

**ANALISIS GAP HARAPAN DAN KINERJA BERDASARKAN
PERSEPSI PENGUNJUNG TAMAN NASIONAL WAY KAMBAS
DI LAMPUNG TIMUR**

(Studi Kasus pada Divisi Pusat Latihan Gajah)

***EXPECTANCY AND PERFORMANCE GAP ANALYSIS BASED ON
VISITOR PERCEPTION OF WAY KAMBAS NATIONAL PARK
AT LAMPUNG TIMUR***

(Case Study on Division Elephant Training Center)

Febriyanto

**Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Lampung Timur
Jln.Pramuka, Labuhan Ratu II Way Jepara, Lampung Timur 34196
Telp. (0725)641466 Hp. 081328393938 Email:febri_79@yahoo.com**

ABSTRACT

Quality is a major factor that must be owned by an institution in selling products so that customer satisfaction can be realized. Therefore, it is necessary to analyze the gap of Visitor Expectations and Perceptions of Way Kambas National Park in Lampung Timur especially in Division Elephant Training Center (PLG). The study population was large or may be infinite, because it involves the whole visitor of Way Kambas National Park Division of PLG. This study used a sample of 272 respondents, regardless of gender, income and education. The sampling technique used is convenience method. Research variables are: visitor satisfaction (expectancy) and quality of service (service quality) covering Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles. The analysis tools are Validity test, Reliability and Methods SERVQUAL with Cartesian diagram. Based on data analysis has been performed, the authors concluded that the level of quality service to the satisfaction gap is still quite large visitor. It can be seen from the results of the analysis through Cartesian diagram, based on the chart dimensions of service quality (performance) provided the manager is below the expectations of consumers or log in quadrant II (Under Action), which means that high consumer expectations for PLG attractions National Parks Way division Kambas Elephant Training Center, but the quality of service (performance) after visiting still below expectations (Under action).

Keywords: Gap Expectations and Perceptions, Quality Service, Visitor Satisfaction, Methods SERVQUAL

ABSTRAK

Kualitas merupakan faktor utama yang harus dimiliki oleh suatu institusi dalam menjual produknya sehingga kepuasan konsumen dapat terwujud. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis Gap Harapan dan Persepsi Pengunjung pada Taman Nasional Way Kambas Lampung Timur khususnya pada Divisi Pusat Latihan Gajah (PLG). Populasi penelitian ini adalah populasi besar atau dapat dikatakan tak terhingga, karena melibatkan seluruh pengunjung Taman Nasional Way Kambas Divisi PLG. Dalam penelitian ini digunakan sampel sebanyak 272 responden tanpa membedakan jenis kelamin, pendapatan dan pendidikan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*. Variabel penelitian yang akan diuji adalah: Kepuasan pengunjung (tingkat harapan) dan Kualitas pelayanan (*service quality*) yang meliputi *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles*. Alat analisis yang digunakan adalah Uji *Validitas, Uji Reliabilitas* dan Metode SERVQUAL dengan Diagram Cartesius. Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa tingkat Gap kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung masih cukup besar. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis melalui diagram kartesius, berdasarkan diagram tersebut dimensi kualitas pelayanan (kinerja) yang diberikan pihak pengelola masih berada dibawah harapan konsumen atau masuk dalam kuadran II (*Under Action*), artinya harapan konsumen tinggi terhadap objek wisata PLG Taman Nasional Way Kambas divisi Pusat Latihan Gajah, namun kualitas pelayanan (kinerja) yang dirasakan setelah berkunjung masih dibawah harapan (*Under action*).

Kata Kunci: Gap Harapan dan Persepsi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung, Metode SERVQUAL

PENDAHULUAN

Kualitas merupakan faktor utama yang harus dimiliki oleh suatu institusi dalam memberikan produknya, baik berupa barang ataupun jasa. Ukuran kepuasan pelanggan memberikan umpan balik mengenai seberapa baik perusahaan melaksanakan bisnis. Kepuasan merupakan fungsi dari kinerja dan harapan, jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas, dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Dewasa ini banyak organisasi mulai berfokus pada kepuasan tinggi karena jika para pelanggan yang hanya merasa puas, maka mereka mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik.

Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya.

Kualitas merupakan suatu istilah relatif yang sangat tergantung pada situasi. Jika berdasar pada penelitian ini, maka kualitas dapat ditinjau dari pandangan konsumen. Secara subyektif kualitas adalah sesuatu yang cocok dengan selera, namun secara obyektif kualitas adalah suatu standar khusus dimana kemampuannya atau kinerja, kehandalan, dan karakteristiknya dapat diukur. Kualitas sangat erat hubungannya dengan faktor kepuasan konsumen, apalagi dalam bisnis jasa, yang notabene konsumen akan mendapati dan menggunakan serta mengkonsumsi langsung produknya, yaitu berupa jasa pelayanan. Kualitas jasa yang

handal akan membuat konsumen merasa puas, dan apabila konsumen merasa puas, maka hal tersebut berarti apa yang diharapkan oleh konsumen sudah sesuai dengan apa yang diharapkannya, dimana hal tersebut merupakan salah satu faktor yang dapat dijadikan sebagai promosi. Promosi yang dilakukan oleh konsumen yang loyal akan memberikan tingkat efektivitas dan efisiensi yang lebih besar daripada dilakukan melalui saluran-saluran promosi yang formal.

Produk dibedakan dalam dua jenis, yaitu barang dan jasa. Barang bersifat fisik, sehingga dapat dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dan dipindahkan. Kualitas produk lebih dipersepsikan dari bentuk fisik (*tangible*) produk yang bersangkutan, baik inti produk maupun kemasan (*packaging*). Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa hanya bisa dikonsumsi dengan cara menikmati pelayanan yang diberikan tetapi tidak bisa dimiliki. Bentuk produk jasa ini antara lain: hiburan, tempat rekreasi, perbankan, bengkel, transportasi dan lain-lain. Efektifitas pelayanan individu dalam menyampaikan jasa merupakan unsur yang penting karena pelayanan yang diberikan akan langsung dirasakan oleh konsumen yang bersangkutan. Apabila pelayanan kurang atau tidak berkualitas, maka konsumen akan berpindah pada jasa yang memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik.

Taman Nasional Way Kambas Divisi Pusat Latihan Gajah (PLG) di Lampung Timur merupakan salah satu institusi yang menawarkan jasa dalam bentuk objek wisata tentang habitat kehidupan gajah serta pusat pelatihan gajah. Taman Nasional Way Kambas (TNWK) adalah salah satu kawasan konservasi yang berbentuk taman nasional di Propinsi Lampung yang ditetapkan melalui Surat Keputusan Menteri Kehutanan Nomor 670/Kpts-II/1999 tanggal 26 Agustus 1999. Kawasan TNWK

mempunyai luas lebih kurang 125.631,31 ha. Pada dasarnya TN Way Kambas melakukan pengelolaan keanekaragaman hayati yang bersifat masih liar baik flora ataupun faunanya, salah satu jenis satwa liar yang dikelola secara lebih intensif adalah gajah yang ditempatkan dalam satu tempat yang lebih dikenal dengan sebutan PLG (Pusat Latihan Gajah).

Dengan semakin berkembangnya pengelolaan ternyata PLG mampu menarik wisatawan yang ingin melihat dari dekat aktivitas gajah yang telah dijinakkan. Pada awalnya, pendirian Pusat latihan gajah ditujukan untuk mengurangi konflik antara gajah dengan manusia. Harapan kedepan pusat latihan gajah harus mampu menjadi pusat konservasi gajah dengan kualitas *breeding-nya*, pusat wisata unggulan di Propinsi Lampung. Untuk itu, perlu ditunjang dengan ketrampilan gajah yang memadai, kesehatan dan nutrisi gajah, dan pelayanan yang prima. Untuk mengukur tingkat keberhasilan pengelolaan Pusat Latihan Gajah diharapkan mampu melepas liarkan gajah yang telah berhasil dikembangkan. Dengan adanya kecenderungan populasi gajah liar di alam mengalami penurunan populasi.

Pusat Latihan Gajah dengan gajah-gajah yang terlatih, terdiri dari gajah tangkap, latih, atraksi, kerja dan kebutuhan lainnya. Pemanfaatan gajah antara lain untuk membantu penanganan konflik manusia dan satwa, penyelamatan satwa, patroli pengamanan dan alat transportasi dalam rangka mendukung pengendalian kebakaran hutan. Beberapa jenis pilihan atraksi wisata alam dengan obyek utama gajah yang dapat dinikmati antara lain jungle tracking/safari night yaitu menyusuri lokasi PLG dan sekitarnya dengan menunggang gajah, atraksi gajah yaitu melihat berbagai keahlian gajah seperti joget, parade, menendang bola, melangkahi deretan manusia yang terbaring dan lain sebagainya. Naik kereta gajah,

gajah berenang dan sebagainya. Fasilitas yang tersedia saat ini yaitu arena atraksi gajah, kolam gajah, lapangan gajah, arena tunggang gajah, *guest house* dan ruang terbuka dengan tanaman yang cukup rindang, mushola, dan WC umum dan lain-lain.

Aksesibilitas: Cara mencapai lokasi tersebut cukup mudah, berada di dalam kawasan dengan jarak 16 km dari jalan lintas timur, 9

km dari pintu gerbang Plang Ijo. dengan menempuh waktu lebih kurang 20 menit, PLG mudah di jangkau karena telah dihubungkan dengan jalan aspal hitam yang dapat dilalui oleh kendaraan roda 2 sampai dengan enam termasuk bus besar. Jumlah pengunjung yang datang ke obyek wisata Taman Nasional Way Kambas Tahun 2002 sampai dengan 2008 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Pengunjung Balai Taman Nasional Way Kambas

No.	Tahun	Pengunjung (orang)		Jumlah (ekor)
		Domestik	Asing	
1	2002	31.032	412	33.233
2	2003	21.634	138	21.772
3	2004	25.198	80	25.278
4	2005	19.435	97	19.532
5	2006	28.573	64	28.637
6	2007	34.871	150	35.021
7	2008	35.447	373	35.820

Sumber: Balai Taman Nasional Way Kambas, 2009

Pada Tabel 1 dapat dilihat ada penurunan dan kenaikan jumlah pengunjung yang berfluktuasi, baik wisatawan domestik maupun asing, sehingga akan menimbulkan konsekuensi pada kita semua, terutama pemerintah untuk lebih meningkatkan pembinaan dan pengembangan pada obyek wisata yang ada. Berdasar pada latar belakang tersebut, maka perlu diketahui gambaran bagaimana tingkat Gap harapan dan persepsi pengunjung Obyek Wisata Taman Nasional Way Kambas Lampung Timur divisi Pusat Latihan Gajah (PLG).

Kerangka Pikir.

Kualitas pelayanan. Kualitas jasa memiliki ciri-ciri tidak berwujud, heterogen, serta produksi dan konsumsi jasa terjadi bersamaan (Parasuraman, 1985). Menurut

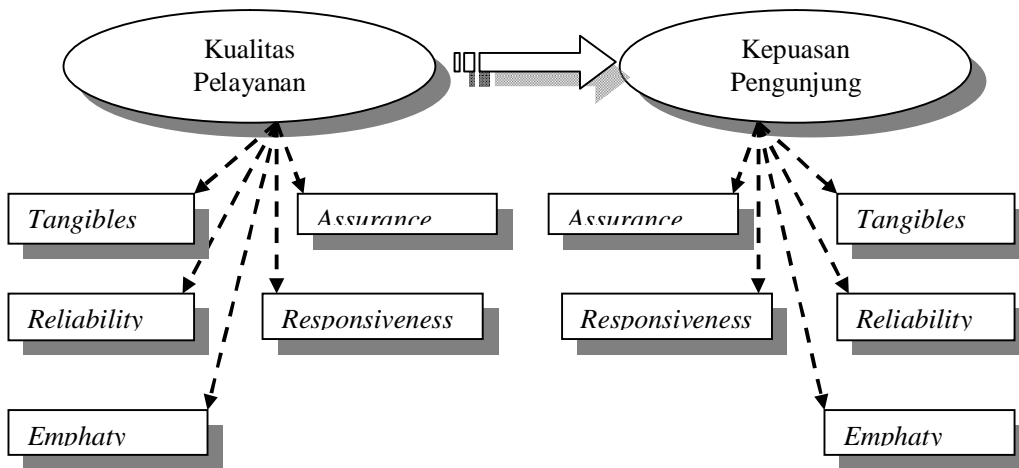
Parasuraman (1998) Kualitas memiliki dimensi yaitu; *reliability, tangible, responsiveness, assurance, dan empathy*. Lima dimensi mutu layanan tersebut, untuk *reliability* berkaitan erat dengan hasil suatu layanan (*technical outcome*), sementara itu *tangible, responsiveness, assurance, dan empathy* lebih banyak terkait dengan proses penyajian suatu layanan (*functional outcome*). Salah satu cara untuk membedakan suatu perusahaan jasa dengan pesaingnya adalah penyerahan jasa yang berkualitas tinggi secara konsisten (Kotler, 1997). Definisi di atas sesuai dengan konsep pemasaran yaitu sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Swasta & Handoko, 1987).

Kepuasan konsumen

Salah satu faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba, ialah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi. Ini tidaklah berarti bahwa perusahaan harus berusaha memaksimalkan kepuasan konsumen, tetapi perusahaan harus mendapatkan laba dengan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dengan ekspektasinya (Kotler, 1994). Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Ada beberapa atribut yang digunakan untuk mengevaluasi kepuasan terhadap produk jasa atau perusahaan yaitu: 1) Bukti langsung (*Tangibles*), yakni meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi, 2) Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. 3) Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para konsumen dan pelayanan dengan tanggap, 4) Jaminan (*Assurance*), yakni mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan, dan 5) Empati, yakni meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Menurut Tjiptono (2006) untuk mencapai kepuasan konsumen perusahaan dapat mengukur seberapa jauh *gap* (selisih) antara kinerja dengan harapan konsumen terhadap 5 dimensi kualitas jasa yakni: (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*). Berdasarkan uraian di atas maka dapat digambarkan paradigma penelitian pada Gambar 1.

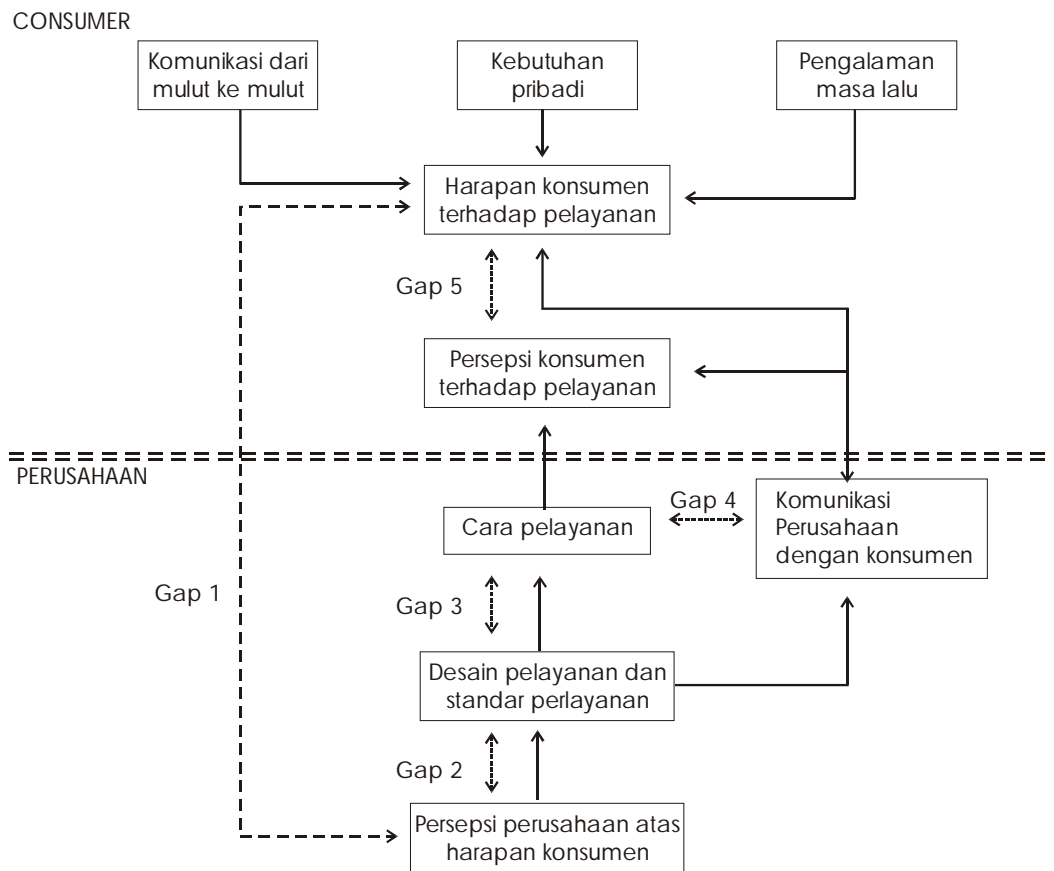


Gambar 1. Paradigma Penelitian

Model kualitas jasa untuk mengetahui tingkat pencapaian kepuasan konsumen yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml (Yamit, 2001) dalam upaya mengenali kesenjangan (*gap*), ada 5 macam *gap* yaitu: 1) *gap* tentang mengetahui harapan konsumen akan pelayanan, 2) *gap* tentang memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat, 3) *gap* tentang memberikan layanan berdasarkan standar, 4) *gap*

tentang memberikan pelayanan sesuai dengan janji, dan 5) *gap* tentang perbedaan persepsi dengan harapan konsumen terhadap pelayanan.

Penelitian yang dilakukan Parasuraman, V.A. Zeithaml dan Berry (1988) menghasilkan model *gap* kualitas jasa untuk mencapai kepuasan konsumen dalam 5 langkah, seperti dalam Gambar 2 berikut :



Gambar 2. Model Gap Kualitas Jasa dan Kepuasan Konsumen

Keterangan Gambar:

Kesenjangan 1: *Gap* tentang mengetahui harapan konsumen akan pelayanan. Tidak mengetahui apa yang diharapkan konsumen merupakan akar kegagalan perusahaan

dalam memenuhi harapan konsumen. Kesenjangan 1 merupakan perbedaan harapan konsumen dengan persepsi perusahaan terhadap harapan konsumen.

Kesenjangan 2: *Gap* tentang tidak memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat. Persepsi yang akurat mengenai harapan konsumen merupakan hal yang perlu, namun tidak cukup untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Perusahaan harus mewujudkan persepsi yang akurat mengenai harapan konsumen kedalam desain dan standar kinerja pelayanan dikembangkan atas dasar persyaratan konsumen dan prioritasnya. Munculnya kesenjangan ini dapat dikatakan bahwa persepsi harapan konsumen tidak teridentifikasi secara akurat.

Kesenjangan 3: *Gap* tentang memberikan layanan berdasarkan standar. Kesenjangan ketiga merupakan perbedaan standar pelayanan yang diciptakan berdasarkan kebutuhan konsumen dengan tindakan nyata perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Kesenjangan 4: *Gap* tentang memberikan pelayanan sesuai dengan janji. Kesenjangan keempat merupakan perbedaan antara pelayanan yang diberikan dan komunikasi perusahaan dengan pihak eksternal. Janji yang dibuat oleh pemberi layanan atau perusahaan melalui iklan dan kegiatan komunikasi lainnya akan menciptakan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kesenjangan 5: *Gap* tentang perbedaan persepsi dengan harapan konsumen terhadap pelayanan. Kesenjangan kelima berada di luar perusahaan yang terjadi karena konsumen memiliki persepsi yang berbeda dengan harapannya.

Parasuraman, V.A., Zeithaml dan Bery, (1985) pada riset eksploitasi memaparkan : "Kualitas jasa dan faktor-faktor yang menentukan dengan mendefinisikan *gap* kualitas jasa layanan sebagai derajat ketidakcocokan antara harapan normatif konsumen pada jasa pelayanan dan persepsi konsumen pada kinerja pelayanan yang diterima. Parasurama memaparkan terdapat

sekumpulan atribut-atribut pelayanan yang lengkap dimana para konsumen mungkin dapat menggunakan kriteria dari atribut-atribut tersebut dalam menilai kinerja jasa. Riset empiris berdasarkan studi eksploitasi menghasilkan SERVQUAL skala untuk mengukur kualitas jasa (Tjiptono, 2002).

Gap Kepuasan dan dampak terhadap Sikap Pengunjung. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang telah disebutkan diatas, harus diramu dengan baik karena bila sebaliknya hal itu dapat menimbulkan (*gap*) kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan. Lima kesenjangan (*gap*) karena perbedaan persepsi mereka tentang kualitas pelayanan meliputi *gap* persepsi manajemen dan harapan konsumen, *gap* antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa, *gap* antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa, *gap* antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal serta *gap* antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan.

Dampak *gap* kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Taman Nasional Way Kambas dapat mengakibatkan terjadinya retensi (bertahan) atau defeksi (berpindah) pada konsumen merupakan konsekuensi perilaku yang dapat timbul akibat dari kualitas layanan. Bila terjadi defeksi (berpindah) maka perusahaan harus mencari konsumen baru dengan mengeluarkan biaya iklan, promosi, penjualan dan biaya operasional lainnya. Maka itu Taman Nasional Way Kambas memandang penting agar konsumennya dapat bertahan (retensi) karena konsumen yang setia lebih berkemungkinan untuk membeli layanan tambahan dan menyebarkan komunikasi dari mulut ke mulut yang positif sehingga berdampak peningkatan profit bagi perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Batasan konsep dan definisi operasional variable. Batasan konsep dalam penelitian ini adalah pada jarak atau selisih antara apa yang diharapkan pengunjung dengan kinerja yang diberikan oleh obyek wisata Pusat Latihan Gajah (PLG) Taman Nasional Way Kambas. Definisi operasional variabel yang akan diuji dalam penelitian kualitas pelayanan adalah:

Kepuasan pengunjung, adalah sikap-sikap konsumen yang positif yang berkaitan erat dengan faktor-faktor kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pusat Latihan Gajah (PLG) Taman Nasional Way Kambas.

Kualitas pelayanan (service quality) yang meliputi:

Reliability: persepsi tentang kemampuan Pusat Latihan Gajah (PLG) Taman Nasional Way Kambas dalam memberikan pelayanan secara handal, akurat dan konsisten.

Responsiveness: persepsi mengenai kemampuan para staff Pusat Latihan Gajah (PLG) Taman Nasional Way Kambas untuk membantu para pengunjung dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Assurance: persepsi mengenai kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf serta dapat menanamkan kepercayaan pada pengunjung dari adanya bahaya atau resiko dan keraguan.

Empathy: persepsi mengenai kemampuan dalam memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dan melakukan hubungan serta memahami kebutuhan pengunjung.

Tangibles: persepsi tentang kemampuan Pusat Latihan Gajah (PLG) Taman Nasional Way Kambas untuk memberikan fasilitas-fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Teknik pengumpulan data. Data penelitian dikumpulkan melalui Kuesioner dan Dokumentasi. Kuesioner penelitian terdiri 3 hal yaitu : 1) Mengenai deskripsi umum responden, 2) Mengenai harapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan

Pusat Latihan Gajah (PLG) Taman Nasional Way Kambas Lampung Timur. 3) Mengenai apa yang dirasakan pengunjung setelah datang di Pusat Latihan Gajah (PLG) Taman Nasional Way Kambas Lampung Timur. Penentuan tingkat kepuasan pengunjung terhadap masing-masing atribut, dalam penelitian ini digunakan skala 5 tingkat (*Likert*) yang terdiri dari sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting, dan tidak penting untuk penilaian harapan pengunjung dan sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas untuk penilaian kinerja, dengan bobot penilaian: Sangat penting/Sangat puas = 5, Penting/Puas = 4, Cukup penting/Cukup puas = 3, Kurang penting/Kurang Puas = 2, Tidak penting/Tidak Puas = 1. Untuk Dokumentasi, pengumpulan data dilakukan dengan mengambil bahan atau referensi dari buku-buku, undang-undang, dan literatur lain yang ada hubungannya dengan penelitian ini yang bersifat dokumentasi.

Populasi, Sampel dan Teknik sampling.

Populasi penelitian ini adalah populasi besar atau dapat dikatakan tak terhingga, karena melibatkan seluruh orang yang pernah berkunjung ke PLG Taman Nasional Way Kambas. Pengunjung PLG Taman Nasional Way Kambas yang dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini yaitu tanpa membedakan jenis kelamin, pendapatan dan pendidikan. Agar dapat mewakili dari populasi untuk generalisasi, jumlah sampel untuk taraf kesalahan 10% minimal 272 responden, penentuan ini berdasarkan pendapat Sugiyono, (2008:87) menurut tabel penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael. Berdasarkan pendapat tersebut maka dalam penelitian ini digunakan sampel sebanyak 272 responden dari populasi yang pernah berkunjung, dengan menggunakan metode *convenience sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dari populasi yang datanya mudah diperoleh peneliti.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji Validitas. Pendekatan yang digunakan untuk mengukur validitas adalah *Construct Validity*, dengan cara menghitung tinggi rendahnya koefisien korelasi pernyataan dengan skor total: (Umar, 2000).

Uji Reliabilitas. Pendekatan yang digunakan adalah reliabilitas konsistensi internal, yaitu konsep menekankan konsistensi butir-butir pertanyaan dalam suatu instrumen yakni dengan menggunakan metode *Cronbach's alpha*

Metode Analisis. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Kuantitatif. Analisis Deskriptif, yakni menganalisis terhadap jawaban-jawaban yang diperoleh dari responden dengan cara penguraian tanpa menggunakan rumus/alat. Analisis Kuantitatif, yakni dengan melakukan perhitungan menggunakan rumus, dalam hal ini untuk mengukur kualitas pelayanan digunakan rumus menurut Fandi Tjiptono (2007;100):
 Kualitas Pelayanan = Kinerja – Harapan
 Jika nilai hasil positif (+) maka kualitas pelayanan dalam kriteria baik. Jika nilai hasil negatif (-) dikatakan kualitas pelayanan dalam kriteria buruk.

Data yang diperoleh dari hasil kuesioner berbentuk ordinal, sehingga sesuai ciri data tersebut adalah tidak dapat dilakukan operasi matematika, penjumlahan, perkalian, pangkat dan sebagainya. Sehingga hasil dari penerapan rumus Kinerja-Harapan tersebut bukanlah nilai yang sesuai dengan maknanya dengan alternatif jawaban pada kuesioner, melainkan hanya sebagai gambaran jika nilai hasil positif (+) dikatakan kualitas pelayanan dalam kriteria baik dan jika nilai hasil negatif (-) dikatakan kualitas pelayanan dalam kriteria buruk.

Untuk menganalisis data hasil jawaban responden digunakan Metode SERVQUAL dengan grafik Cartesius. (Husain Umar; 2003). Metode SERVQUAL adalah sebuah skala dengan menggunakan Grafik Diagram Cartesius yang mempertimbangkan aspek lima dimensi kualitas untuk mendeskripsikan GAP (kesenjangan/jarak) antara harapan konsumen dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Taman Nasional Way Kambas kedalam 4 (empat) kuadran yaitu: *Low Priority, Under Action, Maintain, Over Action*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.

Harapan

II Under Act.	III Maintain
I Low Priority	IV Over Act.

Kinerja

Gambar 3. Grafik Diagram Cartesius

Keterangan Kuadran:

Kuadran I (*Low Priority*) : Harapan konsumen rendah, kinerja rendah.

Kuadran II (*Under Act.*) : Harapan konsumen tinggi, kinerja rendah.

Kuadran III (*Maintain*) : Harapan konsumen tinggi, kinerja tinggi.

Kuadran IV (*Over Act.*) : Harapan konsumen rendah, kinerja tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas. Berdasarkan uji coba angket atau kuesioner kepada 25 responden, diperoleh hasil analisis validitas yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Reliability.1	61.4000	5.333	.283	.542
Reliability.2	62.0800	5.243	.250	.544
Reliability.3	62.0400	4.707	.395	.508
Respons.1	62.1600	4.973	.267	.539
Respons.2	61.5600	4.673	.501	.489
Respons.3	61.9600	5.790	-.061	.606
Assurance.1	62.3200	4.810	.612	.487
Assurance.2	61.4000	6.250	-.291	.620
Assurance.3	61.4000	6.250	-.291	.620
Empathy.1	62.2000	4.750	.554	.487
Empathy.2	62.2800	5.127	.510	.515
Empathy.3	62.0800	5.577	.069	.576
Tangibles.1	61.4000	5.583	.048	.582
Tangibles.2	61.4400	5.340	.143	.565
Tangibles.3	62.2000	4.750	.321	.525

Terlihat dari 15 butir pertanyaan, terdapat nilai r hasil $> r$ tabel, terdapat juga nilai r hasil $< r$ tabel, yaitu pertanyaan: Reliability 2, Respons 3, Assurance 2, dan 3, Emptahy 3 dan Tangibles 1 dan 2. Maka 7 (tujuh) pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid. Menurut analisis (Santoso, 2002:277): Jika pertanyaan dinyatakan tidak Valid, maka pertanyaan tersebut dihilangkan. Setelah butir pertanyaan yang dinyatakan tidak valid

dihilangkan, maka diperoleh hasil analisis validitas yang terdapat pada Tabel 3.

Dengan langkah yang sama, terlihat kolom Corrected Item Total Correlation nilainya (r hasil) $> r$ tabel, maka semua pertanyaan dinyatakan valid, dan layak untuk digunakan sebagai kuesioner untuk memperoleh data penelitian.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Reliability.2	29.2000	3.917	.309	.734
Reliability.3	29.1600	3.723	.291	.745
Respons.1	29.2800	3.377	.481	.703
Respons.2	28.6800	3.810	.315	.735
Assurance.1	29.4400	3.590	.654	.680
Empathy.1	29.3200	3.393	.699	.665
Empathy.2	29.4000	3.917	.511	.709
Tangibles.3	29.3200	3.393	.410	.722

Uji Reliabilitas. Berdasarkan hasil perhitungan Uji Reliabilitas diperoleh hasil yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.739	8

Dari Tabel 4 dapat diketahui nilai r Alpha = 0,739 berarti r Alpha > 0,6 atau (0,739 > 0,6), maka pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel.

Metode SERQUAL dengan Diagram Cartesius. Berdasarkan data hasil kuesioner yang sudah di skoring dan dilakukan perhitungan diperoleh data rata-rata harapan yang dapat dilihat pada Tabel 5 data rata-rata kinerja pada Tabel 6.

Tabel 5. Data Rata-rata Harapan

Dimensi Harapan	Rata-rata
Reliability	1125
Responsiveness	1197
Assurance	1154
Emphaty	1111
Tangible	1154
Total Rata-Rata	5343

Sumber: Data primer diolah

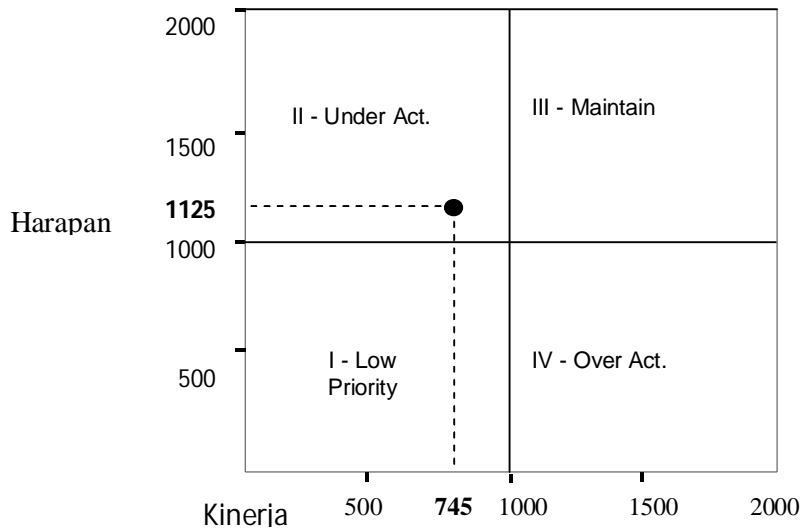
Tabel 6. Data Rata-rata Kinerja

Dimensi Kinerja	Rata-Rata
Reliability	745
Responsiveness	790
Assurance	766
Emphaty	705
Tangible	761
Total Rata-Rata	3767

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 5 dan 6 tersebut, langkah selanjutnya adalah menganalisis dengan memasukkan data-data tersebut kedalam Diagram Cartesius untuk mengetahui posisi kualitas pelayanan dalam kuadran. Berikut adalah gambar Diagram Cartesius untuk

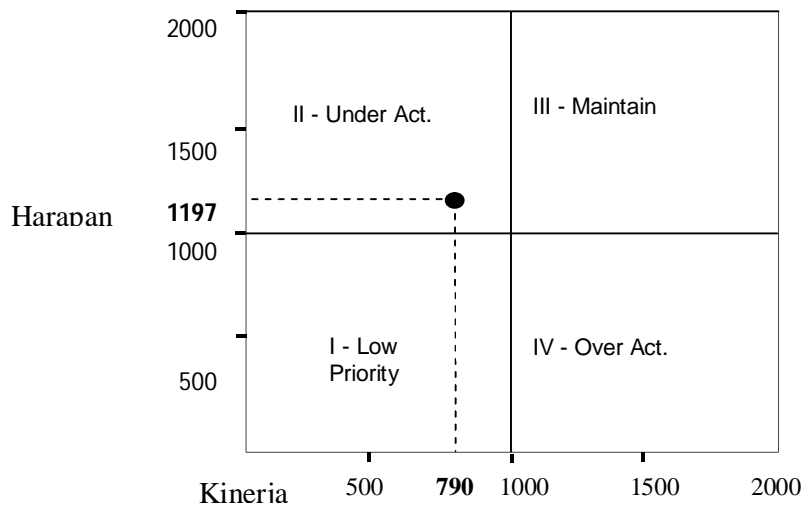
masing-masing unsur dimensi (Gambar 4 sampai dengan Gambar 8).



Gambar 4. Diagram Cartesius (Dimensi *Reliability*)

Berdasarkan diagram pada Gambar 4, dimensi kualitas pelayanan untuk Reliability masuk dalam kuadran II (Under Act). Hal ini berarti harapan konsumen tinggi

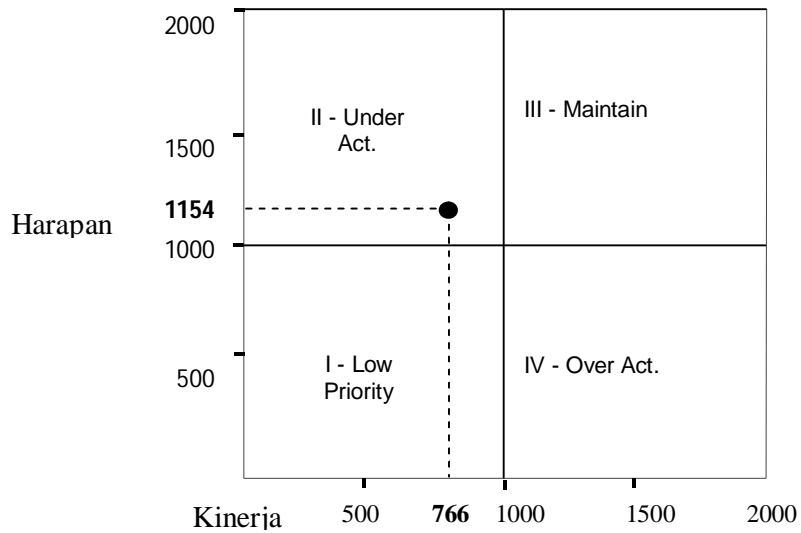
terhadap obyek wisata Taman Nasional Way Kambas Divisi Pusat Latihan Gajah namun yang dirasakan setelah berkunjung masih dibawah harapan (under action).



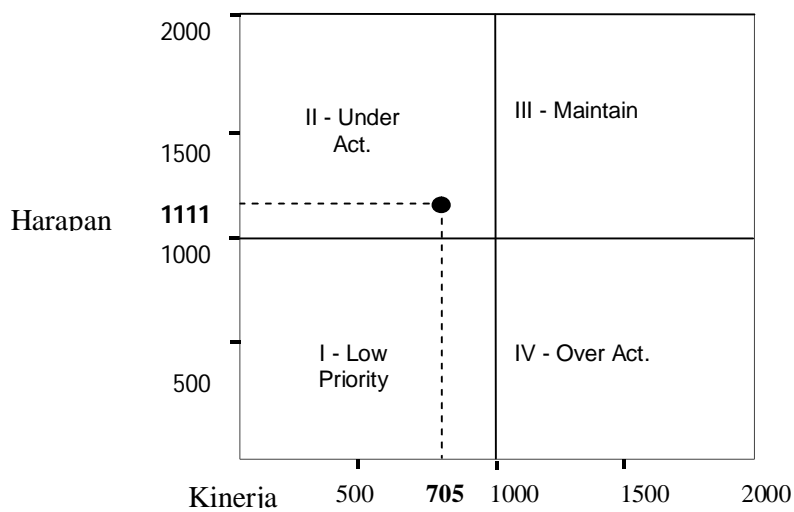
Gambar 5. Diagram Cartesius (Dimensi *Responsiveness*)

Berdasarkan diagram pada Gambar 5, dimensi kualitas pelayanan untuk Responsiveness masuk dalam kuadran II (Under Act). Hal ini berarti harapan konsumen tinggi terhadap obyek wisata

Taman Nasional Way Kambas Divisi Pusat Latihan Gajah namun yang dirasakan setelah berkunjung masih dibawah harapan (under action).



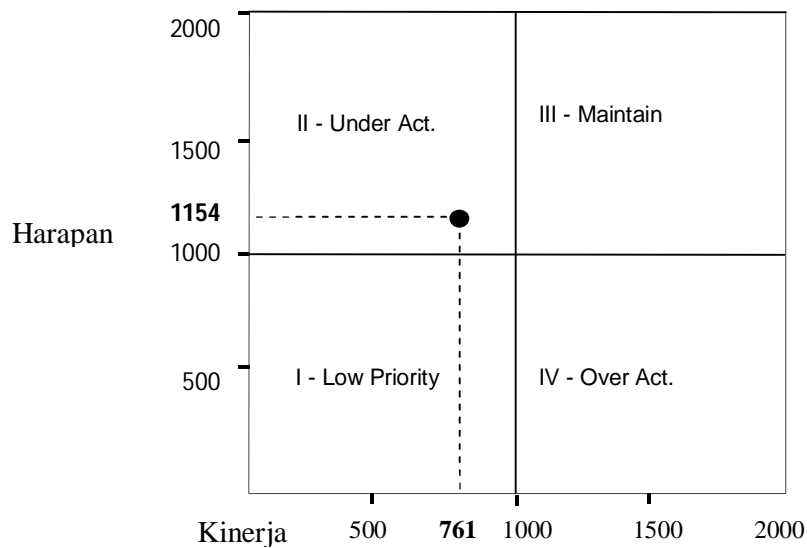
Gambar 6. Diagram Cartesius (Dimensi Assurance)



Gambar 7. Diagram Cartesius (Dimensi Emphaty)

Berdasarkan diagram pada Gambar 6, dimensi kualitas pelayanan untuk Assurance masuk dalam kuadran II (Under Act). Hal ini berarti harapan konsumen tinggi terhadap obyek wisata Taman Nasional Way Kambas Divisi Pusat Latihan Gajah namun namun yang dirasakan setelah berkunjung masih dibawah harapan (under action).

Berdasarkan diagram pada Gambar 7, dimensi kualitas pelayanan untuk Emphaty masuk dalam kuadran II (Under Act). Hal ini berarti harapan konsumen tinggi terhadap obyek wisata Taman Nasional Way Kambas Divisi Pusat Latihan Gajah namun namun yang dirasakan setelah berkunjung masih dibawah harapan (under action).

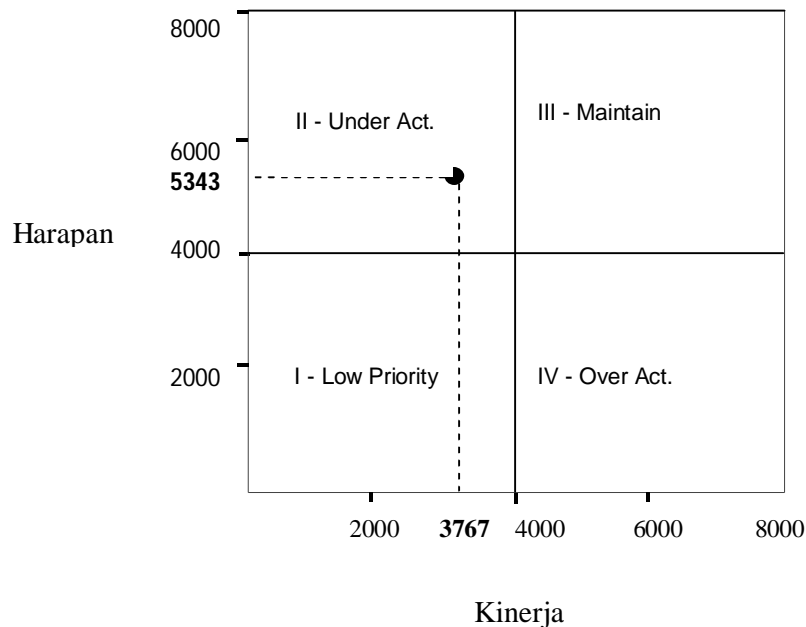


Gambar 8. Diagram Cartesius (Dimensi *Tangibles*)

Berdasarkan diagram pada Gambar 8, dimensi kualitas pelayanan untuk Tangibles masuk dalam kuadran II (Under Act). Hal ini berarti harapan konsumen tinggi terhadap obyek wisata Taman Nasional Way Kambas Divisi Pusat Latihan Gajah namun namun yang dirasakan setelah berkunjung masih dibawah harapan (under action).

kualitas pelayanan pada kuadran Diagram Cartesius. Dengan mengetahui posisi kuadran masing-masing unsur dimensi kualitas pelayanan tersebut akan dapat diketahui kondisi gap harapan dan kinerja untuk masing-masing unsur kualitas pelayanan. Untuk mengetahui gambaran secara umum posisi dalam kuadran keseluruhan dimensi kualitas pelayanan (total rata-rata dimensi harapan dan kinerja) dapat dilihat pada Diagram Cartesius Gambar 9.

Diagram pada Gambar 4 sampai dengan Gambar 8 menjelaskan tentang kedudukan dan posisi masing-masing unsur dimensi



Gambar 9. Diagram Cartesius Keseluruhan Dimensi Kualitas Pelayanan

Berdasarkan diagram tersebut, pertemuan antara harapan dan apa yang dirasakan pengunjung untuk Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, dan Tangibles masuk dalam kuadran II (*Under Act*). Hal ini berarti harapan konsumen tinggi terhadap obyek wisata Taman Nasional Way Kambas Divisi Pusat Latihan Gajah namun yang dirasakan setelah berkunjung masih dibawah harapan (*under action*).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa tingkat Gap kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung masih cukup besar. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis melalui diagram kartesius, berdasarkan diagram tersebut dimensi kualitas pelayanan kinerja yang diberikan pihak pengelola masih berada dibawah harapan konsumen atau masuk dalam kuadran II (*Under*

Action), artinya harapan konsumen tinggi terhadap objek wisata PLG Taman Nasional Way Kambas divisi Pusat Latihan Gajah, namun yang dirasakan setelah berkunjung masih dibawah harapan (*Under action*). Berdasar hasil tersebut, langkah berikut dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya memaksimalkan jumlah pengunjung dan menambah daya tarik obyek, yaitu: 1) Memaksimalkan kinerja pengelola melalui kegiatan evaluasi rutin dalam bentuk angket maupun sidak yang berkaitan dengan kinerja, atau dengan mengikutkan pelatihan khusus bagi pengelola sehingga dapat meningkatkan kinerja, 2) Penambahan fasilitas dan produk yang ada diobyek wisata, seperti: kolam renang, water boom, aneka outbond (Flying fox, Cargo net, dll.), dan 3) Jika memungkinkan perlu adanya kerja sama dengan pihak lain dalam pengembangan berkaitan memajukan obyek wisata pihak asing maupun swasta sehingga masalah pendanaan bisa teratasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 1992. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Angel, James F; Roger D, Black Well dan Paul W Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*, Edisi ke-6 Jilid I Cetakan Pertama. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFEE.
- Kotler dan AB Susanto. 2003. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kountur, Ronny. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: PPM.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mustafa EQ, Zaenal. 1995. *Pengantar Statistik Terapan untuk Ekonomi*. Yogyakarta: BPFEE UII.
- Nursya'ban, Purnama. 2002. *Tinjauan Kendala-kendala Potensial Penerapan Total Quality Manajemen*. Paper.
- Subagyo, Pangestu. 2000. *Manajemen Operasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFEE.
- Subiyakto, Haryono. 1999. Ukuran Kualitas jasa: Gap Antara Kinerja dan Harapan atau Kinerja?. *Wahana, Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol.2 No.1. Yogyakarta: AA-YKPN.
- Sugiyono. 2004. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Edisi I, Cetakan III. Yogyakarta : Andi Offset.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yamit, Z., (2001), *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Edisi I, Cetakan 1, Yogyakarta: Ekonosia FE UII.