

BAB V

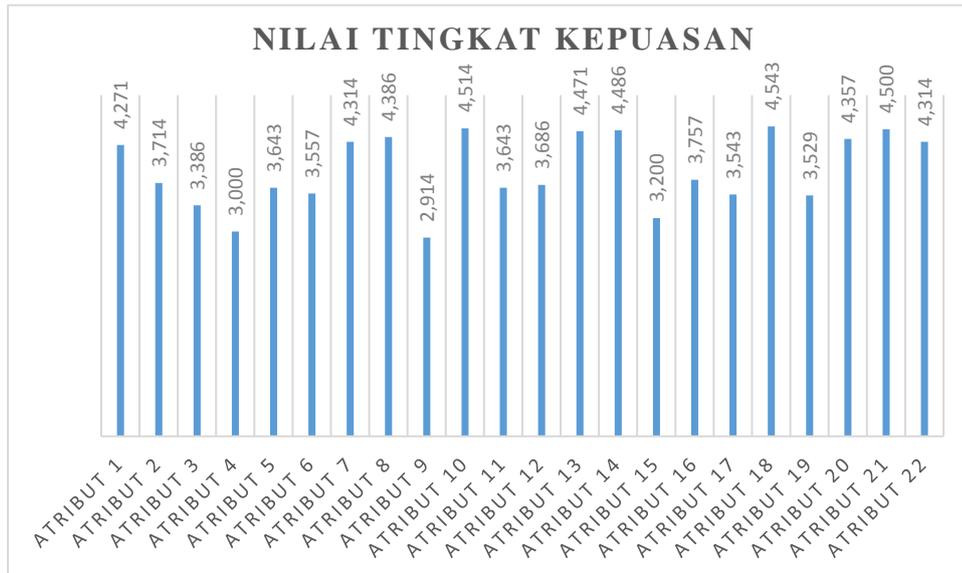
ANALISIS DAN INTERPRETASI

Pada bab ini akan dijabarkan mengenai hasil analisis dan interpretasi mengenai nilai persepsi dan harapan wisatawan, analisa nilai *gap* dan analisa penyusunan *House Of Quality* (HOQ). Adapun penjelasan mengenai analisis dan interpretasi adalah sebagai berikut :

5.1 Analisis Nilai Persepsi dan Harapan

5.1.1 Analisis dan Interpretasi Hasil Perhitungan Nilai Tingkat Kepuasan

Perhitungan nilai tingkat kepuasan (persepsi) wisatawan dihasilkan dari mengalikan skala kepuasan dengan jumlah responden dan dibagi dengan total keseluruhan responden. Berikut adalah grafik nilai tingkat kepuasan :

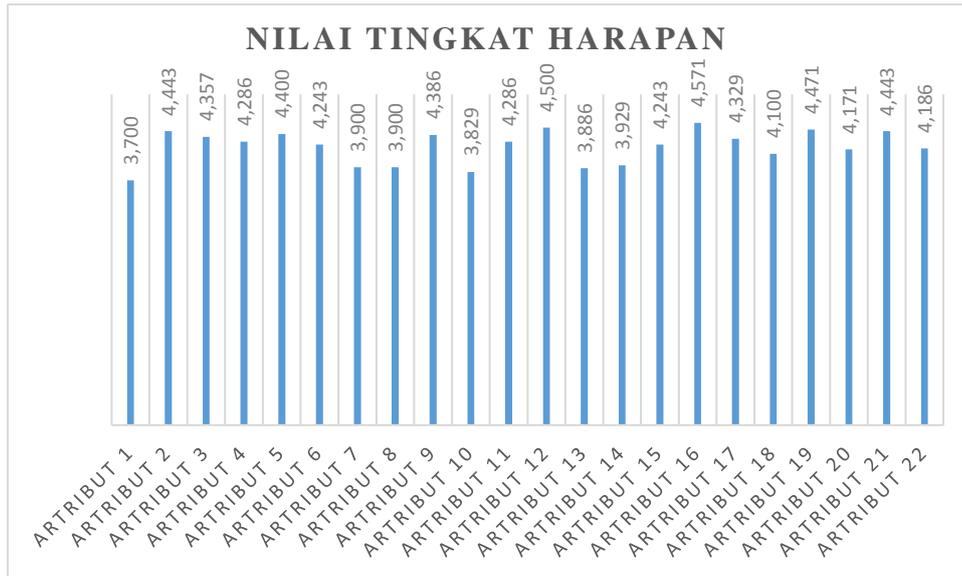


Gambar 5.1 Grafik Nilai Tingkat Kepuasan

Berdasarkan grafik diatas maka diketahui nilai tingkat kepuasan (presepsi) wisatawan tertinggi yaitu atribut 18 “pelayanan yang jujur sepanjang tour” dengan nilai 4,543 dan nilai tingkat kepuasan (persepsi) terendah adalah aribut 9 “kesesuaian *itinerary*” sebesar 2,914.

5.1.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Perhitungan Nilai Tingkat Harapan

Perhitungan nilai tingkat harapan wisatawan dihasilkan dari mengalikan skala harapan dengan jumlah responden dan dibagi dengan total kessleruhan responden. Berikut adalah grafik nilai tingkat harapan :

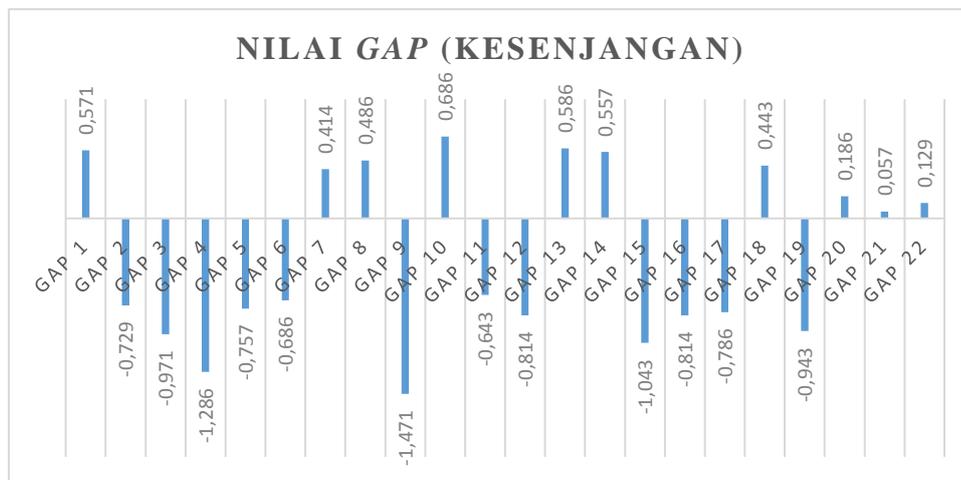


Gambar 5.2 Grafik Nilai Tingkat Harapan

Berdasarkan grafik diatas maka diketahui nilai tingkat harapan wisatawan tertinggi yaitu atribut 16 “makanan yang disediakan baik dan enak” dengan nilai 4,571 dan nilai tingkat harapan wisatawan terendah adalah atribut 1 “*tour leader* berpenampilan menarik” sebesar 3,700.

5.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Perhitungan Nilai *Gap* (kesenjangan)

Perhitungan nilai *gap* (kesenjangan) dihasilkan dari pengurangan nilai tingkat kepuasan wisatawan dengan nilai tingkat harapan wisatawan, sehingga didapat nilai *gap* (kesenjangan) tiap atribut pertanyaan. Berikut adalah grafik nilai *gap* kesenjangan tiap atribut :



Gambar 5.3 Grafik Nilai *Gap* (kesenjangan)

Berdasarkan grafik diatas maka didapat nilai *gap* (kesenjangan) tertinggi adalah *gap* 10 “memberi informasi yang tepat dan perlu” sebesar 0,686 dan nilai *gap* (kesenjangan) terendah adalah *gap* 9 “kesesuaian *itinerary*” sebesar -1,471. Nilai *gap* yang bernilai negatif menunjukkan bahwa kualitas layanan suatu atribut kurang baik sehingga perlu ditingkatkan.

Nilai *gap* yang bernilai nol menunjukkan bahwa nilai kepuasan (persepsi) sudah sesuai dengan harapan wisatawan, begitu juga dengan nilai *gap* yang bernilai positif menunjukkan bahwa persepsi wisatawan sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan, maka harus dipertahankan. Semakin besar nilai negatif suatu *gap*, maka atribut tersebut menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan.

Beberapa atribut yang dirasa telah memenuhi kepuasan wisatawan adalah *tour leader* berpenampilan menarik dan sopan, menyediakan layanan sesuai yang dijanjikan, dapat diandalkan dalam menangani masalah, memberi informasi yang tepat dan perlu, profesional dalam memberikan pelayanan, menerima komplain dengan baik, pelayanan yang jujur sepanjang *tour*, sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan wisatawan, memberikan perhatian individual kepada wisatawan, dan mengenal wisatawan secara individu dengan baik.

Beberapa atribut yang perlu mendapatkan perhatian untuk dilakukan perbaikan adalah kenyamanan dan kebersihan fasilitas transportasi, kenyamanan dan kebersihan hotel, kebersihan ruang bilas, peralatan *snorkeling* bagus dan terawat, peralatan dokumentasi yang modern, kesesuaian *itinerary*, ketepatan waktu, pelayanan administrasi yang cepat, memberikan jaminan asuransi kepada wisatawan, makanan yang disediakan baik dan enak, *tour leader* berwawasan luas, dan memahami kebutuhan wisatawan.

5.3. Analisis dan Interpretasi Penyusunan *House of Quality* (HOQ)

5.3.1 Analisis Matriks *Customer Needs* (Whats)

Matriks *customer needs* (*whats*) dibuat berdasarkan nilai *gap* (kesenjangan) yang bernilai negatif. Nilai *gap* yang bernilai negatif adalah kesesuaian *itinerary*, kebersihan ruang bilas, memberikan jaminan asuransi kepada wisatawan, kenyamanan dan kebersihan hotel, memahami kebutuhan wisatawan, makanan yang disediakan baik dan enak, pelayanan administrasi yang cepat, *tour leader*

berwawasan luas, peralatan *snorkeling* bagus dan terawat, kenyamanan dan kebersihan fasilitas transportasi, peralatan dokumentasi yang modern, dan ketepatan waktu.

5.3.2 Analisis Matriks Perencanaan

Perhitungan nilai tingkat kepentingan (*importance to customer*) wisatawan dihasilkan dari mengalikan skala kepentingan dengan jumlah responden dan dibagi dengan total keseluruhan responden, maka diketahui nilai tingkat kepentingan (*importance to customer*) wisatawan tertinggi yaitu kesesuaian *itinerary* dengan nilai 4,729 dan nilai tingkat kepentingan (*importance to customer*) terendah adalah ketepatan waktu sebesar 4,286.

Perhitungan nilai *target value* yang dilakukan oleh penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi yaitu berdasarkan nilai harapan wisatawan terhadap pelayanan yang diberikan, nilai *target value* tertinggi adalah makanan yang disediakan baik dan enak sebesar 4,571, dan nilai *target value* terendah adalah kebersihan ruang bilas sebesar 4,286.

Perhitungan nilai *customer satisfaction* didasarkan pada nilai tingkat kepuasan wisatawan. Nilai *customer satisfaction* tertinggi adalah makanan yang disediakan baik dan enak sebesar 3,757 dan nilai *customer satisfaction* terendah adalah kesesuaian *itinerary* sebesar 2,914.

Nilai *improvement ratio* menunjukkan seberapa besar perbaikan atau peningkatan kinerja yang harus dilakukan oleh penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi dengan membagi nilai *target value* dengan nilai *customer satisfaction*. Nilai *improvement ratio* terbesar adalah kesesuaian *itinerary* sebesar 1,505 dan nilai *improvement ratio* terendah adalah ketepatan waktu sebesar 1,177.

Nilai *sales point* mencerminkan tingkat kepentingan yang dapat diperoleh apabila dilakukan peningkatan suatu perbaikan. Hasil yang didapatkan dengan nilai *sales point* dengan titik penjualan kuat (1,5) adalah kesesuaian *itinerary*, kenyamanan dan kebersihan hotel, memahami kebutuhan wisatawan, pelayanan administrasi yang cepat, serta kenyamanan dan kebersihan fasilitas transportasi. Nilai *sales point* dengan titik penjualan menengah adalah kebersihan ruang bilas, makanan yang disediakan baik dan enak, *tour leader* berwawasan luas, peralatan

snorkeling bagus dan terawat, peralatan dokumentasi yang modern, dan ketepatan waktu.

Niai *raw weight* dihasilkan dengan mengalikan nilai *importance to customer*, *improvement ratio* dan *sales point*. Hasil yang didapatkan nilai *raw weight* tertinggi adalah atribut kesesuaian *itinerary* sebesar 10,677 dan *raw weight* terendah adalah atribut ketepatan waktu 6,151. Nilai *normalized raw weight* menunjukkan seberapa besar perbaikan pelayanan yang harus dilakukan oleh penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi, nilai tersebut dihasilkan dari membagi nilai *raw weight* dengan nilai total *raw weight*. Hasil yang didapat nilai *normalized raw weight* tertinggi adalah atribut kesesuaian *itinerary* sebesar 0,116 dan nilai *normalized raw weight* terendah adalah atribut ketepatan waktu sebesar 0,067.

5.3.3 Analisis Matriks *Technical Respons* (Hows)

Matriks *technical respons* (*hows*) merupakan respon pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi terhadap keinginan-keinginan wisatawan. Berdasarkan informasi yang diperoleh (*customer needs*), dengan melakukan diskusi antara peneliti dengan pihak manajemen respon teknis yang dapat dilakukan perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menyusun *itinerary* wisata dengan baik

Pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi menyusun *itinerary* sesuai dengan jenis paket yang dipilih oleh wisatawan. Permasalahannya adalah apabila terjadi perubahan *itinerary* karena faktor alam, maka solusinya adalah diputuskan bersama oleh wisatawan dan *tour guide* secara baik dengan mempertimbangkan keselamatan wisatawan.

2. Menambahkan petugas kebersihan ruang bilas di *Rest Area* Grand Watudodol

Pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi menambahkan petugas kebersihan ruang bilas, karena permasalahan yang terjadi saat ini sebelumnya memang tidak ada petugas kebersihan dari pihak *rest area* Grand Watudodol, maka solusi yang tepat adalah manajemen bekerjasama dengan pengelola *Rest Area* Grand Watudodol untuk menambahkan petugas kebersihan.

3. Memberikan jaminan asuransi kepada wisatawan

Permasalahan yang terjadi pada saat ini adalah tidak ada jaminan asuransi yang diberikan kepada wisatawan pemakai jasa wisata Yukbanyuwangi. Maka solusi yang tepat adalah Pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi berkoordinasi dengan instansi terkait untuk memberikan jaminan asuransi kepada wisatawan.

4. Bekerjasama dengan hotel yang baik dan bersih di Banyuwangi

Permasalahan yang terjadi saat ini adalah hotel yang bekerjasama dengan manajemen masih dibawah *rating* bintang tiga seperti hostel dan penginapan. Solusinya adalah Pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi bekerjasama dengan hotel-hotel baru yang lebih bagus dan bersih dengan rating bintang tiga keatas di kota Banyuwangi untuk penginapan selama *tour*.

5. Memahami kebutuhan-kebutuhan kecil wisatawan dengan baik

Pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi akan memberikan sesuatu yang dibutuhkan wisatawan, seperti memberikan peralatan mandi, membawakan barang bawaan ke hotel, memberikan *snack* dan minuman, dan melayani hal-hal kecil lainnya yang sedang dibutuhkan wisatawan. Karena dengan memberikan hal-hal kecil tersebut akan menimbulkan rasa kepuasan tersendiri oleh wisatawan.

6. Menambahkan menu makan khas banyuwangi

Saat ini penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi hanya sekedar melakukan wisata kuliner dengan makanan yang bukan dari ciri khas kota Banyuwangi sehingga wisatawan tidak tahu apa saja makanan khas daerah Banyuwangi. Maka solusinya adalah Pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi menambahkan kegiatan wisata kuliner makanan khas daerah yang ada di Banyuwangi.

7. Meningkatkan kecepatan dalam proses pelayanan administrasi

Permasalahan yang terjadi saat ini dalah pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi hanya mempunyai satu orang admin saja yang menangani banyak pekerjaan seperti melayani pemesanan *online* pada *peak season*, transfer foto *tour* kepada wisatawan, mengelola keuangan dll. Solusi yang tepat yaitu menambahkan satu orang pegawai dengan membagi pekerjaan menjadi dua agar pelayanannya menjadi cepat.

8. Meningkatkan wawasan *tour leader*

Pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi akan meningkatkan kinerja *tour leader* dengan melakukan *training* secara maksimal sesuai dengan peraturan manajemen dan kejadian sebelumnya. Wawasan *tour leader* sangat dibutuhkan oleh wisatawan, seperti menjelaskan sejarah, asal-usul tempat wisata tersebut, maupun fenomena alam yang terjadi saat serta menjelaskan solusinya.

9. Mengganti alat *snorkeling* yang rusak dengan yang baru

Permasalahan yang terjadi saat ini adalah adanya peralatan snorkeling yang rusak seperti selang bocor, kaca mata selam yang buram, dan sepatu katak yang karetnya sobek. Maka solusinya adalah pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi mengganti alat-alat *snorkeling* yang rusak dengan yang baru guna menunjang kepuasan dan keselamatan wisatawan.

10. Menyediakan alat transportasi yang aman dan bersih sesuai medan

Permasalahan yang terjadi saat ini adalah moda transportasi yang digunakan ke semua medan wisata adalah sama yaitu menggunakan mobil travel. Apabila menuju ke tempat wisata yang medannya rusak seperti savana bekol yang mana akses tersebut jalannya berbatu dan rusak dengan durasi kurang lebih 2 jam dari jalan yang beraspal sehingga yang dikeluhkan wisatawan adalah mual. Maka solusi yang tepat adalah pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi menyediakan moda transportasi yang baik sesuai dengan medan wisata yang ditempuh.

11. Menambahkan kamera *drone*

Penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi menambahkan alat dokumentasi yang *modern* untuk menunjang hasil dokumentasi yang sedang *booming* seperti kamera *drone*. Kamera ini sangat diminati oleh wisatawan, karena setiap wisatawan yang memakai jasa wisata Yukbanyuwangi selalu menanyakan apakah jasa ini menyediakan peralatan dokumentasi seperti kamera *drone* atau tidak.

12. Meningkatkan ketepatan waktu pada *itinerary*

Permasalahan yang terjadi saat ini adalah adanya keterlambatan jadwal *tour* dikarenakan *driver* salah jalan. Pada jasa wisata Yukbanyuwangi *tour leader* merangkap menjadi *driver* yang mana dua pekerjaan dijadikan satu sehingga tidak bisa fokus secara maksimal, karena salah jalan akan menghambat waktu yang sudah dijadwalkan. Maka solusinya adalah pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi

menambahkan *driver* khusus sehingga bisa fokus, dan *tour leader* juga bisa fokus menjelaskan informasi-informasi tentang wisata secara maksimal.

13. Memberikan *welcome drink* di *meeting point* Grand Watudodol

Pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi memberikan *welcome drink* kepada wisatawan pada saat sampai di *meeting point* Grand Watudodol. Kebanyakan pemberian *welcome drink* hanya diberlakukan di hotel, maka dari itu peneliti dan penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi mengusulkan supaya saat penyambutan di *meeting point* pada hari pertama tour diberikan *welcome drink*.

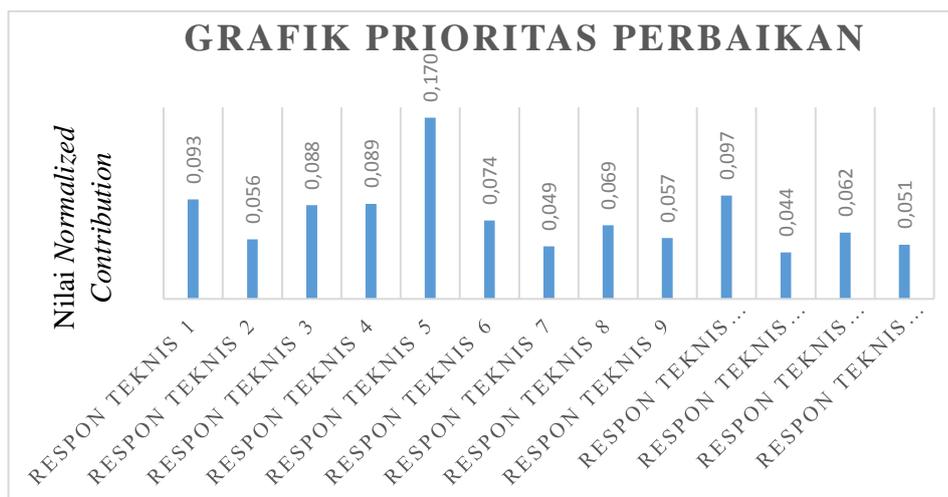
5.3.4 Analisis Matriks *Whats* dan *Hows*

Analisis matriks *whats* dan *hows* merupakan suatu hubungan yang menunjukkan sejauh mana pengaruh respon teknis yang diberikan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap kebutuhan yang diharapkan wisatawan (*customer needs*) dengan menggunakan simbol korelasi *relationship*. Nilai hubungan tersebut digunakan untuk menyusun matriks teknis.

Matriks teknis merupakan penentuan prioritas perbaikan dari suatu respon teknis yang dilakukan oleh penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi. Kekuatan respon teknis pada keseluruhan kepuasaan wisatawan dilakukan dengan menghitung *contribution*, langkah menghitung *contribution* adalah dengan mengalikan nilai *relationship* dengan *normalized raw weight*.

Nilai *priority* menunjukkan urutan yang digunakan untuk memberi nilai peringkat kepentingan respon teknis dengan cara menghitung besarnya nilai *normalized contribution*, langkah menghitung nilai *normalized contribution* adalah dengan membagi nilai *contribution* dengan nilai total *contribution*. Grafik prioritas kebaikan dapat dilihat pada Gambar 5.4.

Nilai *performance* menunjukkan besarnya usaha pihak penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi dalam memuaskan wisatawan melalui *technical response* yang ada, langkah menghitung nilai *performance* adalah mengalikan total *customer satisfaction* dengan *numerical value* dan dibagi dengan total *numerical value*. Hasil yang didapatkan nilai *performance* tertinggi adalah respon teknis 7 “meningkatkan kecepatan dalam proses pelayanan administrasi” sebesar 3,647.



Gambar 5.4 Grafik Prioritas Perbaikan

Berdasarkan grafik diatas maka dapat diketahui nilai *normalized contribution* tertinggi adalah respon teknis 5 “memahami kebutuhan-kebutuhan kecil wisatawan dengan baik” sebesar 0,170 dan nilai *normalized contribution* terendah adalah respon teknis 11 “menambahkan kamera *drone*” sebesar 0,044. Urutan prioritas perbaikan yang dilakukan oleh penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi dapat dilihat pada tabel 5.1.

Tabel 5.1 Urutan Prioritas Perbaikan

Priority	Technical Response (Hows)
1	Memahami kebutuhan-kebutuhan kecil wisatawan dengan baik
2	Menyediakan alat transportasi yang aman dan bersih
3	Menyusun <i>itinerary</i> wisata dengan baik
4	Bekerjasama dengan hotel yang baik dan bersih
5	Memberikan jaminan asuransi kepada wisatawan
6	Menambahkan menu makan khas banyuwangi
7	Meningkatkan wawasan <i>tour leader</i>
8	Meningkatkan ketepatan waktu pada <i>itinerary</i>
9	Mengganti alat <i>senorkeling</i> yang rusak dengan yang baru
10	Menambahkan petugas kebersihan ruang bilas di Grand Watudodol
11	Memberikan <i>welcome drink</i> di <i>meeting point</i> Grand Watudodol
12	Meningkatkan kecepatan dalam proses pelayanan administrasi
13	Menambahkan kamera <i>drone</i>