

ABSTRAK

Desa Wisata Tanjungan merupakan wisata yang menyediakan berbagai macam wisata seperti wisata kuliner, budayan, dan wisata yang paling terkenal yakni Waduk Tanjungan. Desa Wisata Tanjungan berlokasi di Desa Tanjungan, Kecamatan Kemlagi, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Wisata Waduk dibuka setiap hari mulai pukul 06.00 - 19.00 WIB. Agar Desa Wisata Tanjungan dapat bersaing dengan desa wisata lainnya diperlukan perbaikan pada kualitas layanan yang dimiliki serta strategi pemasaran yang dimiliki oleh Desa Wisata Tanjungan. Selain persaingan yang semakin ketat, Desa Wisata Tanjungan juga menerima komplain dari wisatawan yang berkunjung secara langsung maupun secara *online*. Hal ini dapat menyebabkan penurunan jumlah wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Tanjungan.

Dalam memperbaiki kualitas layanan dan rancangan strategi pemasaran pada Desa Wisata Tanjungan diperlukan kepuasan pelanggan dan mengetahui apa saja prioritas layanan yang harus dipenuhi. Metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yakni SERVQUAL, Kano, dan QFD. Dalam merancang strategi pemasaran pada Desa Wisata Tanjungan digunakan metode STPD dan *Marketing Mix*. Selanjutnya untuk melakukan penyaringan strategi pemasaran dan kualitas yang dimiliki kemudian disaring menggunakan metode *SWOT analysis*. Dilakukan penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada Desa Wisata Tanjungan, mengetahui atribut-atribut layanan yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan dalam peningkatan kualitas pelayanan Desa Wisata Tanjungan, memberikan usulan saran perbaikan dalam menunjang perbaikan pelayanan kepada pihak pengelola wisata, dan merancang strategi pemasaran pada Desa Wisata Tanjungan.

Penelitian dilakukan dengan melakukan pengumpulan data yakni melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner SERVQUAL dan Kano. Hasil dari kuesioner sampling kemudian digunakan sebagai pengolah data untuk mengukur gap 5 dan menghitung skor kepuasan. Pada pengukur Kano hasil digunakan sebagai pengkategorian atribut layanan yang dibagi menjadi 4 atribut yakni *attractive*, *one dimensional*, *must be*, dan *indifferent*. Atribut yang kemudian digunakan dalam rancangan perbaikan kualitas layanan adalah atribut *attractive* dan *one dimensional*. Kemudian dilakukan integrasi SERVQUAL dan Kano yang kemudian digunakan metode perancangan berupa HOQ untuk menentukan prioritas perbaikan dan perancangan perbaikan kualitas layanan. Dari 20 atribut layanan terdapat 8 atribut layanan yang mengalami gap 5 dengan kategori *attractive* dan *one dimensional* yakni, "lingkungan waduk bersih", "lingkungan waduk nyaman", "spot foto dan wahana menarik", "pihak pengelola desa menerima kritik dan saran", "pihak pengelola mengucapkan salam dan terima kasih", "kemudahan wisatawan menemukan tempat bersantai", "kemudahan wisatawan menemukan tempat ibadah", "pengelola menjamin bahwa tempat tidak bahaya".

Dalam strategi pemasaran metode yang digunakan menggunakan STPD dan *marketing mix*. Usulan perbaikan kualitas layanan yang terdapat pada strategi pemasaran kemudian diintegrasikan dengan perbaikan kualitas layanan untuk disaring dalam *SWOT analysis*. Dari hasil integrasi didapatkan 18 usulan perbaikan, yakni 10 usulan perbaikan kualitas layanan dan 8 usulan perbaikan pemasaran. Usulan perbaikan yang disarankan yakni, "melakukan pengecekan terhadap fasilitas wahana secara berkala", "pembuatan *augmented reality*", "tersedia eduwisata untuk anak-anak", "adanya pengecekan standar kebersihan", "jalanan paving untuk wisatawan", "pembuatan denah lokasi dan penanda arah", "pemberian tanda peringatan dan tanda bahaya", "desain tempat wisata yang menarik", "memberikan tempat saran dan kritik", "penyediaan tempat sampah pada wilayah tertentu", "himauan larangan membuang sampah sembarangan", "penjagaan sekitar waduk pada waktu tertentu", "seragam khusus untuk pihak pengelola", "promosi budaya Desa Wisata Tanjungan melalui media sosial", "memberi pelatihan media sosial untuk pengelola", "promo khusus pelajar atau kelompok", "penyediaan jaringan internet", dan "adanya tempat teduh di beberapa titik lokasi".

Kata kunci: SERVQUAL, Kano, QFD, STPD, *Marketing Mix*, SWOT