PERCEPTIONS AND EXPECTATIONS OF TOURISTSQUALITY OF TOURIST HOME DINING SERVICESIN TERONG VILLAGE, BELITUNG DISTRICT

Pelliyezer Karo Karo [1], Zulkifli Harahap[2] , Samuel Hamonangan [3]

[1 ,2,3] Politeknik Pariwisata Palembang
***Correspondence* : Pelliyezer Karo Karo, Politeknik Pariwisata Palembang**
***Email :* pelliyezer@poltekpar-palembang.ac.id**
DOI: https://doi.org/10.36983/japm.v8i1.63

Abstract

Quality of service is one of the dimensions in achieving tourist satisfaction when visiting, not only in tourist destinations but also in restaurants or tourist restaurants. This is important to maintain in order to maintain sustainable tourism. This study was to analyze the level of perception and level of expectation of the quality of tourist restaurant services in Terong Village, Belitung Regency. The quality of service studied included tangible variables, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Data collection techniques used were interviews, questionnaires, and observations. Data analysis model used by the Importance Performance Analysis (IPA) method, to determine the priority of indicators that can affect service quality. The study population was 60 tourists who were traveling in Belitung Regency. Research shows. the suitability level index of service quality is at 77.57 percent and to improve the quality of services identified there are ten indicators that are priority factors for improvement. Six other indicators detected as a supporting factor for service quality, achievement has been able to meet the level of tourist expectations.

Keywords*: perception, expectations, service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer satisfaction.*

PERSEPSI DAN EKSPEKTASI WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN WISATA DI DESA TERONG, KABUPATEN BELITUNG

Abstrak

Kualitas pelayanan merupakan salah satu dimensi dalam mencapai kepuasan wisatawan ketika berkunjung, tidak hanya pada destinasi wisata tetapi juga pada restoran atau rumah makan wisata. Hal ini penting dijaga demi menjaga pariwisata berkelanjutan. Penelitian ini untuk menganalisis tingkat persepsi dan tingkat ekspektasi dari kualitas pelayanan rumah makan wisata di Desa Terong, Kabupaten Belitung. Kualitas pelayanan yang diteliti mencakup variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner, dan observasi. Model analisis data yang digunakan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), untuk mengetahui prioritas terhadap indikator yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan. Populasi penelitian adalah 60 orang wisatawan yang sedang berwisata di Kabupaten Belitung. Penelitian menunjukkan. indeks tingkat kesesuaian dari kualitas pelayanan berada pada angka 77,57 persen dan untuk meningkatkan kualitas pelayanan teridentifikasi terdapat sepuluh indikator yang menjadi faktor prioritas perbaikan. Enam indikator lain terdeteksi sebagai faktor penunjang kualitas pelayanan, berprestasi telah mampu memenuhi tingkat ekspektasi wisatawan.

Kata kunci: persepsi, ekspektasi, kualitas pelayanan, *tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty*, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata diproyeksikan sebagai penghasil devisa terbesar Indonesia di tahun 2019, terlihat dari pencapaian devisa sektor pariwisata pada 2018 mencapai 19,3 miliar dollar AS atau melampaui target 17 miliar dollar AS, sedangkan target tahun 2019, devisa pariwisata akan menyumbang 20 miliar dollar AS. Pariwisata Indonesia merupakan salah satu industri pariwisata dengan pertumbuhan paling cepat di dunia. *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) oleh *World Economic Forum* (WEF) menunjukkan pertumbuhan positif daya saing industri pariwisata Indonesia di dunia, rank 70 pada tahun 2015 dan terus meningkat hingga mencapai rank 40 di tahun 2019, sedangkan secara regional, pariwisata Indonesia berada di rank 4 di Asia Tenggara. Hal ini menunjukkan pertumbuhan pesat industri pariwisata Indonesia, yang harus terus dibenahi dalam berbagai faktor pendukung sektor pariwisata sehingga pada masanya akan mampu meraih TTCI dengan rank 30 dunia.

Salah satu model pembangunan kepariwisataan di Indonesia melalui pengembangan desa wisata berbasis pendampingan perguruan tinggi. Politeknik Pariwisata Palembang dibawah naungan Kementerian Pariwisata, memiliki wilayah kerja hingga Provinsi Bangka Belitung. Kabupaten Belitung merupakan bagian dari Kepulauan Bangka Belitung, yang terbagi menjadi lima kecamatan dengan Tanjungpan dan merupakan ibukota kabupaten.

Gambar 1. Perkembangan Jumlah Wisatawan di Kabupaten Belitung

Sumber: BPS Kab. Belitung, diolah

Publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Belitung menunjukkan jumlah wisatawan berkunjung ke Kabupaten Belitung terus bertambah setiap tahunnya. Peningkatan jumlah wisatawan domestik sebesar 23,04% terjadi pada tahun 2017 dari tahun sebelumnya, begitu juga di tahun 2018 peningkatan tercatat sebesar 18% dari tahun sebelumnya. Sejalan dengan hal tersebut, jumlah wisatawan mancanegara juga meningkat sebesar 26.94% di tahun 2017 dan 34,59% di tahun 2018 dari tahun sebelumnya, dimana rata-rata komposisi wisatawan mancanegara sebesar 2,77% selama 3 tahun terakhir.

Fakta positif tersebut menjadi salah satu dasar bagi Politeknik Pariwisata Palembang untuk mengimplementasikan tugasnya yang tertuang dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam kaitannya pada sektor pariwisata melalui pembinaan desa wisata. Desa yang dipilih bernama Desa Terong. Desa wisata Terong adalah sebuah desa berlokasi di Kecamatan Sijuk, letaknya sangat strategis di jalur pelintasan pesisir pantai utara Pulau Belitung dan jalur lintasan pariwisata menuju destinasi wisata Tanjung Pandan, Tanjung Kelayang dan Tanjung Tinggi.

Pengembangan desa wisata dapat dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat, dengan membantu masyarakat desa wisata dalam membangun dan mengelola usaha akomodasi dan makan minum. Dalam hal ini makan minum yang dimaksud menitikberatkan pada usaha rumah makan wisata. Namun dalam membuka usaha dalam bidang makan minum diperlukan standar dan pengetahuan dalam mengelola produk maupun layanan yang akan disuguhkan kepada konsumen yaitu wisatawan.

Gambar 2. Laju Industri Akomodasi dan Makan Minum Terhadap PDRB Kab. Belitung
Sumber: BPS Kab. Belitung 2019, diolah

Berdasarkan lapangan usahanya, sektor pariwasata di Kabupaten Belitung terwakilkan oleh industri akomodasi dan makan minum dengan porsi kontribusi di tahun 2018 hanya sebesar 3.49% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di tingkat kabupaten. BPS Kabupaten Belitung mencatat, laju pertumbuhannya setiap tahun tidak signifikan dengan rata-rata pertumbuhan di tiga terakhir hanya tercapai di angka 2,65%. Hal ini mengindikasikan bahwa sektor pariwisata belum memiliki *value added* dan berdampak besar bagi perekonomian masyarakat di Kabupaten Belitung secara umum dan Desa Terong secara khusus. Berangkat dari paparan data tersebut, dilakukanpenelitian yang berkaitan dengan industri jasa makanan dan minuman di Kabupaten Belitung secara umum dan Desa Terong secara khusus yang akan mampu memberikan dampak perekonomian bagi masyarakat sekitar.

Dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, dalam hal ini adalah wisatawan, industri harus memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen seperti harga, produk, lokasi dan yang paling utama dalam sebuah industri jasa adalah kualitas pelayanan, sama halnya seperti pada sektor pariwisata. Kepuasan kosumen dapat dipahami dengan meneliti kualitas pelayanan yang diberikan, yaitu mengidentifikasi 5 determinan kualitas jasa yaitu *Reliability* (keandalan), *Ressponsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (Empati), *Tangible* (wujud) (Tjiptono 2016). Kualitas pelayanan menjadi hal mutlak yang menjadi perhatian utama dalam setiap industri jasa baik dalam sektor apapun seperti perbankan, logistik, transportasi dan lainnya, tidak terkecuali sektor pariwisata. Hal ini menjadi dasar penguatan penelitian untuk fokus pada kualitas pelayanan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dipersiapkan dan dilakukan oleh individu atau kelompok yang diselenggarakan dalam jangka waktu yang pendek dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan tujuan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Dalam sektor pariwisata, terdapat industri jasa yang menopang yaitu industri akomodasi dan industri jasa makanan dan minuman (*food and beverage services*).

Wojowasito dan Poerwodarminto (Marsyangm, 1999:71) mengklasifikasikan restoran atau rumah makan menjadi 22 tipe yaitu *A'la Carte Restaurant, Table D 'hote Restaurant, Coffe Shop atau Brasserei, Cafelaria atau Café, Canteen, Continental Restaurant, Carvery, Dining Room, Discotheque, Fish and Chip Shop, Grill Room (Rotisserie), Inn Tavern, Night Club/Super Club, Pizzeria, Pan Cake Hoiise/Creperie, Pub, Snack Bar/Cqfe/Milk Bar, Specialitiy Restaurant, Terrace Restaurant, Gourmet Restoran, Family Type Restaurant, Main Dining Room*. Rumah makan wisata yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan usaha sederhana industri jasa penyediaan layanan makanan dan minuman berlokasi dekat dengan dengan destinasi wisata, didukung area produksi, dengan tipe family type restaurant yang menghidangkan makanan dan minuman, terutama bagi tamu-tamu keluarga ataupun rombongan.

Servqual instrument merupakan instrumen Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) yang dipakai dalam penelitian ini. Pada dasarnya diemensi servqual mempunyai tujuan untuk mengukur kualitas pelayanan sebagaimana dikonseptualisasikan dalam literature pelayanan. Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa yang dikutip dalam Tjiptono (2016) yaitu reliabilitas, responsivitas, kompetensi, akses komunikasi, kesopanan, komunikasi, kredibilitas,

keamanan, kemampuan, dan bukti fisik.

Hal tersebut juga dipaparkan oleh Tjiptono (2016:137) yang menjelaskan bahwa sepuluh dimensi kualitas pelayanan disederhanakan menjadi lima dimensi pokok yaitu "Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*)." Sedangkan akses, komunikasi dan kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati (*empathy*). Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa terdapat lima dimensi servqual tersebut yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
5. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Berdasarkan pemaparan tersebut, kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi lima dimensi yaitu: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang ditawarkan oleh penyedia jasa kepada pengguna layanan jasa (wisatawan).

Persepsi calon wisatawan akan timbul setelah membaca informasi mengenai objek yang akan dikunjunginya. Sebelum melakukan kunjungan, wisatawan selalu mempelajari obyek wisata yang akan menjadi tujuannya. Calon wisatawan akan mempertimbangkan berbagai alternatif yang ada sesuai dengan kriteria wisata dan motivasi perjalannya sehingga dapat membuat keputusan yang tepat. Sedangkan ekspektasi merupakan sesuatu yang ada dalam diri individu yang terjadi karena adanya keinginan untuk mencapai hasil sesuai dengan tujuan. Ekspektasi merupakan salah satu penggerak yang mendasari seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Ekspektasi atau harapan calon wisatawan mancanegara dapat dipengaruhi oleh informasi yang diperoleh atau profil wisatawan, yaitu umur, jenis kelamin, pekerjaan, perdidikan atau kebangsaan sehingga ekspektasi yang ditemukan akan sangat beragam.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah observasional dengan metode survey yang bersifat deskriptif dan analitik. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan sifat penelitian ini adalah *explanatory*. Lokasi objek penelitian dilakukan di Kabupaten Belitung, tepatnya pada dua kecamatan yaitu Kecamantan Sijuk yang merupakan lokasi Desa Wisata Terong dan Kecamatan Tanjung Pandan yang merupakan wilayah bertetangga, dalam rangka pengembangan area objek penelitian dalam memenuhi jumlah sample minimum.

Populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berkunjung di Kabupaten Belitung, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung selama proses penelitian ini berlangsung, dengan beberapa asumsi

tertentu. Berdasarkan publikasi data BPS Kabupaten Belitung nomor katalog 1102001.1902 pada Agustus 2019, terdapat 467.571 kunjungan wisatawan ke Kabupaten Belitung, 96,86 persen merupakan wisatawan nusantara dan 3,14 persen lainnya wisatawan mancanagera. Jumlah hotel/penginapan di Kabupaten Belitung sebesar 57 unit dengan jumlah kamar sebanyak 2166 kamar pada tahun 2018, yang didominasi sebesar 87.07 persen terpusat di Kecamatan Tanjung Pandan seperti terter pada tabel 1. Sedangkan Kecamatan Sijuk, lokasi wilayah administratif dari Desa Terong menyumbang sebesar 12,28 persen. Angka tersebut digunakan sebagai dasar perkiraan penentuan jumlah populasi penelitian berkisar sebesar 57.421 wisatawan. Melalui dasar nilai tersebut kemudian diperkirakan jumlah kunjungan pada lokus penelitian berkisar 5000an setara dengan proporsi 10%.

Tabel 1. Jumlah Hotel/Penginapan dan Kamar di Kabupaten Belitung, 2018

Kecamatan	Hotel Bintang	Hotel Non Bintang	Villa	Jumlah	Kamar
Membalong	-	-	2	2	
Tajungpandan	19	27	-	46	1.8
Badau	-	-	-	-	
Sijuk	3	2	4	9	2
Selat Nasik	-	-	-	-	
Jumlah	22	29	6	57	2.1

Sumber: BPS Kab. Belitung, 2019, diolah

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling.* Dikarenakan besar populasi tidak diketahui dengan langsung, maka penentuan jumlah sample dalam penelitian ini menggunakan pendekatanLemeshow (S. Lameshow dalam Murti, 2013):

$$n \geq \frac{Z_{\propto/2}{}^2 PQ}{L^2}$$

dimana:

n = ukuran sample minimum.
$Z_{\alpha/2}$ = nilai standar dari distribusi sesuai nilai α, digunakan nilai α/2 = 1%
P = prevalensi *outcome*, digunakan nilai 10 persen
Q = 1 - P
L = tingkat ketelitian, digunakan nilai 10 persen.

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai sebesar 59.91, dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 orang wisatawan.

Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dan realibilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan kepada 30 orang responden diluar daripada responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dalam pengujian ini skor item total dikorelasikan dengan skor total. Uji validitas instrumen dalam penelitian dengan cara mengkorelasikan setiap skor item masing-masing variabel dengan skor total variabel tersebut. Hasil perhitungan tersebut kemudian dibandingkan dengan titik kritis (r_{tabel}) pada taraf signifikan 5 persen. Jika nilai *corrected item total correlation* (r_{hitung}) > r_{tabel} dan nilainya positif, maka item atau butir pertanyaan pada setiap varibale penelitian dapat dinyatakan valid (Ghozali, 2011).

Dengan menggunakan *degree of freedom* (df) = 28 dan tingkat signifikansi untuk uji dua arah yaitu alpa (α) sebesar 0,05 maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Pengolahan data menghasilkan Tabel 2. berikut menunjukkan nilai r_{hitung} dari setiap butir pertanyaan.

Tabel 2. Uji Validitas Instrumen

No	Indikator	Corrected Item Total Correlation	Ket.
1.	**Variabel *Tangible***		
	1. Kebersihan ruangan pada rumah makan.	0,633	Valid
	2. Kebersihan peralatan makan.	0,663	Valid
	3. Kebersihan toilet.	0,920	Valid
	4. Pencahayaan yang baik.	0.920	Valid
	5. Ketersediaan meja kursi yang cukup memadai.	0.920	Valid
	6. Tampilan menu yang menarik.	0.654	Valid
2.	**Variabel *Reliability***		
	1. Kemampuan penyajian menu makanan sesuai dengan kualitas dijanjikan.	0,876	Valid
	2. Ketersediaan variasi penyajian menu.	0,715	Valid
	3. Kemampuan penyajian makanan sesuai dengan temperature seharusnya (sajian panas disajikan panas, sajian dingin disajikan dingin).	0,626	Valid
	4. Kesegaran penggunaan bahan makanan.	0.728	Valid
	5. Kesesuaian harga yang tercantum pada daftar menu dengan nota pembayaran.	0.614	Valid
	6. Kesesuaian harga dengan kualitas yang dijanjikan.	0.896	Valid
3.	**Variabel *Responsiveness***		
	1. Kecepatan karyawan dalam mencatat pesanan.	0,807	Valid
	2. Kecepatan karyawan dalam menyajikan pesanan.	0,619	Valid
	3. Ketersediaan waktu dari karyawan untuk memberikan pelayanan.	0,755	Valid
	4. Kesigapan karyawan untuk memberikan pelayanan tanpa diminta.	0,626	Valid
	5. Ketersediaan pihak rumah makan untuk menerima kritik dan saran.	0,761	Valid
4.	**Variabel *Assurance***		
	1. Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen.	0,819	Valid
	2. Pengetahuan karyawan akan menu-menu yang tersedia.	0,677	Valid
	3. Cara penyampaian informasi akan menu-menu yang tersedia sehingga mudah dimengerti oleh konsumen.	0,834	Valid
	4. Kesesuaian antara penjelasan menu yang diberikan oleh karyawan dengan bentuk nyatanya.	0.680	Valid
5.	**Variabel *Empathy***		
	1. Pemberian perhatian oleh karyawan kepada konsumen.	0,795	Valid
	2. Penjelasan yang baik dalam menjelaskan menu atau promosi yang sedang berlangsung.	0,722	Valid
	3. Pengertian karyawan akan keinginan konsumen	0,736	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (SPSS 22, diolah)

Dari hasil uji validitas instrumen seperti yang diperlihatkan pada Tabel 4.5. menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari setiap butir variabel pertanyaan > nilai r_{tabel} (0,361), yang artinya setiap butir variabel pertanyaan dinyatakan valid atau layak untuk dijadikan angket penelitian.

Reliabilitas adalah alat ukur berkenaan dengan derajad konsistensi dan stabilitas data yang dihasilkan dari proses pengumpulan data dengan menggunakan instrumen tersebut. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian reliabilitas dengan menggunakan cara *one shot*. Alat test yang akan digunakan untuk pengujian adalah *Koefisien Alpha Cronbach*. Sekaran (dalam Zulganef, 2006) menyatakan bahwa suatu instrumen penelitian mengindikasikan memiliki reliabilitas yang memadai jika *koefisien alpha cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70.

Tabel 3. Uji Validitas Instrumen

No	Indikator	*Cronbach's Alpha if Item Deleted*	Ket.
1.	**Variabel *Tangible***		
	1. Kebersihan ruangan pada rumah makan.	0,869	Reliable
	2. Kebersihan peralatan makan.	0,866	Reliable
	3. Kebersihan toilet.	0,868	Reliable
	4. Pencahayaan yang baik.	0,868	Reliable
	5. Ketersediaan meja kursi yang cukup memadai.	0,868	Reliable
	6. Tampilan menu yang menarik.	0,863	Reliable
2.	**Variabel *Reliability***		
	1. Kemampuan penyajian menu makanan sesuai dengan kualitas dijanjikan.	0,854	Reliable
	2. Ketersediaan variasi penyajian menu.	0,860	Reliable
	3. Kemampuan penyajian makanan sesuai dengan temperature seharusnya (sajian panas disajikan panas, sajian dingin disajikan dingin).	0,866	Reliable
	4. Kesegaran penggunaan bahan makanan.	0,852	Reliable
	5. Kesesuaian harga yang tercantum pada daftar menu dengan nota pembayaran.	0,868	Reliable
	6. Kesesuaian harga dengan kualitas yang dijanjikan.	0,855	Reliable
3.	**Variabel *Responsiveness***		
	1. Kecepatan karyawan dalam mencatat pesanan.	0,864	Reliable
	2. Kecepatan karyawan dalam menyajikan pesanan.	0,859	Reliable
	3. Ketersediaan waktu dari karyawan untuk memberikan pelayanan.	0,865	Reliable
	4. Kesigapan karyawan untuk memberikan pelayanan tanpa diminta.	0,864	Reliable
	5. Ketersediaan pihak rumah makan untuk menerima kritik dan saran.	0,867	Reliable
4.	**Variabel *Assurance***		
	1. Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen.	0,862	Reliable
	2. Pengetahuan karyawan akan menu-menu yang tersedia.	0,861	Reliable
	3. Cara penyampaian informasi akan menu-menu yang tersedia sehingga mudah dimengerti oleh konsumen.	0,855	Reliable
	4. Kesesuaian antara penjelasan menu yang diberikan oleh karyawan dengan bentuk nyatanya.	0,863	Reliable
5.	**Variabel *Empathy***		
	1. Pemberian perhatian oleh karyawan kepada konsumen.	0,866	Reliable
	2. Penjelasan yang baik dalam menjelaskan menu atau promosi yang sedang berlangsung.	0,857	Reliable
	3. Pengertian karyawan akan keinginan konsumen	0,869	Reliable
	Cronbach's Alpha	0,868	Reliable

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (SPSS 22, diolah)

Dari hasil uji reliabilitas instrumen pada tabel 2. menunjukkan bahwa baik nilai *koefisien alpha cronbach* secara keseluruhan (0,868) maupun setiap instrumen melebihi batas minimum reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu 0,7. Ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan semua instrumen variabel dalam penelitian ini adalah reliabel (konsisten).

Importance Performance Analysis

Pada metode ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance-Performance Matrix*, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili ekspektasi. Melalui metode *Importance Performance Analysis (IPA)* juga terdapat perhitungan untuk menentukan urutan prioritas layanan, yang diukur dengan tingkat kesesuaian untuk menentukan prioritas perbaikan kualitas pelayanan. Secara matematis akan dipaparkan pada tabel 4.

Tabel 4. Indeks Tingkat Kesesuaian Indikator

No	Indikator	Persepsi (X)	Ekspektasi (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
1.	**Variabel *Tangible***			
	Q.1.1. Kebersihan ruangan pada rumah makan.	135	277	48,74
	Q.1.2. Kebersihan peralatan makan.	129	240	53,75
	Q.1.3. Kebersihan toilet.	158	239	66,11
	Q.1.4. Pencahayaan yang baik.	137	200	68,50
	Q.1.5. Ketersediaan meja kursi yang cukup memadai.	123	187	65,78
	Q.1.6. Tampilan menu yang menarik.	147	247	59,51
2.	**Variabel *Reliability***			
	Q.2.1. Kemampuan penyajian menu makanan sesuai dengan kualitas dijanjikan.	173	179	96,65
	Q.2.2. Ketersediaan variasi penyajian menu.	121	275	44,00
	Q.2.3. Kemampuan penyajian makanan sesuai dengan temperature seharusnya (sajian panas disajikan panas, sajian dingin disajikan dingin).	139	207	67,15
	Q.2.4. Kesegaran penggunaan bahan makanan.	195	246	79,27
	Q.2.5. Kesesuaian harga yang tercantum pada daftar menu dengan nota pembayaran.	187	239	78,24
	Q.2.6. Kesesuaian harga dengan kualitas yang dijanjikan.	182	177	102,82
3.	**Variabel *Responsiveness***			
	Q.3.1. Kecepatan karyawan dalam mencatat pesanan.	211	235	89,79
	Q.3.2. Kecepatan karyawan dalam menyajikan pesanan.	235	250	94,00
	Q.3.3. Ketersediaan waktu dari karyawan untuk memberikan pelayanan.	128	161	79,50
	Q.3.4. Kesigapan karyawan untuk memberikan pelayanan tanpa diminta.	185	200	92,50
	Q.3.5. Ketersediaan pihak rumah makan untuk menerima kritik dan saran.	122	153	79,74
4.	**Variabel *Assurance***			
	Q.4.1. Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen.	243	246	98,78
	Q.4.2. Pengetahuan karyawan akan menu-menu yang tersedia.	115	243	47,33
	Q.4.3. Cara penyampaian informasi akan menu-menu yang tersedia sehingga mudah dimengerti oleh konsumen.	216	217	99,54
	Q.4.4. Kesesuaian antara penjelasan menu yang diberikan oleh karyawan dengan bentuk nyatanya.	179	172	104,07
5.	**Variabel *Empathy***			
	Q.5.1. Pemberian perhatian oleh karyawan kepada konsumen.	154	249	61,85
	Q.5.2. Penjelasan yang baik dalam menjelaskan menu atau promosi yang sedang berlangsung.	132	156	84,62
	Q.5.3. Pengertian karyawan akan keinginan konsumen	165	166	99,40
		Rata-Rata Indeks Tingkat Kesesuaian:		**77,57**

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Tabel 5. Tindakan terhadap Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Tingkat Kesesuaian (%)	Tindakan
Variabel *Tangible*	Q.1.1.	48,74	Action
	Q.1.2.	53,75	Action
	Q.1.3.	66,11	Action
	Q.1.4.	68,50	Action
	Q.1.5.	65,78	Action
	Q.1.6.	59,51	Action
Variabel *Reliability*	Q.2.1.	96,65	Hold
	Q.2.2.	44,00	Action
	Q.2.3.	67,15	Action
	Q.2.4.	79,27	Hold
	Q.2.5.	78,24	Hold
	Q.2.6.	102,82	Hold
Variabel *Responsiveness*	Q.3.1.	89,79	Hold
	Q.3.2.	94,00	Hold
	Q.3.3.	79,50	Hold
	Q.3.4.	92,50	Hold
	Q.3.5.	79,74	Hold
Variabel *Assurance*	Q.4.1.	98,78	Hold
	Q.4.2.	47,33	Action
	Q.4.3.	99,54	Hold
	Q.4.4.	104,07	Hold
Variabel *Empathy*	Q.5.1.	61,85	Action
	Q.5.2.	84,62	Hold
	Q.5.3.	99,40	Hold

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel 4 diperoleh rata-rata tingkat kesesuaian itu sebesar 77.57 persen. Nilai rata-rata tingkat kesesuaian akan dibandingkan dengan nilai tingkat kesesuaian setiap indikator. Tindakan terhadap indikator dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan berikut, jika nilai tingkat kesesuaian indikator lebih kecil dari nilai rata-rata tingkat kesesuaian maka pada indikator tersebut perlu dilakukan perbaikan (*Action*), sebaliknya jika nilai tingkat kesesuaian indikator lebih besar maka indikator tersebut perlu dipertahankan (*Hold*), seperti tertera pada tabel 5.

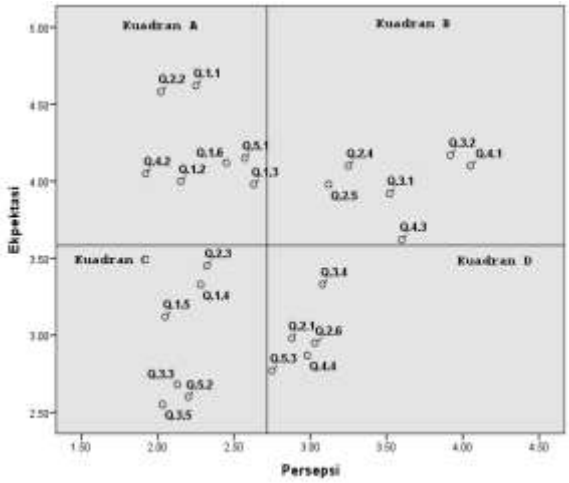
Metode berikutnya, melakukan pemetaan terperinci terhadap setiap indikator untuk mengidentifikasi indikator yang perlu dilakukan perbaikan, dipertahankan, dieliminasi atau dipertimbangkan. Pemetaan tersebut dengan menggunakan bantuan diagram kartesius terbagi dalam 4 kuadran.

Tabel 6. Pemetaan nilai pada Diagram Kartesius

Variabel	Indikator	$\bar{\bar{X}}$ Persepsi	$\bar{\bar{Y}}$ Ekspektasi
Variabel *Tangible*	Q.1.1.	2.25	4.62
	Q.1.2.	2.15	4.00
	Q.1.3.	2.63	3.98
	Q.1.4.	2.28	3.33
	Q.1.5.	2.05	3.12
	Q.1.6.	2.45	4.12
Variabel *Reliability*	Q.2.1.	2.88	2.98
	Q.2.2.	2.02	4.58
	Q.2.3.	2.32	3.45
	Q.2.4.	3.25	4.10
	Q.2.5.	3.12	3.98
	Q.2.6.	3.03	2.95
Variabel *Responsiveness*	Q.3.1.	3.52	3.92
	Q.3.2.	3.92	4.17
	Q.3.3.	2.13	2.68
	Q.3.4.	3.08	3.33
	Q.3.5.	2.03	2.55
Variabel *Assurance*	Q.4.1.	4.05	4.10
	Q.4.2.	1.92	4.05
	Q.4.3.	3.60	3.62
	Q.4.4.	2.98	2.87
Variabel *Empathy*	Q.5.1.	2.57	4.15
	Q.5.2.	2.20	2.60
	Q.5.3.	2.75	2.77

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Nilai pada tabel 6 menjadi dasar utama dalam pengelolaan pemetaan pada diagram kartesius, dengan menggunakan *software* statistic, *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) vs. 22, menghasilkan diagram berikut.



Gambar 3. Diagram Kartesius Prioritas Kualitas Pelayanan
Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (SPSS 22)

Analisis Karakteristik Responden

Responden dibagi menjadi lima karakteristik yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, asal negara, dan lama menginap.

Tabel 7. Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Satuan / Value
1.	Interval Usia	1 = 21 – 30 tahun 2 = 31 – 40 tahun 3 = 41 – 50 tahun 4 = > 50 tahun
2.	Jenis Kelamin	1 = Pria 2 = Wanita
3.	Pekerjaan	1 = Swasta 2 = Negeri 3 = Pensiunan
4.	Asal Negara	1 = Indonesia 2 = China 3 = Malaysia 4 = Singapura 5 = Lainnya
5.	Lama Menginap	1 = 1 – 2 hari 2 = 3 – 4 hari 3 = 4 – 5 hari 4 = > 5 hari

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Tabel 8. Statistik Deskriptif Responden

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Usia	115	26	56	37.20	8.576
Interval Usia	115	1	4	2.13	.941
Jenis Kelamin	115	1	2	1.62	.488
Pekerjaan	115	1	3	1.29	.604
Asal Negara	115	1	5	1.35	.879
Lama Menginap	115	1	4	1.37	.628
Valid N (listwise)	115				

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (SPSS 22)

Berdasarkan analisis, dapat diperoleh beberapa kesimpulan mendasar dari para responden yaitu:

1. Interval usia responden berada di 27-56 tahun, dengan rata-rata usia adalah 40 tahun.
2. Dominan responden berada di interval usia 31-40 tahun sebesar 40 persen, dimana interval usia 31-50 berjumlah 71,7 persen.
3. Responden didominasi oleh wisatawan wanita sebesar 61,7 persen.
4. Sektor swasta merupakan dominasi pekerjaan para wisatawan sebesar 80 persen.
5. Wisatawan didominasi berasal dari Indonesia sebesar 86,7 persen disusul responden dari China 5 persen, Malaysia dan Singapura masing-masing 3,3 persen.
6. Sebesar 68,3 persen wisatawan menginap selama 1-2 hari menginap dan 26,7 persen responden menginap selama 3-4 hari, mengindikasikan bahwa 95 persen responden melakukan kegiatan wisata antara 1 hingga 4 hari di Belitung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis penelitian dilakukan dengan mempertimbangkan dua hal yaitu indeks tingkat kesesuaian dari setiap indikator penelitian dengan hasil pemetaan pada diagram kartesius, sehingga akan memberikan hasil penelitian lebih terarah dan terukur dalam melakukan identifikasi indikator penelitian pada tahap perbaikan, dipertahankan, eliminasi ataupun dipertimbangkan.

Tingkat Kesesuaian

Pengolahan data pada tingkat kesesuaian ini dilakukan bertujuan untuk melihat indikator yang perlu untuk dilakukannya perbaikan *(Action)* dan juga untuk melihat indikator yang perlu dipertahankan *(Hold)*. Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya terdapat beberapa indikator yang harus mendapat perhatian lebih, atau perlu dilakukannya perbaikan karena indikator tersebut masih belum dapat memberikan kepuasan pelayanan kepada wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Belitung, yaitu sebanyak 10 indikator.
Kesepuluh indikator tersebut antara lain:

1. Kebersihan ruangan pada rumah makan.
2. Kebersihan peralatan makan.
3. Kebersihan toilet.
4. Pencahayaan yang baik.
5. Ketersediaan meja kursi yang cukup memadai.
6. Tampilan menu yang menarik.
7. Kemampuan penyajian makanan sesuai dengan temperature seharusnya (sajian panas disajikan panas, sajian dingin disajikan dingin).
8. Ketersediaan variasi penyajian menu.
9. Pengetahuan karyawan akan menu-menu yang tersedia.
10. Pemberian perhatian oleh karyawan kepada konsumen.

Sedangkan 14 indikator lainnya merupakan indikator yang perlu dipertahankan dikarenakan nilai persepsi indeks tingkat kesesuaian berada diatas nilai ekspektasi wisatawan, mencakup:

1. Kemampuan penyajian menu makanan sesuai dengan kualitas dijanjikan.
2. Kesegaran penggunaan bahan makanan.
3. Kesesuaian harga yang tercantum pada daftar menu dengan nota pembayaran.
4. Kesesuaian harga dengan kualitas yang dijanjikan.
5. Kecepatan karyawan dalam mencatat pesanan.
6. Kecepatan karyawan dalam menyajikan pesanan.
7. Ketersediaan waktu dari karyawan untuk memberikan pelayanan.
8. Kesigapan karyawan untuk memberikan pelayanan tanpa diminta.
9. Ketersediaan pihak rumah makan untuk menerima kritik dan saran.
10. Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen.
11. Cara penyampaian informasi akan menu-menu yang tersedia sehingga mudah dimengerti oleh konsumen.
12. Kesesuaian antara penjelasan menu yang diberikan oleh karyawan dengan bentuk nyatanya.
13. Penjelasan yang baik dalam menjelaskan menu atau promosi yang sedang berlangsung.
14. Pengertian karyawan akan keinginan konsumen

Analisis Diagram Kartesius

Perhitungan nilai dari hasil pengolahan data yang dipetakan melalui diagram kartesius menunjukkan bahwa 24 indikator penelitian telah terbagi kedalam 4 kuadran sesuai dengan tingkat persepi dan ekspektasi wisatawan. Hasil dari pemetaan tersebut antara lain:

Kuadran A: Prioritas Utama

Kuadran A merupakan area berisikan indikator yang dianggap penting oleh wisatawan, tetapi dalam kenyataannya indikator tersebut masih belum dapat memenuhi harapan pelanggan, sehingga sangat perlu dilakukan perbaikan sebaik mungkin agar kualitas pelayanan semakin baik. Terdapat tujuh indikator yang wajib

menjadi prioritas utama dalam perbaikan. Setiap restoran/rumah makan harus berkonsentrasi penuh dalam perbaikan indikator tersebut dengan mengalokasikan seluruh sumber daya yang ada. Ketujuh indikator termasuk dalam kuadran A, antara lain:

1. Variabel *tangible* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.1.1. merupakan indikator kebersihan ruangan pada rumah makan

Berdasarkan perhitungan indeks tingkat kesesuaian, pada indikator ini diperoleh nilai sebesar 48,74 persen lebih kecil dari indeks rata-rata, bermakna bahwa ekspektasi wisatawan terpenuhi kurang dari setengahnya dan perlu dilakukan perbaikan. Hal ini juga didukung data bahwa 53,33 persen wisatawan memberikan respon negatif. Pemetaan pada diagram kartesius menunjukkan bahwa indikator ini memiliki tingkat ekspektasi paling tinggi di kuadran A yang diberikan oleh wisatawan, artinya wisatawan sangat *concern* terhadap indikator ini, sehingga indikator ini seharusnya dijadikan prioritas pertama dalam perbaikan kualitas pelayanan.

b. Q.1.2. merupakan indikator kebersihan peralatan makan

Indeks tingkat kesesuaian indikator ini berada pada poin 53,75 persen, lebih kecil dari indeks rata-rata, bermakna bahwa ekspektasi wisatawan terpenuhi tidak jauh dari setengahnya dan perlu dilakukan perbaikan. Kesimpulan tersebut didukung oleh data bahwa 66,67 persen wisatawan memberikan respon negatif. Melalui diagram kartesius, jika tingkat ekspektasi dijadikan dasar peringkat, maka indikator ini adalah prioritas kelima dalam proses perbaikan kualitas pelayanan.

c. Q.1.3. merupakan indikator kebersihan toilet

Indikator ini memiliki indeks tingkat kesesuaian sebesar 66,11 persen, lebih rendah berkisar 11 persen dibandingkan dengan indeks rata-rata, bermakna bahwa lebih dari setengah tingkat ekspektasi wisatawan telah dipeenuhi tetapi masih kurang sedikit untuk dikategorikan baik, sehingga masih perlu dilakukan perbaikan. Data responden menunjukkan 45 persen wisatawan masih memberikan respon negatif terhadap indikator tersebut. Diagram kartesius menunjukkan bahwa indikator ini merupakan prioritas ketujuh di kuadran A, bila ditinjau dari tingkat ekspektasi wisatawan. Dari keseluruhan informasi tersebut, dapat diambil kesimpulan sementara bahwa sedikit fokus perbaikan dimungkinkan akan mampu memperkecil respon negatif.

d. Q.1.6. merupakan indikator tampilan menu yang menarik

Indikator ini memiliki indeks tingkat kesesuaian sebesar 59,51 persen, masih dibawah indeks rata-rata, bermakna perbaikan harus dilakukan karena pemenuhan ekspektasi wisatawan masih berada pada porsi setengahnya. Wisatawan masih memberikan respon negatif sebesar 55 persen terhadap indikator ini. Ditinjau dari nilai tingkat ekspektasi wisatawan maka indikator ini dapat dijadikan prioritas keempat dalam perbaikan kualitas pelayanan.

2. Variabel *reliability* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.2.2. merupakan indikator ketersediaan variasi penyajian menu.

Pada indikator ini, menunjukkan indeks tingkat kesesuaian terendah di kuadran A yaitu sebesar 44 persen, jauh lebih kecil dibandingkan indeks rata-rata, bermakna perbaikan sangat perlu dilakukan pada indikator ini sebab masih jauh dari pemenuhan terhadap persepi wisatawan. Hal tersebut didukung data deskripsi variabel bahwa 73,33 persen wisatawan memberikan respon negatif. Hasil pemetaan diagram kartesius menunjukkan bahwa indikator ini memiliki tingkat ekspektasi tertinggi kedua di kuadran A, sehingga indikator ini tepat dijadikan prioritas kedua dalam perbaikan kualitas pelayanan.

3. Variabel *assurance* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.4.2 merupakan indikator pengetahuan karyawan akan menu-menu yang tersedia.

Indeks tingkat kesesuaian indikator ini berada pada nilai 47,33 persen, lebih rendah dari indeks rata-rata, bermakna bahwa perbaikan pada indikator ini wajib dilakukan karena pemenuhan terhadap ekpektasi karyawan tidak berhasil bahkan hanya untuk setengah saja. Sebesar 66,67 persen wisatawan masih memberikan respon negatif. Pemetaan pada diagram kartesius menunjukkan bahwa berdasarkan tingkat ekspektasi maka indikator ini menjadi prioritas kelima dalam urutan perbaikan kualitas pelayanan.

4. Variabel *emphaty* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.5.1. merupakan indikator pemberian perhatian oleh karyawan kepada konsumen.

Indikator ini tercatat memiliki indeks tingkat kepuasan sebesar 61,85 persen, tetapi masih dibawah indeks rata-rata, bermakna perlu dilakukan perbaikan karena belum sepenuhnya memenuhi tingkat ekspektasi wisatan. Data responden menunjukkan 51,67 persen wisatawan masih memberikan respon negatif. Berdasarkan tingkat ekspektasi pada diagram kartesius, ditunjukkan bahwa indikator ini berada pada prioritas ketiga di kuadran A dalam perbaikan kualitas pelayanan yang akan dilakukan.

Kuadran B: Pertahankan PrestasiKuadran B merupakan area yang memuat indikator yang dianggap penting oleh wisatawan, dan indikator tersebut dianggap telah memenuhi harapan wisatawan sehingga keberhasilan indikator ini perlu dipertahankan dikarenakan telah mampu memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan wisatawan dan dapat bermuara pada kepuasan konsumen. Terdapat enam indikator yang dapat dikategorikan sebagai prestasi kinerja restoran/rumah makan di Kabupaten Belitung dalam memberikan pelayanan berkualitas. Keenam indikator termasuk kedalam kuadran B, antara lain:

1. Variabel *reliability* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.2.4. merupakan indikator kesegaran penggunaan bahan makanan

Indikator ini memiliki indeks tingkat kesesuaian pada nilai 79,27 persen, sedikit diatas nilai indeks rata-rata, menjadikan indikator ini sebagai faktor dengan kinerja yang harus dipertahankan. Diagram kartesius menunjukkan tingkat ekspektasi pada indikator ini berada pada urutan ketiga tertinggi di kuadran B dengan nilai sama dengan indikator Q.4.1. dan data responden menunjukkan sebanyak 20 persen wisatawan masih memberikan respon negatif. Hal tersebut bermakna bahwa kinerja pada indikator ini harus terus dipertahankan dan perlu sedikit penyempurnaan agar mampu meningkatkan pemenuhan ekspektasi wisatawan.

b. Q.2.5. merupakan indikator kesesuaian harga yang tercantum pada daftar menu dengan nota pembayaran.

Indeks tingkat kesesuaian pada indikator ini berada pada angka 78,24 persen, hanya sedikit lebih besar dari indeks rata-rata, menjadikan posisi indikator ini merupakan faktor yang harus dipertahankan. Berdasarkan tingkat ekspektasi wisatawan, indikator ini berada pada urutan keempat tertinggi pada kuadaran B. Data responden menunjukkan bahwa terdapat 26,67 persen wisatawan memberikan respon negatif. Informasi tersebut bermakna bahwa indikator ini, selain perlu dipertahankan, juga perlu dilakukan *adjustment* sehingga mampu memperkecil kesenjangan antara persepsi dengan ekspektasi wisatawan.

2. Variabel *responsiveness* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.3.1. merupakan indikator kecepatan karyawan dalam mencatat pesanan

Indeks tingkat kesesuaian indikator ini tercatat di angka 89,79 persen, lebih besar dari indeks rata-rata, memberi arti bahwa indikator ini memenuhi harapan wisatawan dan masuk kedalam kategori faktor dipertahankan. Hal tersebut juga didukung data responden yang menyatakan tidak ada responden yang memberikan respon negatif. Berdasarkan tingkat ekspektasi pada diagram kartesius, indikator ini berada pada urutan kelima pada kuadran B.

b. Q.3.2. merupakan indikator kecepatan karyawan dalam menyajikan pesanan

Perhitungan indeks tingkat kesesuaian mencatat indikator ini berada pada nilai 94 persen, lebih besar dari indeks rata-rata dan mendekati pemenuhan secara sempurna terhadap harapan wisatawan, sehingga indikator masuk kedalam kategori faktor dipertahankan. Kategori tersebut juga didukung oleh data responden yang menyatakan tidak ada respon negatif oleh wisatawan. Berdasarkan tingkat ekspektasi pada diagram kartesius, tertera bahwa indikator ini memiliki nilai tertinggi dan merupakan urutan pertama di kuadaran B yang menjadi fokus wisatawan.

3. Variabel *assurance* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.4.1. merupakan indikator kesopanan karyawan dalam melayani konsumen

Berdasarkan indeks tingkat kesesuaian, indikator ini berada di angka 98,78 persen, lebih besar dari indeks rata-rata dengan nilai nyaris sempurna, bermakna bahwa indikator ini hampir memenuhi harapan seluruh wisatawan. Data responden juga mendukung pernyataan tersebut, dimana tidak ada wisatawan yang memberikan respon negatif. Berdasarkan tingkat ekspektasi wisatawan, indikator ini berada pada urutan kedua tertinggi menjadi fokus utama wisatawan di kuadran B.

b. Q.4.3. merupakan indikator cara penyampaian informasi akan menu-menu yang tersedia sehingga mudah dimengerti oleh konsumen.

Nilai sempurna dapat diberikan pada indikator ini berkenaan dengan indeks tingkat kesesuaian yang berada di angka 99,54 persen, lebih besar dari indeks rata-rata dan dapat dikategorikan memenuhi harapan seluruh wisatawan. Pernyataan tersebut juga didukung data responden, menunjukkan bahwa respon negatif bernilai 0 persen. Berdasarkan menjadi fokus wisatawan pada kuadran B. tingkat persepsi pada diagram kartesius, indikator ini merupakan urutan keenam yang

Kuadran C: Prioritas Rendah

Kuadran C merupakan area memuat indikator yang dianggap kurang penting oleh wisatawan dan pada kenyataannya tidak memenuhi harapan wisatawan juga. Tetapi tidak menutup kemungkinan, pada masa mendatang, indikator pada kuadran ini akan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh wisatawan. Terdapat enam indikator yang tidak terlalu menjadi harapan wisatawan sehingga tidak perlu diberikan perhatian lebih terhadap indikator dengan prioritas rendah tersebut. Keenam indikator termasuk dalam kuadran C, antara lain:

1. Variabel *tangible* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.1.4. merupakan indikator pencahayaan yang baik

Indikator ini memiliki indeks tingkat kesesuaian sebesar 68,5 persen, lebih kecil dari indeks rata-rata, mengindikasikan bahwa harapan wisatawan belum terpenuhi sehingga perlu dilakukan perbaikan. Berdasarkan tingkat ekspektasi pada diagram kartesius indikator ini berada pada urutan kedua tertinggi. Data responden menunjukkan 71,67 persen wisatawan memberikan respon negatif. Walaupun indikator ini berada pada kuadran C, berdasarkan informasi tersebut, indikator ini memiliki peluang dijadikan perhatian oleh wisatawan.

b. Q.1.5. merupakan indikator ketersediaan meja kursi yang cukup memadai

Indeks tingkat kesesuaian dari indikator ini sebesar 65,78 persen, lebih kecil dari indeks rata-rata, memberi arti bahwa indikator belum mampu memenuhi harapan wisatawan, sehingga diperlukan perbaikan. Diagram kartesius menunjukkan bahwa berdasarkan tingkat ekspektasi, indikator ini berada pada urutan ketiga tertinggi. Data responden mencatat 68,33 persen wisatawan memberikan respon negatif. Tingkat ekspektasi dan indeks tingkat kesesuaian masih memberikan ruang pada indikator ini untuk tetap dipertimbangkan memiliki peluang menjadi salah satu faktor diperhitungkan dalam perbaikan kualitas pelayanan walaupun berada pada kuadran C.

2. Variabel *reliability* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.2.3. merupakan indikator kemampuan penyajian makanan sesuai dengan temperature seharusnya

Indikator ini memiliki indeks tingkat kesesuaian sebesar 67,5 persen, lebih kecil dari indeks rata-rata, bermakna perlu dilakukan perbaikan. Indikator ini merupakan urutan pertama di kuadran C berdasarkan tingkat ekspektasi tertera pada diagram kartesius. Sebesar 58,33 persen dari wisatawan memberikan respon negatif pada data responden. Peringkat pada tingkat ekspektasi mengindikasikan bahwa indikator ini berpeluang akan berpindah pada kuadran A, sebab selisih dengan indeks rata-rata bernilai sangat kecil. Sehingga indikator ini dapat dipertimbangkan menjadi faktor perbaikan dalam kualitas pelayanan, dikemudian hari.

3. Variabel *responsiveness* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.3.3. merupakan indikator ketersediaan waktu dari karyawan untuk memberikan pelayanan

Nilai indeks tingkat kesesuaian berada pada 79,5 persen, lebih tinggi dari indeks rata-rata, memberi makna tidak perlu dilakukan perbaikan. Tingkat ekspektasi indikator pada diagram kartesius, tercatat berada pada tiga urutan terendah dari 24 indikator penelitian. Data responden menunjukkan sebesar 63,33 persen wisatawan memberikan respon negatif. Keseluruhan hal tersebut mengindikasikan bahwa indikator pada kuadran C ini dapat dieliminasi dari faktor perbaikan kualitas pelayanan.

b. Q.3.5. merupakan indikator ketersediaan pihak rumah makan untuk menerima kritik dan saran

Indikator ini memiliki indeks tingkat kesesuaian sebesar 79,74 persen, lebih besar dari indeks rata-rata, bermakna bahwa tidak perlu dilakukan perbaikan. Diagram kartesius menunjukkan indikator ini memiliki tingkat ekspektasi paling rendah dari seluruh indikator penelitian. Sebesar 71,67 persen wisatawan memberikan respon negatif pada data responden. Keseluruhan hal tersebut mengindikasikan bahwa indikator pada kuadran C ini dapat dieliminasi dari faktor perbaikan kualitas pelayanan.

4. Variabel *emphaty* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.5.2. merupakan indikator penjelasan yang baik dalam menjelaskan menu atau promosi yang sedang berlangsung

Indikator ini tercatat dengan indeks tingkat kesesuaian pada angka 84,62 persen, lebih tinggi dari indeks rata-rata, memberi arti tidak perlu dilakukan perbaikan. Diagram kartesius menunjukkan bahwa indikator ini memiliki indeks ekspektasi terendah kedua dari seluruh indikator penelitian. Sebanyak 60 persen wisatawan memberikan respon negatif terhadap indikator ini, pada data responden. Keseluruhan hal tersebut mengindikasikan bahwa indikator pada kuadran C ini dapat dieliminasi dari faktor perbaikan kualitas pelayanan.

Kuadran D: Dapat diabaikan

Kuadaran D merupakan area memuat indikator yang dianggap kurang penting oleh wisatawan tetapi dalam kenyataannya telah memenuhi harapan wisatawan sehingga tidak perlu dilakukan perbaikan. Terdapat lima indikator yang dapat dikategorikan sebagai aspek yang memungkinkan untuk tidak terlalu mendapatkan perhatian khusus, sehingga sumber daya dapat dialokasikan pada indikator lain yang memiliki tingkat prioritas lebih tinggi dalam peningkatan kualitas pelayanan. Kelima indikator termasuk kedalam kuadran D, antara lain:

1. Variabel *reliability* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.2.1. merupakan indikator kemampuan penyajian menu makanan sesuai dengan kualitas dijanjikan

b. Q.2.6. merupakan indikator kesesuaian harga dengan kualitas yang dijanjikan

2. Variabel *responsiveness* diwakilkan oleh indikator:

a. Q.3.4. merupakan indikator kesigapan karyawan untuk

memberikan pelayanan tanpa diminta

3. Variabel *assurance* diwakilkan oleh indikator:
   a. Q.4.4. merupakan indikator kesesuaian antara penjelasan menu yang diberikan oleh karyawan dengan bentuk nyatanya
4. Variabel *emphaty* diwakilkan oleh indikator:
   a. Q.5.3. merupakan indikator pengertian karyawan akan keinginan konsumen

Setiap indikator pada kuadran D merupakan indikator yang memiliki indeks tingkat kesesuaian berada pada angka lebih besar dari 92 persen, bahkan terdapat dua indikator (Q.2.6. dan Q.4.4.) bernilai lebih besar dari 100 persen, memberi makna bahwa pada indikator tersebut, telah memenuhi harapan wisatawan secara sempurna bahkan lebih dan tidak perlu dilakukan perbaikan. Tingkat ekspektasi pada diagram kartesius dan data responden dapat diasumsikan tidak perlu menjadi bahan pertimbangan. Kelima indikator pada kuadran C ini secara otomatis tidak menjadi faktor perbaikan kualitas pelayanan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka ditarik kesimpulam sebagai berikut:

1. Terdapat enam indikator dengan kinerja mampu memenuhi ekspektasi wisatawan terhadap kualitas layanan di Kabupaten Belitung yaitu:
   a. Kesegaran penggunaan bahan makanan
   b. Kesesuaian harga yang tercantum pada daftar menu dengan nota pembayaran
   c. Kecepatan karyawan dalam mencatat pesanan
   d. Kecepatan karyawan dalam menyajikan pesanan
   e. Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen
   f. Cara penyampaian informasi akan menu-menu yang tersedia sehingga mudah dimengerti oleh konsumen

Dua diantaranya yaitu poin 1 dan poin 2 perlu dilakukan penyesuaian agar indeks kesesuaian meningkat.

2. Terdapat tujuh indikator yang membutuhkan perbaikan dikarenakan teridentifikasi sebagai faktor berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pelayanan tetapi belum memenuhi harapan wisatawan. Ketujuh indikator tersebut diurutkan dengan prioritas perbaikan tertinggi berdasarkan tingkat ekspektasi wisatawan, menjadi sebagai berikut:
   a. Kebersihan ruangan pada rumah makan
   b. Ketersediaan variasi penyajian menu
   c. Pemberian perhatian oleh karyawan kepada konsumen
   d. Tampilan menu yang menarik
   e. Pengetahuan karyawan akan menu-menu yang tersedia
   f. Kebersihan peralatan makan
   g. Kebersihan toilet
3. Terdapat tiga indikator yang diprediksi memiliki peluang untuk menjadi fokus perbaikan kualitas pelayanan di masa mendatang dari enam indikator yang teridentifikasi memiliki tingkat persepsi rendah oleh wisatawan dan dimungkinkan untuk dieliminasi. Ketiga indikator yang memiliki peluang tersebut, diurutkan dengan prioritas perbaikan tertinggi setelah poin 2, berdasarkan tingkat ekspektasi wisatawan, antara lain:
   a. Kemampuan penyajian makanan sesuai dengan temperatur seharusnya
   b. Pencahayaan yang baik
   c. Ketersediaan meja kursi yang cukup memadai
4. Variabel *tangible* merupakan satu-satunya dimensi dimana seluruh indikator didalamnya merupakan faktor

perbaikan dalam peningkatan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memperhatikan dan menganggap penting seluruh indikator pada dimensi *tangible* ketika memberikan penilaian pada kualitas pelayanan, sehingga upaya perbaikan yang dapat dilakukan sejak dini adalah segala bentuk yang berkaitan dengan tampilan fisik atau wujud dalam menghasilkan pelayanan tersebut seperti fasilitas, peralatan dan kebersihan khususnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran ataupun pendekatan yang bisa dilakukan, antara lain:

1. Upaya perbaikan kualitas pelayanan dapat dilakukan secara sistematis, terstruktur dan terukur, mengikuti pola prioritas perbaikan indikator.
2. Identifikasi ulang alokasi sumber daya baik berupa tenaga kerja, keuangan, kebijakan ataupun hal lainnya, yang selama ini bertumpu pada indikator yang ternyata tidak menjadi fokus perbaikan kualitas pelayanan.
3. Jika akan ada kebijakan pemerintah daerah dalam mendukung peningkatan kualitas pelayanan kepada wisatawan pada restoran/rumah makan di Kabupaten Belitung, maka prioritas perbaikan pada poin 2. a. dan b. merupakan peluang terbaik saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Direktur Politeknik Pariwisata Palembang atas bantuan dan dukungannya sehingga penelitian dapat dipublikasikan di Jurnal Akademi Pariwisata Medan.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kabupaten Belitung. (2019). *Kabupaten Belitung Dalam Angka 2019*. Kabupaten Belitung: Badan Pusat Statistik

Badan Pusat Statistik Kabupaten Belitung. (2018). *Kecamatan Sijuk Dalam Angka 2018*. Kabupaten Belitung: Badan Pusat Statistik

Dirgantara, Bima Harya dan Aryo Tri Sambodo, *Penerapan Model Importance Analysis dalam Studi Kasus: ANalisis Kepuasan Konsumen bhinneka.com*, Jurnal Sains dan Teknologi Kalbiscentia, Vol. 2 No. 1 Februari 2015: 52-62

Ghozali, Imam, (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi Kelima, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Marsyangm, (1999), Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu, Ghalia Indonesia, Bogor.

Melati, Dhine Ayu Restu dan Putu Nina Madiawati, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) pada PDAM Tirtawening Kota Bandung*, e-Proceeding of Management: Vol. 2 No. 3 Edisi Desember 2015: 3561-3567

Murti, B. (2013). *Desain dan ukuran sample untuk penelitian kuantitatif dan kualitatif di bidang kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality, & Satisfaction, Edisi 4* Yogyakarta: Andi.

Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner. (2000). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm, Second Edition*. New York, NJ: Mc Graw-Hill Companies Inc.

Zulganef.(2006). *Pemodelan Persamaan Struktur dan Aplikasinya menggunakan AMOS 5*. Bandung: Pustaka

Biodata:

Pelliyezer Karo Karo *adalah dosen dengan jabatan lektor di Politeknik Pariwisata Palembang*

Zulkifli Harahap *adalah dosen dengan jabatan lektor kepala di Politeknik Pariwisata Palembang*

Samuel Hamonangan *adalah dosen di Politeknik Pariwisata Palembang*