

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