / out serta pelayanan di homestay telah memenuhi keinginan pengunjung dan telah memberikan kepuasan.

2. Assurance

Pengetahuan pengelola mengenai konsep pelayanan, ramah tamah , mampu mengamati hal – hal yg bisa timbul berkaitan pelayanan di home stay serta dapat memberikan rasa aman , Pada dimensi ini telah memenuhi keinginan pengunjung dan telah memberikan kepuasan.

3. Tangible

Pengunjung merasa puas dengan keberagaman obyek yg ada,atraksi budaya, penataan kamar yang baik dan bersih serta kebersihan diri petugas dan pemilik homestay.

4. Emphaty

Pengunjung sudah merasa keinginan telah memenuhi harapan serta memberikan kepuasan serta peduli terhadap keluhan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka pelayanan yang berkaitan dengan dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*), masih dinilai kurang dan belum memenuhi rasa puas pengunjung . Sedangkan pelayanan yang berkaitan dengan dimensi Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*), bukti fisik (*Tangible*) serta Kepedulian (*Emphaty*) sudah memenuhi harapan dan telah memberikan kepuasan.

Saran

Dari hasil dan pembahasan yang ada, maka diadakan beberapa saran guna memberikan manfaat jangka panjang bagi Desa Wisata Cibuntu, yakni dengan perlu diadakannya pelatihan kembali kepada seluruh pelaku wisata seperti:

- a. Local guide serta coordinator acara
- b. Pelaku kesenian
- c. Penyedia makanan/minuman
- d. Pemilik homestay
- e. Pengrajin/pembuat kerajinan atau olahan kuliner lokal
- f. pemerintahan Desa

Pelatihan ini dilakukan agar setiap pelaku wisata dapat bekerjasama sehingga tidak bekerja secara sektoral dan menanamkan rasa responsif setiap pelaku yang ada terhadap permasalahan yang timbul dan keinginan/kebutuhan pengunjung.

Rencana Tindak Lanjut

Berdasarkan permasalahan yang timbul hasil penelitian maka akan dilaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) untuk memberikan pelatihan kerjasama, menanamkan rasa peduli dan tanggap terhadap permasalahan kepada pelaku/pengelola pariwisata di Desa Cibuntu.

Dengan adanya kegiatan pariwisata di Desa Cibuntu perlu di adakan penelitia, untuk melihat apakah sektor pariwisata memberikan dampak ekonomi kepada para pemilik homestay, pelaku wisata dan masyarakat umumnya di Desa Cibuntu.

Kegiatan PKM dan penelitian ini dapat dilaksanakan bersamaan.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, 1997, *Defini Kepuasan Pelanggan dan Konsep Pelayanan*.

Gaspersz, V, 1997. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta : PT Gramedia

Parasuraman, A, Valarie A. Zeithaml, and L. Berry, 1985, *Model konseptual kualitas layanan dan implementasinya untuk penelitian* .

Supranto, J.,2001 , *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*

Parasuraman, A.,Zeithaml, V., & Berry, L. ,1988 , *Sebuah skala multiple-item untuk mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas layanan* .

Mary Cawlay ,2008 , *Integrated Rural Tourism, concept and Practice*.*Annals of Tourism Research*

Lane, B. ,1993, *Sustainable Rural Tourism Strategies: A Tool For Development and Conservation in Bramwell* .

Isaac dan Michael dalam Sugiyono ,2014, *Penentuan jumlah sample*

Tjiptono, F. 1997. *Total Quality Service*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi Offset.