

STUDI DESKRIPTIF KEPUASAN WISATAWAN SURABAYA YANG MELAKUKAN PERJALANAN WISATA KE LOMBOK BERDASARKAN METODE *HOLIDAY SATISFACTION*

Fifiana Novin Anggraeni

Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen

Juliani Dyah Trisnawati

Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen

Noviaty Kresna Darmasetiawan

Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen

Abstrak

Industri pariwisata merupakan fenomena yang sangat kompleks dan unik karena pariwisata bersifat multidimensi, yang meliputi industri-industri lain, di antaranya industri souvenir dan cinderamata, industri restoran, industri transportasi, dan industri perhotelan. Tiap bagian dalam industri pariwisata harus saling mendukung dan bekerjasama dengan baik agar kepuasan wisatawan terhadap industri pariwisata secara keseluruhan dapat tercapai. Penelitian ini menggunakan obyek penelitian industri pariwisata di pulau Lombok, yang memiliki persentase peningkatan jumlah kunjungan wisatawan terbesar dari tahun 2006 ke 2007 dari 5 daerah tujuan wisata yang dikembangkan oleh Depbudpar. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Lombok berdasarkan metode *Holiday Satisfaction*. Metode ini dilakukan dengan membandingkan harapan dan persepsi wisatawan terhadap kategori menurut metode *Holiday Satisfaction*. Kategori tersebut meliputi kategori daerah tujuan wisata, toko souvenir dan cinderamata, restoran, pusat seni dan budaya, transportasi, hotel, dan sumber informasi bagi wisatawan. Kemudian dilakukan analisis kuadran untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari tiap-tiap kategori, serta untuk memberikan gambaran kepada pihak yang terkait dalam industri pariwisata mengenai apa yang menjadi prioritas untuk diperbaiki demi tercapai kepuasan wisatawan. Penelitian ini menggunakan *close ended question* dengan alternative jawaban berupa 5 skala jenjang, di mana 1 bernilai negatif dan 5 bernilai positif. Kuesioner yang akan diolah dalam penelitian ini berjumlah 100, dengan karakteristik responden yaitu orang yang bertempat tinggal di Surabaya selama tahun 2006 sampai 2008 dan pernah melakukan perjalanan wisata ke Lombok minimal sekali dalam kurun waktu antara Januari 2006 sampai September 2008 serta mengetahui dan menikmati industri pariwisata di Lombok. Dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa wisatawan merasa tidak puas terhadap seluruh kategori dalam *Holiday Satisfaction*, yang ditunjukkan dengan kepuasan wisatawan (selisih antara persepsi dengan harapan) yang bernilai negatif. Analisis kuadran yang telah dilakukan memberikan gambaran lebih jelas mengenai kepuasan wisatawan, kekuatan dan kelemahan dari masing-masing kategori. Selanjutnya pada

penelitian ini juga diberikan rekomendasi yang ditujukan kepada para pengelola bisnis pariwisata, pemerintah, dan pihak lain yang terkait, di mana rekomendasi ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan wisatawan.

Kata kunci: Kepuasan wisatawan, *SERVQUAL*, *Holiday Satisfaction*, wisata ke Lombok.

1. Pendahuluan

1.1 Latar belakang masalah

Industri pariwisata merupakan fenomena yang sangat kompleks dan unik karena pariwisata bersifat multidimensi, baik fisik, sosial ekonomi, politik dan budaya. Industri pariwisata bukan industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan berbeda yang terkait dalam industri pariwisata (restoran, hotel, angkutan dan sebagainya). Industri pariwisata harus mampu menghasilkan suatu produk wisata yang terbaik sesuai dengan harapan wisatawan agar wisatawan memperoleh kepuasan yang maksimal.

Faktor kepuasan wisatawan sangat penting bagi kemajuan industri pariwisata, karena menurut Kozak dan Remington dalam Tak Kee Hui, David Wan, dan Alvin Ho (2005), kepuasan pelanggan merupakan determinan yang signifikan dari pembelian ulang dan loyalitas pelanggan, yang dalam konteks pariwisata berarti wisatawan yang merasa puas akan suatu daerah tujuan wisata akan datang kembali ke daerah tujuan wisata tersebut. Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki sumber daya unggulan seperti keindahan alam, kekayaan flora dan fauna, keramahan masyarakat dan keunikan budaya daerah serta masih banyak lagi aset yang dapat menjadi modal Indonesia sebagai negara tujuan wisata. Banyak daerah di Indonesia yang memiliki keunikan dan keunggulan masing-masing yang dapat menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan.

Namun, setelah peristiwa Bom Bali I dan II yang menghancurkan pariwisata di Bali dan gempa yang mengguncang Pangandaran serta Jogjakarta pariwisata Indonesia menjadi sangat terpuruk, padahal Bali dan Jogjakarta merupakan dua daerah wisata andalan Indonesia. Maka, mulai tahun 2007 Depbudpar mengembangkan Daerah Tujuan Wisata (DTW) di luar pulau Jawa dan Bali guna mengantisipasi dan menjadi alternatif jika kawasan wisata utama Bali dan Yogyakarta diguncang bencana alam atau tragedi lain. Wilayah DTW baru itu terdiri dari lima provinsi, yaitu Sumatera Barat dengan obyek utama Padang dan Bukit Tinggi, Sulawesi Selatan dengan andalan Tana Toraja, Sulawesi Utara dengan taman laut Bunaken dan Manado, Nusa Tenggara Barat melalui Pulau Lombok, dan Nusa Tenggara Timur dengan obyek Taman Nasional Komodo dan Danau Kelimutu. (<http://www.eljohn.net>)

Peningkatan kunjungan wisatawan merupakan salah satu indikasi kepuasan wisatawan, karena hasil penelitian Pilar dalam Julita (2001) menyimpulkan, konsumen yang merasa puas dapat mempengaruhi teman atau rekannya mengenai kehebatan suatu produk atau jasa yang ditawarkan suatu

perusahaan dan akhirnya mendatangkan seorang konsumen atau pelanggan baru, yang berarti peningkatan penjualan bagi perusahaan.

Pulau Lombok adalah sebuah pulau di kepulauan Sunda Kecil atau Nusa Tenggara. Topografi pulau ini didominasi oleh gunung berapi Rinjani yang ketinggiannya mencapai 3.726 meter di atas permukaan laut dan menjadikannya gunung tertinggi kedua di Indonesia. Daerah selatan pulau ini sebagian besar terdiri atas tanah subur yang dimanfaatkan untuk pertanian, komoditas yang biasanya ditanam di daerah ini antara lain jagung, padi, kopi, tembakau dan kapas. Alat transportasi khas Lombok adalah cidomo, kereta yang ditarik oleh kuda. Menurut warga setempat, sebutan Cidomo berasal dari kata "cikar" yang berarti tempat duduk, "dokar" atau alat transportasi dengan tenaga kuda, dan "motor" yang bisa dilihat di bagian ban yang menggunakan ban sepeda motor. Di Lombok terdapat sebuah kota tua yang ditetapkan sebagai kawasan bersejarah, yaitu kota Ampenan. Semasa penjajahan Jepang, kawasan tersebut sempat hancur dibom, namun sekarang perniagaan di Ampenan sudah bangkit lagi. Bangunan-bangunan tua yang masih berdiri kokoh sampai saat ini dilindungi dan dilestarikan. Banyak daya tarik wisata yang ditawarkan oleh pulau Lombok.

Pada tahun 1990-an Lombok mulai dikenal oleh wisatawan mancanegara. Namun, krisis moneter yang melanda Indonesia pada akhir tahun 1997 dan krisis-krisis lain yang menyebabkan potensi pariwisata agak terlupakan. Lalu pada awal tahun 2000 terjadi kerusuhan antar etnis dan agama di seluruh Lombok sehingga terjadi pengungsian besar-besaran kaum minoritas, terutama ke pulau Bali. Namun beberapa lama kemudian situasi sudah menjadi aman dan mereka pun kembali. Pada tahun 2007 sektor pariwisata adalah satu-satunya sektor di Lombok yang berkembang (<http://wikipedia.org>).

Berdasarkan sigi awal dapat diketahui bahwa ada selisih antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan wisatawan mengenai produk-produk industri pariwisata di pulau Lombok. Rata-rata persepsi wisatawan terhadap kemenarikan obyek wisata, kualitas restoran, kemenarikan seni dan budaya, serta kelengkapan sumber informasi lebih besar daripada harapan mereka. Sedangkan rata-rata harapan wisatawan terhadap kekhasan souvenir dan cinderamata, keamanan sarana transportasi, serta kualitas hotel lebih besar daripada persepsi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan tidak memperoleh kepuasan terhadap beberapa kategori produk wisata di pulau Lombok yaitu souvenir dan inderamata, sarana transportasi, dan hotel, yang ditandai dengan nilai kepuasan (P-H) yang bernilai negatif.

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang timbul serta lingkup bahasan yang telah dikemukakan di atas, maka dengan demikian dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: "Bagaimanakah kepuasan

wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Lombok diukur dengan menggunakan metode *Holiday Satisfaction*?”

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Lombok diukur dengan menggunakan metode *Holiday Satisfaction* berdasarkan kategori daerah tujuan wisata, toko souvenir dan cinderamata, restoran, pusat seni dan budaya, transportasi, hotel, dan sumber informasi bagi wisatawan.

2. Kepuasan wisatawan, *servqual*, dan *holsat* pada produk pariwisata

Teori kepuasan wisatawan diadopsi dari teori kepuasan pelanggan, yaitu menekankan pada harapan konsumen sebelum membeli suatu produk atau jasa dengan persepsinya setelah membeli produk atau jasa tersebut (Oliver dalam Ginting: 2005). “*Tourist satisfaction is the results of the comparison between a tourist’s experience at the destination visited and the expectations about the destination*” (Pizam, Neumann, and Reichel dalam Thuy Huong-Truong dan David Foster: 2002). Artinya, kepuasan wisatawan merupakan hasil perbandingan antara pengalaman yang diperoleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata yang dikunjungi dengan harapan wisatawan mengenai daerah tujuan wisata tersebut. Kepuasan wisatawan tergantung pada nilai kinerja produk wisata yang dirasakan secara relatif terhadap harapan wisatawan. Jika kinerja produk wisata lebih rendah dari harapan wisatawan berarti wisatawan kecewa. Jika kinerja produk wisata dapat memenuhi harapan wisatawan, wisatawan merasa puas. Jika kinerja produk wisata melebihi harapan wisatawan, wisatawan tidak hanya merasa puas, tapi juga merasa menyenangkan (Ginting, 2005).

Atribut-atribut yang membentuk kepuasan pelanggan menurut Hanan and Karp dalam Julita (2001) adalah : (1) *product related factor*, meliputi *value to price relationship*, *product quality*, *product features and benefits*, dan *reliability*, (2) *service related factor*, meliputi *warranty* dan *response to remedy of problems*, (3) *purchase related factor*, meliputi *sales experience* dan *convenience of acquisition*.

Menurut *The Association of International Expert and Scientific Tourism* dalam Yoeti (2003:55), “Produk industri pariwisata adalah semua bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan, semenjak ia meninggalkan tempat dimana ia biasa berdiam, selama ia berada di daerah tujuan wisata yang dikunjungi, hingga ia kembali pulang ke tempat asalnya semula.”

Produk industri pariwisata terdiri dari 3 komponen dimana komponen yang satu dengan yang lain sangat erat hubungannya yaitu: (1) *Accesibilities of Tourist Destination*, yaitu semua yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata; (2) *Facilities of Tourist Destination*, tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjungi.

(3) *Tourist Attraction*, atraksi wisata adalah salah satu yang menjadi daya tarik mengapa wisatawan tertarik datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata.

Pemasaran pariwisata sangat diperlukan dalam suatu pengembangan industri pariwisata. Pemasaran pariwisata bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada calon wisatawan mengenai segala produk wisata yang tersedia di daerah tujuan wisata. Dengan adanya pemasaran pariwisata, para calon wisatawan akan tertarik datang ke tempat tujuan yang disebutkan, akhirnya industri pariwisata di tempat tujuan tersebut juga akan dapat semakin berkembang.

Menurut Kandampully, Mok dan Sparks dalam Thuy Huong-Truong dan David Foster (2002), "*SERVQUAL is a generic instrument for measuring the gap between what consumers expect (should be provided) and what consumers perceive (thought organizations did provide)*". Maksudnya, *SERVQUAL* adalah suatu alat yang umum digunakan untuk mengukur selisih antara apa yang diharapkan oleh konsumen (yang seharusnya disediakan oleh organisasi) dengan apa yang dirasakan oleh konsumen (apa yang telah diberikan oleh organisasi menurut konsumen).

Parasuraman dalam Tjiptono (2005:145) menyatakan bahwa melalui *SERVQUAL* akan dapat diketahui seberapa besar selisih antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen tersebut. Menurut Sutisna (2003:79) "Harapan adalah keyakinan, kepercayaan individual sebelumnya, mengenai apa yang seharusnya terjadi ada situasi tertentu". Harapan seseorang terbentuk dari apa yang didengar oleh seorang konsumen dari konsumen yang lain, tergantung pada karakteristik dan keadaan individu, serta pengaruh dari pengalaman masa lampau dalam menggunakan suatu layanan. Solomon dalam Sutisna (2003:62) mendefinisikan sensasi sebagai

tanggapan yang cepat dari indera penerima kita seperti mata, telinga, hidung, mulut dan jari terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Sedangkan persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli tersebut diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan.

Sutisna (2003:62) mengatakan bahwa persepsi setiap orang terhadap suatu obyek berbeda-beda, oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subyektif. Proses persepsi seseorang terhadap suatu obyek dipengaruhi oleh pengalaman masa lalunya yang tersimpan dalam suatu memori. Satu hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa persepsi secara substansial dapat berbeda dengan realistik. Harapan dan persepsi dari wisatawan sangat perlu diperhatikan oleh

perusahaan dalam industri pariwisata karena harapan dan persepsi wisatawan sebagai konsumen tidak selalu sejalan dengan harapan dan persepsi perusahaan industri pariwisata sebagai produsen. Suatu industry pariwisata perlu mengetahui harapan dan persepsi wisatawan mengenai industri pariwisata tersebut karena berkaitan dengan kualitas dan kepuasan wisatawan.

Tribe dan Snaith (1998) mengatakan "*The research has illustrated that HOLSAT is a useful instrument for measuring tourists's holiday satisfaction*".

Maksudnya, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa HOLSAT merupakan alat yang berguna untuk mengukur kepuasan berlibur wisatawan di suatu daerah tujuan wisata. Metode *Holiday Satisfaction (HOLSAT)* ini merupakan pengembangan dari metode *Service Quality*. Metode *Holiday Satisfaction* khusus digunakan untuk mengukur kepuasan berlibur wisatawan. Pengukuran tingkat kepuasan ini dilakukan dengan membandingkan persepsi wisatawan terhadap layanan-layanan yang diberikan pelaku bisnis pariwisata dengan harapan wisatawan tersebut. “*Determining key attributes of the particular destination is where HOLSAT differs markedly from other instruments. The attributes being considered are the most appropriate in the context of the destination being studied. Attributes for the focal destination were carefully chosen by a detailed review of information from a number of sources, including promotional and advertising, travel literature and guide books, or personal experience. This aspect of the model contrasts with SERVQUAL, which employs 22 fixed attributes, irrespective of the specific application*”

Truong dan Foster (2006). Maksudnya, salah satu hal yang membedakan *HOLSAT* dengan *SERVQUAL* adalah dalam penentuan atribut-atribut pengukuran pada tempat tujuan yang diteliti. Atribut-atribut yang dipertimbangkan untuk digunakan dalam *HOLSAT* adalah yang paling sesuai dengan daerah tujuan yang diteliti. Atribut-atribut untuk tempat tujuan tersebut dipilih dengan hati-hati berdasarkan informasi-informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, termasuk iklan dan promosi, buku-buku panduan perjalanan, atau pengalaman pribadi. Hal ini berbeda dengan *SERVQUAL*, yang menggunakan 22 atribut tetap tanpa mengindahkan pengaplikasian secara spesifik.

Kategori yang akan diteliti dengan metode *HOLSAT* meliputi produk-produk wisata yaitu (Yoeti, 2003:54): (1) Daerah Tujuan Wisata; (2) Toko Souvenir dan Cenderamata; (3) Restoran; (4) Pusat Seni dan Budaya; (5) Transportasi; (6) Hotel; (7) Sumber Informasi bagi Wisatawan.

Dengan metode *HOLSAT* akan dapat diketahui seberapa besar selisih antara harapan wisatawan dengan persepsi wisatawan terhadap kategori tersebut. Apabila selisih dari persepsi dengan harapan (P-H) bernilai positif atau sama dengan nol maka wisatawan merasa puas, sedangkan jika selisih dari persepsi dengan harapan (P-H) bernilai negatif, maka wisatawan merasa tidak puas. *Holiday Satisfaction* dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang bersangkutan, kemudian hasil dari kuesioner tersebut diolah agar dapat dihasilkan suatu kesimpulan. Setelah mengetahui variabel-variabel yang signifikan, variabel-variabel tersebut dianalisis menggunakan analisis kuadran. Analisis kuadran digunakan untuk dapat memprioritaskan variabel mana yang harus diperbaiki terlebih dahulu. Analisis kuadran terdiri dari 4 kuadran, yaitu kuadran I, kuadran II, kuadran III, dan kuadran IV.

3. Rancangan penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan wisatawan. Variabel kepuasan wisatawan ini didapatkan dengan menggunakan metode *Holiday Satisfaction*, yaitu dengan membandingkan persepsi wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke Lombok mengenai layanan-layanan yang diberikan pelaku bisnis pariwisata di Lombok dengan harapan wisatawan tersebut, sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui instrumen penelitian berupa kuesioner untuk memperoleh data mengenai harapan dan persepsi responden berdasarkan pernyataan-pernyataan yang tercantum dalam kuesioner tersebut. Penyebaran kuesioner dilakukan pada bulan November 2008 di Surabaya, dengan lokasi di lingkungan kampus Universitas Surabaya, beberapa biro perjalanan wisata di Surabaya, dan pusat-pusat perbelanjaan di Surabaya. Data sekunder yang didapatkan melalui media massa dan internet digunakan untuk melengkapi data penelitian ini.

Target populasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah responden yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Lombok. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah responden yang bertempat tinggal di Surabaya selama tahun 2006 sampai 2008 dan pernah melakukan perjalanan wisata ke Lombok minimal sekali dalam kurun waktu antara Januari 2006 sampai September 2008 serta mengetahui dan menikmati industri pariwisata di Lombok.

Sampel yang diharapkan mampu mewakili populasi secara keseluruhan demi tercapai tujuan penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Cara pengambilan sampel adalah *convenience sampling*. Aras pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah interval. Kuesioner yang dibagikan kepada responden bersifat tertutup (*close ended questions*).

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rata-rata Hitung (*mean*) yang digunakan untuk mengetahui rata-rata harapan dan rata-rata persepsi wisatawan terhadap variabel kepuasan wisatawan yang terdapat dalam kategori *Holiday Satisfaction*, Deviasi Standar (*Standard Deviation*), dan Metode *Holiday Satisfaction*.

4. Hasil penelitian

Mean total harapan wisatawan adalah 4,83 dengan nilai *mean* terkecil adalah 4,65 dan *mean* harapan terbesar adalah 4,94, di mana skala maksimal positif adalah 5. Ini menunjukkan bahwa bahwa harapan wisatawan terhadap industri pariwisata di Lombok secara keseluruhan bernilai tinggi. Sedangkan nilai deviasi standar harapan adalah sebesar antara 0,219 dan 0,69, yang berarti jawaban harapan wisatawan bervariasi. *Mean* dan Deviasi Standar Persepsi wisatawan adalah 4,617 di mana *mean* persepsi terkecil adalah 2,53 dan *mean* persepsi terbesar adalah 4,95, di mana skala maksimal positif adalah 5. Ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap industri pariwisata di Lombok secara keseluruhan bernilai lebih rendah dibandingkan harapan

wisatawan. Sedangkan nilai deviasi standar persepsi berada di antara 0,219 dan 1,867, yang berarti jawaban persepsi wisatawan bervariasi.

Pada analisis kuadran dapat dilihat bahwa pernyataan (13) ciri khas seni dan budaya berada di kuadran I, di mana *mean* persepsi lebih tinggi daripada *mean* harapan sehingga wisatawan merasa puas dengan seni dan budaya di Lombok yang dinilai memiliki ciri khas.

Pernyataan kemenarikan tampilan pusat seni dan budaya berada di kuadran III, yang berarti *mean* harapan dan persepsi dari pernyataan tersebut lebih rendah daripada *mean* total variabel harapan dan persepsi pada kategori pusat seni dan budaya. *Mean* persepsi pada pernyataan ini jauh lebih rendah dibandingkan dengan *mean* harapan, dan tingkat ketidakpuasan wisatawan pada pernyataan ini juga sangat tinggi sehingga sebaiknya pengelola pusat seni dan budaya lebih memperhatikan tampilan.

Pada analisis kuadran kategori transportasi dapat dilihat bahwa pernyataan (14) keamanan angkutan umum berada di kuadran I, yang berarti pernyataan tersebut memiliki nilai *mean* harapan dan persepsi yang lebih tinggi daripada nilai *mean* total variabel harapan dan persepsi pada kategori transportasi. Pernyataan (16) keamanan jalan menuju tempat wisata berada di kuadran II, di mana *mean* harapan lebih rendah daripada *mean* total variabel harapan, dan *mean* persepsi lebih tinggi daripada *mean* total variabel persepsi pada kategori transportasi. Hal ini berarti pernyataan tersebut merupakan kekuatan pada kategori transportasi. Pada kuadran III terdapat pernyataan (15) kebersihan angkutan umum, yang berarti *mean* harapan dan persepsi lebih rendah dibandingkan dengan *mean* total variabel harapan dan persepsi pada kategori transportasi. Sebaiknya pengelola jasa transportasi meningkatkan pelayanan terutama dalam hal kebersihan, agar dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan.

Pada kategori hotel, kuadran I terdapat pernyataan (17) keamanan lingkungan hotel, (18) kenyamanan suasana hotel, dan (20) fasilitas yang tersedia di hotel berfungsi dengan baik. Ketiga pernyataan ini memiliki nilai *mean* harapan dan persepsi yang lebih tinggi daripada nilai *mean* total variabel harapan dan persepsi pada kategori hotel. *Mean* persepsi juga lebih tinggi dibandingkan dengan *mean* harapan sehingga wisatawan merasa puas dengan ketiga pernyataan tersebut. Pernyataan (19) sikap karyawan hotel terhadap tamu dan (21) kualitas makanan di hotel berada di kuadran III, yang berarti *mean* harapan dan persepsi lebih rendah daripada *mean* total variabel harapan dan persepsi pada kategori hotel. Sebaiknya pengelola hotel melatih karyawan agar dapat bersikap lebih ramah kepada tamu, dan memperhatikan kualitas makanan yang disediakan agar wisatawan memperoleh kepuasan pada saat menggunakan jasa hotel tersebut.

Pada analisis kuadran lokasi wisata dapat dilihat bahwa pernyataan (23) kejelasan petunjuk jalan menuju lokasi wisata berada di kuadran I, yang berarti *mean* harapan dan persepsi lebih tinggi daripada *mean* total variabel harapan dan persepsi pada kategori sumber informasi bagi wisatawan. Namun, *mean* persepsi masih lebih rendah dibandingkan dengan *mean* harapan sehingga

pemerintah daerah Lombok sebaiknya memperjelas petunjuk jalan menuju lokasi wisata untuk memudahkan wisatawan yang ingin melakukan perjalanan menuju suatu lokasi wisata di Lombok. Pada kuadran II berisi pernyataan (25) ketersediaan jasa pemandu wisata, yang berarti *mean* harapan lebih rendah daripada *mean* total variable harapan, dan *mean* persepsi lebih tinggi dibandingkan dengan *mean* total variabel persepsi pada kategori sumber informasi bagi wisatawan.

Keberadaan *Tourist Information Center* berada di kuadran IV, yang berarti *mean* harapan lebih tinggi daripada *mean* total variabel harapan, dan *mean* persepsi lebih rendah daripada *mean* total variabel persepsi. Pernyataan ini merupakan kelemahan dari kategori sumber informasi bagi wisatawan, dan tingkat ketidakpuasan wisatawan yang tertinggi berada pada pernyataan ini. Sebaiknya pemerintah daerah Lombok memperjelas keberadaan *Tourist Information Center* dengan menempatkannya di lokasi-lokasi yang strategis agar mudah ditemukan oleh wisatawan.

5. Kesimpulan dan rekomendasi

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh data bahwa harapan wisatawan lebih tinggi daripada persepsi, sehingga wisatawan merasa tidak puas terhadap hampir seluruh kategori *Holiday Satisfaction* tersebut. Hal ini membuktikan bahwa pengelola industry pariwisata di Lombok perlu memperbaiki fasilitas dan pelayanan agar wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke Lombok mendapatkan kepuasan yang maksimal.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk kategori daerah tujuan wisata adalah: Pemerintah daerah dapat membangun wahana-wahana hiburan di tempat wisata agar obyek wisata menjadi lebih menarik bagi wisatawan luar maupun lokal, sehingga wisatawan dapat menghabiskan lebih banyak waktu di obyek wisata tersebut. Menurut data statistik, wisatawan yang datang ke Lombok rata-rata hanya berkunjung selama 3 hari, hal ini disebabkan oleh obyek-obyek wisata yang kurang menarik sehingga wisatawan merasa kurang terhibur. Pemerintah daerah Lombok lebih fokus menjadikan Lombok sebagai daerah tujuan wisata, dengan membangun sarana dan prasarana yang mendukung citra tersebut. Misalnya dengan membuat daftar obyek-obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi wisatawan, kemudian mempersiapkan masyarakat yang tinggal di sekitar obyek wisata tersebut agar dapat menjadi tuan rumah yang baik. Kategori Toko Souvenir dan Cenderamata Rekomendasi yang dapat diberikan untuk kategori ini adalah Pengelola bisnis souvenir dan cinderamata dapat membuat souvenir yang lebih mencerminkan kebudayaan Lombok agar wisatawan dapat menemukan keunikan pada barang tersebut yang berbeda dengan daerah tujuan wisata lain. Pengelola bisnis souvenir dan cinderamata lebih cermat menentukan harga jual barang, dengan memperhatikan harga jual yang ditetapkan pesaing dan kualitas barang yang dijual agar wisatawan merasa harga barang tersebut sesuai dengan kualitas yang diperoleh. Pengelola bisnis ini dapat membuat barang dengan kualitas yang lebih baik, karena souvenir dan cinderamata tersebut akan menjadi barang kenang-kenangan yang diperoleh

wisatawan saat berlibur ke Lombok, maka tentu wisatawan menginginkan barang tersebut tidak mudah rusak.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk kategori restoran adalah Pengelola bisnis restoran dapat menyediakan makanan khas Lombok sebagai tambahan pilihan pada menu, dan melatih karyawan untuk selalu menawarkan menu khas tersebut pada wisatawan. Pengelola bisnis restoran di Lombok lebih memperhatikan kebersihan makanan yang dijual, baik bahan masakan maupun peralatan yang digunakan saat memasak. Pengelola bisnis restoran di Lombok dapat membuat suasana restoran lebih nyaman bagi wisatawan, salah satu caranya yaitu dengan melarang pengamen masuk ke dalam restoran dan sebagai gantinya membayar satu kelompok pengamen tersebut untuk bermusik secara tetap di restoran untuk menghibur pengunjung.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk kategori seni dan budaya: Pengelola pertunjukan seni dan budaya dapat mengadakan pertunjukan seni dan budaya di tempat-tempat wisata untuk menarik perhatian wisatawan terhadap kesenian dan kebudayaan Lombok, dan sekaligus untuk membuat obyek wisata tersebut menjadi lebih menarik dan tidak monoton. Pengelola pusat seni dan budaya, seperti museum, dapat memperbaharui tampilan tempat tersebut agar wisatawan tertarik untuk datang berkunjung. Museum tersebut dapat dibuat menjadi lebih modern dan tidak terkesan kuno, sehingga menarik bagi wisatawan remaja yang cenderung tidak menyukai hal-hal kuno. Pengelola galeri seni dapat saling bekerjasama untuk mengadakan pameran kesenian dan kebudayaan khas Lombok setiap beberapa waktu sehingga dapat menjadi agenda rutin yang dapat mengundang wisatawan.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk kategori transportasi, Pemerintah daerah dapat mengorganisir jasa transportasi agar menjadi lebih teratur, dengan cara mewajibkan setiap kendaraan umum memiliki surat ijin, serta tanda pengenal kendaraan dan sopir, kemudian melaksanakan pemeriksaan rutin terhadap perlengkapan tersebut. Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan keamanan wisatawan selama menggunakan jasa transportasi, apabila terjadi tindak kriminalitas di dalam kendaraan, wisatawan dapat melaporkan identitas dan nomor kendaraan kepada yang berwajib. Pengelola jasa transportasi lebih memperhatikan kebersihan dan kenyamanan kendaraan, karena wisatawan sangat bergantung kepada sarana transportasi untuk dapat mencapai tujuan, maka faktor ini sangat berpengaruh bagi industri pariwisata.

Pemerintah daerah dapat melakukan perbaikan jalan menuju lokasi wisata, terutama yang sering dikunjungi wisatawan, untuk memperkecil resiko terjadi kecelakaan di jalan.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk kategori hotel, pengelola hotel dapat melatih karyawan agar bersikap lebih ramah kepada wisatawan yang menggunakan jasa hotel tersebut agar wisatawan merasa dihargai dan kedatangannya disambut dengan baik.

Pihak hotel lebih memperhatikan kualitas makanan yang disajikan kepada wisatawan untuk lebih meningkatkan kepuasan wisatawan. Promosi yang dilakukan oleh pihak hotel sebaiknya benar-benar jujur dan apa adanya

agar wisatawan tidak merasa dicurangi apabila mendapati kenyataan yang berbeda, termasuk mengenai fasilitas yang terdapat di hotel yang dapat digunakan oleh wisatawan.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk kategori ini kategori Sumber Informasi Bagi Wisatawan Pemerintah daerah Lombok dapat memperjelas petunjuk jalan menuju suatu lokasi wisata bagi wisatawan untuk mempermudah wisatawan menemukan lokasi tersebut. Pemerintah daerah juga dapat membangun lebih banyak *Tourist Information Center* mengingat Lombok telah menjadi salah satu daerah wisata unggulan yang diharapkan dapat mengundang lebih banyak wisatawan, sehingga keberadaan *Tourist Information Center* akan sangat berguna bagi wisatawan. Selain itu, *Tourist Information Center* juga dapat membantu mempromosikan obyek-obyek wisata yang belum diketahui oleh wisatawan. Pengelola tempat wisata dapat menyediakan pemandu wisata bagi wisatawan individual yang kurang memahami obyek wisata tersebut, agar wisatawan dapat menikmati seluruh atraksi wisata yang tersedia. Pemandu wisata yang sebelumnya bekerja sendirisendiri sebaiknya ditawarkan untuk bergabung agar dapat dilatih menjadi lebih profesional sehingga kepuasan wisatawan dapat ditingkatkan.

Referensi

- Ginting, P, Mencermati Misteri Globalisasi : Menata Ulang Strategi Pemasaran Pariwisata Indonesia dengan *Tourism Satisfaction* (Toursat) *Approach*, Jurnal Ekonom FE-USU, 2008. Hui, Tak K., Wan, David, and Ho, Alvin, *Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore*, Elsevier Science, Ltd., 2005.
- Julita, Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 2001.
- Kotler, Philip and Bowen, John, *Marketing for Hospitality and Tourism*, Pearson Education, Inc., Fourth Edition, New Jersey, 2006.
- Soekadijo, *Anatomi Pariwisata*, Gramedia Pustaka Utama, Cetakan Pertama, Jakarta, 1996.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya, Cetakan Ketiga, Bandung, 2003.
- Tribe, J and Snaith, T, *From Servqual to Holsat : Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba*, Elsevier Science, Ltd., 1998.
- Truong, Thuy-H. and Foster, D, *Using HOLSAT to Evaluate Tourist Satisfaction at Destinations : The Case of Australian Holidaymakers in Vietnam*, Elsevier Science, Ltd., 2002.
- Yoeti, Oka A., *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*, Pradnya Paramita, Cetakan Pertama, Jakarta, 2002.
<http://www.eljohn.net>, <http://www.lomboknews.com>,
<http://wikipedia.org>.