

IMPLEMENTASI METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT DAN METODE SERVQUAL DIMENSI KEPARIWISATAAN GUNA PERBAIKAN KUALITAS PARIWISATA PANTAI KEBUMEN (Studi Kasus pada Pantai Logending, Pantai Manganti, Pantai Suwuk, Pantai Petahanan, dan Pantai Brencong)

Kabul Trifiyanto, Ika Susilowati
STIE Putra Bangsa Kebumen
e-mail: kabul.trifiyanto@gmail.com

Abstract: Kebumen tourism is dominated by south coast destination objects with combat routes ranging from half to two hours drive from the city center. Since 2015 tourist visits have increased, but on average only 14%. This is not comparable with the budget issued by the government to date which focuses on tourism infrastructure and the opening of new objects, especially coastal areas. According to preliminary studies the cause is because of visitor dissatisfaction with the quality of services provided, especially coastal tourism. So as to provide recommendations for improvements in tourism services in this study, the quality function deployment (QFD) method is based on servqual evaluation specifically for tourism dimensions. There are 43 variables used to define the quality of service dimensions of tourism for visitors. By using additional kano models, 12 critical variables were obtained. Then the critical variable produces 16 technical responses through the house of quality method for later as a recommendation for improvement. With the priority of repairs are; making tourist management SOPs, adding cleaners, and adding a viewing post/spot.

Keywords: quality function deployment, servqual, tourism, kano

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi prioritas nasional dalam RPJM 2015–2019. Di akhir RPJM 2019 periode kepemimpinan Presiden Joko Widodo menargetkan wisatawan asing berkunjung sejumlah 20 juta sedangkan wisatawan nusantara atau pengunjung dalam negeri sebanyak 275 juta orang. Nilai devisa yang ditargetkan dari sektor ini adalah 260 triliun. Pada tahun 2017 sektor pariwisata menjadi program prioritas yaitu program pembangunan wisata “Wonderful Indonesia”. Pariwisata merupakan salah satu dari lima sektor pembangunan 2017, yaitu pangan, energi, maritim, pariwisata, kawasan industri, dan kawasan ekonomi khusus (KEK) sesuai RKP 2017 (Setkab, 2017).

Menteri Pariwisata aktif Arief menyatakan sektor wisata memiliki keunggulan ketimbang sektor lainnya, yakni lebih cepat mendatangkan devisa dan menciptakan lapangan kerja baru. Selain itu, biaya untuk pengembangan sektor pariwisata juga jauh lebih murah dibanding sektor lain. Oleh karena itu, sektor wisata ke depannya akan menjadi *core economy* bagi Indonesia karena merupakan komoditas yang paling *sustainable*, paling menyentuh ke level ekonomi dengan *share economy* dan *performance* setiap tahunnya menanjak (Tempo, 2017).

Tabel 1 Kunjungan Wisatawan Asing ke Indonesia

	2012	2013	2014	2015
Wisatawan asing (dlm Juta)	8.04	8.80	9.44	9.73

Sumber: www.Indonesia-nvestment.com

Tabel 2 Kondisi Industri Pariwisata Indonesia

	2016	2017	2018	2019
Kontribusi terhadap PDB (%)	11	13	14	15
Penerimaan devisa (triliun)	172,8	182,0	223,0	275,0
Penyerapan tenaga kerja (juta orang)	11,7	12,4	12,7	13
Kunjungan wisman	12	15	17	20
Kunjungan wisnus	260	265	270	275

Sejalan dengan perkembangan industri pariwisata yang menjadi salah satu prioritas pembangunan nasional. Kebumen adalah salah satu kota di Jawa Tengah dengan beberapa destinasi wisata yang cukup kaya. Kebumen tidak mau kalah dengan kondisi nasional yang cukup baik di sektor pariwisata. Hal ini terlihat pada visi bupati periode 2015–2019, yaitu mengembangkan kemandirian perekonomian daerah yang bertumpu pada pengembangan potensi lokal unggulan yang berdaya saing dengan salah satunya sektor pariwisata (Kebumenkab, 2017).

Dari pengembangan objek wisata paling banyak adalah pantai. Kunjungan wisata selama tahun 2015 sebesar 1.250.859 orang pengunjung, meningkat 14,8% dibanding tahun sebelumnya yang berjumlah 1.089.553 orang. Dari jumlah pengunjung tersebut ada enam wisatawan mancanegara.

Jumlah wisatawan nusantara atau domestik pada tahun 2015 hanya 0,38% dibandingkan dengan jumlah wisatawan nusantara secara nasional. Hal ini mengindikasikan masih besar kesempatan untuk meningkatkan jumlah wisatawan nusantara. Selain itu, wisatawan mancanegara masih belum diperhatikan terlihat hanya enam orang wisatawan dari satu juta wisatawan yang mendatangi objek wisata di Kebumen. Apabila dilihat dari total wisatawan mancanegara secara nasional pada tahun yang sama adalah 9,73 juta orang.

Ada beberapa tantangan yang dihadapi pada sektor pariwisata sehingga menjadi perhatian khusus. Pada survei terkait tingkat kepuasan pengunjung yang dibuat oleh penulis khusus objek wisata Pantai di Kebumen. Ada tiga variabel yang diteliti yaitu, pertama kepuasan pada pelayanan petugas yang menunjukkan 53% pengunjung tidak puas terhadap kualitas pelayanan petugas. Kemudian variabel kedua suasana lokasi objek wisata pantai menunjukkan nilai 12,5% pengunjung tidak puas. Variabel terakhir adalah fasilitas pendukung di objek wisata pantai menunjukkan 50% pengunjung tidak puas terhadap kualitas fasilitas pendukung.

Ketidakpuasan pengunjung menunjukkan adanya gap antara pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola objek wisata dengan harapan dari pengunjung. Apalagi dengan adanya media internet yang memberikan informasi yang cepat sehingga begitu mudahnya pengunjung membandingkan kualitas layanan yang diberikan dengan objek wisata di lokasi lain atau kota lain. Dari hasil wawancara dengan beberapa pengunjung disimpulkan masih terdapat beberapa kekurangan terkait sarana dan prasarana penunjang objek wisata maupun terkait pelayanan. Dilihat mulai dari akses yang cukup sulit dan jauh dari pusat kota, fasilitas pendukung di lokasi yang jauh dari wahana kemudian adanya beberapa tempat yang minim dengan petugas resmi, kebersihan masih kurang.

Standardisasi kualitas layanan dimensi pariwisata khususnya objek wisata pantai menjadi penting apabila hendak mewujudkan visi Pemerintah Kabupaten Kebumen. Peningkatan kualitas objek wisata diharapkan dapat memberikan kepuasan yang pada hasil akhirnya akan memberikan kontribusi PDP daerah. Namun mengingat APBD yang terbatas maka biaya untuk peningkatan kualitas jasa sektor wisata menjadi terbatas

maka perlu adanya strategi efisiensi biaya untuk menentukan prioritas perbaikan yang memberikan dampak yang besar.

Berdasarkan uraian di atas, studi ini ingin mengkaji beberapa hal berikut. (1) Variabel apa saja yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan jasa tempat pariwisata pantai di Kebumen. (2) Bagaimana pengaruh persepsi dan ekspektasi pengunjung terhadap kinerja kualitas pelayanan jasa yang diberikan tempat pariwisata pantai di Kebumen. (3) Atribut-atribut dan dimensi kualitas pelayanan jasa manakah yang harus segera diperbaiki. (4) Apa saja yang menjadi kebutuhan pengunjung (*consumer needs*) dalam pemilihan objek wisata khususnya pantai di Kebumen.

KAJIAN LITERATUR

Pariwisata

Pariwisata adalah rangkaian aktivitas, dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi akomodasi, dan layanan lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang. Perjalanan yang dilakukan hanya untuk sementara waktu saja meninggalkan tempat tinggalnya dengan maksud beristirahat, berbisnis, atau untuk maksud lain (Sugiyama, 2011).

Suwantoro (2004) menjelaskan beberapa ciri produk wisata adalah sebagai berikut.

1. Hasil atau produk wisata tidak dapat dipindahkan sehingga dalam penjualannya produk tidak dibawa ke konsumen (wisatawan) sebaliknya konsumen (wisatawan) harus dibawa ke tempat produk dihasilkan.
2. Produksi dan konsumsi terjadi pada tempat dan saat yang sama, tanpa adanya konsumen (wisatawan) membeli produk wisata maka tidak akan terjadi produksi.

3. Produk wisata tidak menggunakan ukuran standar fisik, melainkan menggunakan standar pelayanan dengan kriteria tertentu.
4. Konsumen (wisatawan) tidak bisa mencoba contoh produk wisata sebelumnya atau tidak dapat mengetahui atau menguji sebelum digunakan.
5. Hasil atau produk wisata banyak tergantung pada tenaga manusia dan sedikit menggunakan tenaga mesin.

Produk wisata merupakan usaha yang mengandung risiko.

Kepuasan Pengunjung

Produk yang dihasilkan oleh suatu organisasi/perusahaan tidak akan berguna apabila tidak menghasilkan kepuasan bagi konsumen (pengunjung) serta mempertahankannya. Kotler (2004) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara persepsi (*perception*) terhadap kinerja/hasil (*performance*) suatu produk dengan harapan (*expectation*). Bila kinerja produk dari pengalaman dari pengalaman mengonsumsi berada di bawah harapan, kondisi ini menunjukkan hal tidak puas (*dissatisfied*). Bila sama maka menunjukkan puas (*satisfied*). Apabila hasilnya di atas maka bisa dikatakan sangat puas (*highly satisfied*).

Kualitas Jasa Pariwisata

Kualitas jasa menurut Parasuraman et al. (1998) terdapat batasan pengertian yaitu kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas), dan kinerjalah yang dibeli oleh pelanggan sehingga kualitas jasa pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.

Adapun lima kesenjangan yang telah dikutip oleh Fandy Tjiptono (2011) adalah sebagai berikut.

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi pihak penyedia jasa. Manajemen tidak selalu dapat merasakan apa yang diinginkan oleh para pelanggan secara tepat.
2. Kesenjangan antara persepsi pihak penyedia jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Mungkin pihak penyedia jasa mampu merasakan secara tepat apa yang diinginkan oleh para pelanggan, namun tidak menyusun suatu kinerja tertentu.
3. Kesenjangan antara spesifikasi jasa dan penyampaian jasa. Karyawan pihak penyedia jasa mungkin kurang dilatih atau bekerja melampaui batas dan tidak dapat dan tidak mau untuk memenuhi standar.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan-pernyataan yang dibuat oleh wakil (*representative*) dan iklan perusahaan.
5. Kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan.

Pariwisata merupakan industri jasa yang unik dibanding dengan perusahaan lainnya. Pariwisata merupakan perpaduan antara beberapa faktor sehingga mampu menjadi komoditi bisnis. Menurut Spillane dan Meidy dalam Bambang (2010), suatu objek wisata meliputi lima unsur penting yang dapat dijadikan patokan pengukuran kualitas produk yang ditawarkan kepada pengunjung/wisatawan sebagai berikut.

1. *Attractions* (atraksi), yaitu hal-hal yang menarik perhatian para wisatawan.
2. *Facilities* (fasilitas), yaitu fasilitas-fasilitas yang diperlukan.
3. *Infrastructure & transportation* (infrastruktur dan transportasi), yaitu prasarana yang dimiliki atau tersedia di lingkungan pariwisata

serta jasa-jasa pengangkutan menuju dan dari objek wisata.

4. *Hospitality* (keramahtamahan); yaitu kesediaan pihak pariwisata dalam menerima tamu.
5. *Information and promotion* (informasi dan promosi); yaitu informasi yang ada terkait objek wisata baik secara umum maupun disediakan oleh objek tersebut.
6. *Price* (harga), yaitu harga produk objek wisata.

Quality Function Development

Quality function development (QFD) adalah metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen serta mengevaluasi suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penerapan QFD memiliki beberapa tahapan, yaitu: (1) penjaminan kualitas produk atau jasa; (2) penjabaran persyaratan konsumen melalui pendapat konsumen (angket, survei); (3) penjabaran karakteristik kebutuhan konsumen (*checklist*); (4) pembuatan matriks *house of quality* yang dimulai dengan penentuan hubungan antara kebutuhan kualitas dan karakteristik kualitas, penerapan sejumlah nilai berdasarkan sejumlah angka tertentu terhadap masing-masing karakteristik kualitas, penyatuan karakteristik kualitas ke produk, perancangan produksi, dan pengendalian kualitas.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah lima objek wisata pantai di Kebumen. Berdasarkan populasi tersebut maka penentuan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik sampling *non-probability sampling* khususnya *accidental sampling*. Cara pengambilan sampel dila-

kukan pada responden yang kebetulan ditemui atau dijumpai pada saat penelitian. Hal ini disebabkan karena pengunjung pada objek wisata tidak selalu tetap. Selain itu, dengan teknik ini akan menghemat waktu. Jumlah sampel yang diambil adalah 100 (Widiyanto, 2008). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan pada lima objek wisata pantai di Kebumen, yaitu Logending, Manganti, Suwuk, Petahanan, dan Brencong.

Identifikasi Atribut dan Penyusunan Kuesioner

Untuk mendapatkan atribut-atribut jasa objek wisata pantai di Kebumen, dilakukan mini riset pada objek penelitian dengan cara observasi, wawancara dan kuesioner kepada responden serta studi pustaka atas dimensi kualitas layanan pariwisata yaitu atraksi (*attraction*), fasilitas (*facilities*), infrastruktur, dan transportasi (*infrastructure & transportation*), keramah-tamahan (*hospitality*), informasi dan promosi (*information & promotion*), harga (*price*) dan tambahan atribut dari servqual yaitu keamanan (*assurance*). Kemudian dari atribut tersebut disusun instrument untuk memperoleh data primer.

Pengintegrasian Servqual Dimensi Pariwisata dengan QFD

Penggabungan model servqual dimensi pariwisata dengan QFD ini dikarenakan untuk mempertajam analisis terkait dengan objek analisis adalah kualitas pada penyedia jasa objek wisata. Melalui HoQ dari QFD akan dapat dihubungkan antara atribut-atribut yang merupakan *customer requirement* serta respons teknikal organisasi. Integrasi antara dua model ini akan memberikan langkah sistematis dan operasional dalam perbaikan dan peningkatan kualitas atribut-atribut pada penelitian.

Gap 5 adalah kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Apabila jasa yang diterima (persepsi) dan dirasakan sesuai dengan yang diharapkan (ekspektasi) oleh pengunjung, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dibandingkan dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Hal ini akan menyebabkan ketidakpuasan pengunjung objek wisata. Baik dan buruknya kualitas jasa objek wisata tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pengunjung.

Tabel 3 Kisi-Kisi Variabel Penelitian

No.	Dimensi	Keterangan	Variabel Penelitian	Jumlah
1	Atraksi	Wahana permainan dan pemandangan	1,2,3,4,5, 6,7,8	8
2	Fasilitas	Fasilitas yang disediakan di objek lokasi	9,10,11,12,13,14	6
3	Infrastructure & Transportation	Prasarana akses ke lokasi	15,16,17,18,19,20	6
4	Hospitality	Credibility, courtesy, competence	21,22,23,24,25,26, 27,28,29,30,31,32	12
5	Information & promotion	Informasi dan promosi objek wisata	33,34,35,36	4
6	Price	Harga produk & jasa	37,38,39,40	4
7	Assurance	Rasa aman yang diberikan objek wisata	41,42,43	3

Tabel 4 Gap Skor Masing-Masing Atribut

No.	Atribut	Kinerja	Harapan	Gap
1	Jumlah spot foto mencukupi	3,28	4	-0,72
2	Keberagaman jenis dan variasi wisata mencukupi	3,33	4,28	-0,95
3	Pemandangan indah	3,67	4,56	-0,89
4	Ketersediaan spot untuk segala jenis umur	3,22	4,44	-1,22
5	Spot wisata modern	3,39	4,22	-0,83
6	Kebersihan objek wisata	2,94	4,67	-1,73
7	Wahana bermain terawat	2,94	4,39	-1,45
8	Penampilan wisata menarik (dekoratif)	3,33	4,22	-0,89
9	Ketersediaan tempat sampah yang memadai	2,83	4,44	-1,61
10	Jumlah fasilitas umum memadai (kursi, gazebo, dll.)	2,94	4,17	-1,23
11	Fasilitas lengkap (warung, toilet, musholah, tempat sampah, tempat istirahat).	3,33	4,67	-1,34
12	Fasilitas yang disediakan bersih	2,89	4,5	-1,61
13	Fasilitas yang disediakan rapi	3,06	4,22	-1,16
14	Tempat parkir memadai	3,28	3,11	0,17
15	Ketersediaan transportasi yang mudah	3,11	4,22	-1,11
16	Kemudahan dalam menuju lokasi	3,22	4,56	-1,34
17	Ketersediaan (Kemudahan) sarana komunikasi	3,11	4,44	-1,33
18	Kemudahan dalam menghubungi pengelola	2,83	4,39	-1,56
19	Kemudahan dalam menghubungi petugas parkir	3,11	4,28	-1,17
20	Kemudahan dalam menghubungi petugas keamanan	3,17	4,61	-1,44
21	Tanggung jawab yang dimiliki pengelola	3,06	4,44	-1,38
22	Tanggung jawab yang dimiliki petugas parkir	3	4,39	-1,39
23	Tanggung jawab yang dimiliki pengelola rumah makan	3,33	4,22	-0,89
24	Kesopanan yang dimiliki pengelola	3,29	4,33	-1,04
25	Kesopanan yang dimiliki petugas parkir	3,22	4,17	-0,95
26	Kesopanan yang dimiliki pengelola rumah makan	3,39	4,17	-0,78
27	Kerapian yang dimiliki pengelola	3,11	4,17	-1,06
28	Kerapian yang dimiliki petugas parkir	2,89	4,06	-1,17
29	Kerapian yang dimiliki pengelola rumah makan	3,06	4,28	-1,22
30	Kesigapan yang dimiliki pengelola	3,11	4,44	-1,33
31	Kesigapan yang dimiliki petugas parkir	3,33	4,28	-0,95
32	Kesigapan yang dimiliki pengelola rumah makan	3,33	4,39	-1,06
33	Papan petunjuk wisata jelas	3,39	4,33	-0,94
34	Ketersediaan pusat informasi untuk pengunjung	3,33	4,39	-1,06
35	Kemudahan mendapatkan informasi mengenai tempat wisata	3,39	4,44	-1,05
36	Kegiatan promosi yang dilakukan menarik	2,94	4,33	-1,39
37	Harga tiket masuk terjangkau	3,17	4,28	-1,11
38	Harga makanan/minuman terjangkau	3,06	4,22	-1,16
39	Harga wahana terjangkau	3	4,06	-1,06
40	harga produk selain makanan/souvenir terjangkau	3,06	4,17	-1,11
41	Terjaminnya keamanan pengunjung beserta barang bawaannya	3,06	4,44	-1,38
42	Terjaminnya keamanan pengunjung dalam menggunakan wahana	3,22	4,44	-1,22
43	Terjaminnya keamanan kendaraan di tempat parkir	3,56	4,44	-0,88

Secara garis besar langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Analisis penilaian kualitas jasa untuk Gap 5.
2. Pembuatan model QFD
 - a. Penentuan respons teknis (*house of quality*)
 - b. Penentuan matriks hubungan antara respons teknis dengan kebutuhan konsumen
 - c. Benchmarking
 - d. Penentuan target

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis penilaian Kualitas Jasa untuk Gap 5

Tahapan pertama adalah membandingkan penilaian dari jasa yang dirasakan (persepsi) dengan yang diharapkan (ekspektasi). Jika persepsi lebih tinggi dengan ekspektasi maka akan menghasilkan kepuasan namun jika gap yang terjadi adalah ekspektasi lebih tinggi dari persepsi maka kualitas dari jasa tersebut dapat dikatakan tidak memuaskan atau kualitasnya kurang baik.

Gap skor untuk masing-masing atribut dapat dilihat pada Tabel 4. Dari hasil perhitungan gap maka dapat disimpulkan bahwa nilai Servqual dari tujuh dimensi adalah negatif, dengan nilai gap terbesar terdapat pada atribut *attraction/wahana*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa di pariwisata pantai Kebumen masih kurang memuaskan.

Quality Function Deployment

Metode ini akan mempertemukan *customer needs* dengan respons teknis. Sebelumnya dari semua atribut yang ditanyakan ke responden tidak semuanya butuh perbaikan. Hanya atribut yang mempunyai pengaruh terbesar untuk ke-

puasan konsumen yang akan dijadikan prioritas perbaikan. Penentuan prioritas ini diadaptasi dari Noriaki Kano (1984) yang mengembangkan model untuk mengategorikan atribut dari suatu produk atau layanan berdasarkan kemampuan atribut memenuhi kepuasan pelanggan. Kategori tersebut adalah sebagai berikut.

- a. *Basic needs* yaitu kebutuhan dasar, artinya jika diberikan kualitas produk dengan layanan baik maka pelanggan akan merasa puas dan sebaliknya.
- b. *The dimensional* yaitu kebutuhan yang bersifat linear, artinya jika pelanggan diberikan pelayanan baik akan puas dan jika diberikan pelayanan yang buruk akan kecewa.
- c. *The attractive* yaitu kebutuhan ini bersifat laten, artinya pelanggan mungkin tidak memerlukan bahkan mungkin tidak berpikir untuk mendapatkannya namun bila diberikan akan senang.

Penentuan kebutuhan prioritas pengunjung dapat dilakukan dengan cara menggabungkan antara tabel servqual dengan gap minus dengan kategori nilai tertinggi "O" dan "A" dan "M". Dari penggabungan tersebut maka didapatkan atribut prioritas yang dapat dilihat pada tabel daftar kebutuhan pengunjung. Untuk memudahkan pembacaan dalam QFD, prioritas kebutuhan konsumen diurutkan mulai dari nilai yang terbesar sampai ke nilai yang terkecil.

Penentuan Respons Teknis

Respons teknis merupakan tanggapan dari pihak perusahaan terhadap *customer needs* atau kebutuhan pengunjung. Respons untuk memenuhi kebutuhan pengunjung ada 16 hal yang dirinci pada tabel daftar matrix kebutuhan

Tabel 5 Daftar Kebutuhan Pengunjung

No.	Atribut	Gap Skor	Kategori	Bobot	Imp. Level
3	Pemandangan indah	0,89	A	4	3,56
6	Kebersihan objek wisata	1,73	O	2	3,46
43	Terjaminnya keamanan kendaraan di tempat parkir	0,88	O	2	1,76
9	Ketersediaan tempat sampah yang memadai	1,61	O	2	3,22
37	Harga tiket masuk terjangkau	1,11	O	2	2,22
12	Fasilitas yang disediakan bersih	1,61	O	2	3,22
7	Wahana bermain terawat	1,45	O	2	2,9
39	Harga wahana terjangkau	1,06	O	2	2,12
42	Terjaminnya keamanan pengunjung dalam menggunakan wahana	1,22	O	2	2,44
38	Harga makanan/minuman terjangkau	1,16	O	2	2,32
21	Tanggung jawab yang dimiliki pengelola	1,38	O	2	2,76
41	Terjaminnya keamanan pengunjung beserta barang bawaannya	1,38	O	2	2,76

Tabel 6 Daftar Matrix Kebutuhan Hubungan Respons Teknis dengan Kebutuhan Konsumen

1	Memperbanyak spot gardu pandang dan menggali spot-spot pemandangan baru	3	tahun
2	Pembangun spot pemandangan buatan	3	buah
3	Menyediakan tempat sampah yang seragam dan membangun sistem pengelolaan sampah serta membuat rambu-rambu peringatan kebersihan	6,9,12	buah
4	Menstandarkan SOP serta instruksi kerja pelayanan	6,9,12	subjek
5	Menambah petugas kebersihan	6,9,12	orang
6	Memperluas lahan parkir	43	ha
7	Petugas parkir dipekerjakan secara resmi dan menggunakan seragam serta tempat khusus dan perbaikan SOP	43,41	subjek
8	Pemberlakuan harga tiket masuk di bundling dengan parkir	37	rupiah
9	Penataan ulang lahan parkir	43,41	subjek
10	Membuat peraturan perawatan wahana secara rutin dan iuran rutin untuk perbaikan yang ditarik dari pengelola wahana	7,42	subjek
11	Memberlakukan range harga standar dan memberikan sosialisasi pada para pengelola rumah makan dan membuat koperasi khusus pedagang	38	subjek
12	Membangun call center atau pusat informasi	21,41	hari
13	Menyediakan penitipan barang	21,41	hari
14	Penyediaan P3K	21,42	buah
15	Penyediaan speaker	21	buah
16	Studi kelayakan objek wisata baru sekitar objek yang lama	3	subjek

hubungan respons teknis dengan kebutuhan konsumen.

Penentuan Matriks Hubungan antara Respons Teknis dengan Kebutuhan Pengunjung

Matrix hubungan antara kebutuhan pengunjung dengan respons teknis dari hasil penelitian. Penyusunan ini digunakan metode prioritas matriks. Semakin banyak respons teknis yang banyak berhubungan dengan kebutuhan pengunjung. Sebelum menentukan hubungan antar-kebutuhan pengunjung dengan respons teknis, dibuat terlebih dahulu daftar matriks kebutuhan terkait respons teknis yang disusun sesuai kebutuhan pengunjung. Daftar matrix dapat dilihat pada tabel daftar matrix kebutuhan hubungan respons teknis dengan kebutuhan konsumen.

Benchmarking

Metode ini dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan konsep produk jika

dibandingkan dengan produk pesaing. Dari metode ini diperoleh informasi tambahan untuk menyelesaikan masalah atau melakukan perbaikan. *Benchmarking* dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pengunjung wisata Pantai Wonosari Yogyakarta. Hasil perbandingan didapatkan tingkat kepuasan pengunjung lebih besar di Wonosari ketimbang di lima pantai Kebumen. Detail perbandingan dapat dilihat di Tabel 7.

Penentuan target

Target yang ingin dicapai pada respons teknis dapat dilihat detail pada tabel daftar target untuk respons teknis.

Penentuan Korelasi Respons Teknis (*Correlation*)

Hubungan yang mungkin terjadi dari matrix kebutuhan dan respons teknis bisa kuat, sedang, dan lemah. Hubungan ini digunakan

Tabel 7 Benchmarking Kualitas Pelayanan Berdasarkan Persepsi Pengunjung

No.	Atribut	Persepsi Pengunjung				
		1	2	3	4	5
3	Pemandangan indah			Q	O	
6	Kebersihan objek wisata		Q		O	
7	Harga tiket masuk terjangkau		Q		O	
9	Terjaminnya keamanan kendaraan di tempat parkir		Q		O	
12	Ketersediaan tempat sampah yang memadai		Q		O	
21	Fasilitas yang disediakan bersih			Q	O	
37	Harga makanan/minuman terjangkau			Q	O	
38	Terjaminnya keamanan pengunjung dalam menggunakan wahana			Q	O	
39	Tanggung jawab yang dimiliki pengelola			Q	O	
41	Wahana bermain terawat			Q	O	
42	Harga wahana terjangkau			Q	O	
43	Terjaminnya keamanan pengunjung beserta barang bawaannya			Q	O	

untuk menentukan seberapa perbaikan matrix korelasi jika terdapat elemen yang dianggap kritis. Korelasi antara respons teknis dengan respons teknis lainnya serta respons teknis dengan kebutuhan pelanggan dalam *house of quality* dapat dilihat pada lampiran. Urutan langkah dalam pembuatan HOQ mengikuti panduan dari Cohen dalam Bambang (2010).

Hasil analisis dengan menggunakan QFD akan menghasilkan pengetahuan mengenai prioritas kebutuhan konsumen yang harus diperbaiki. Prioritas kebutuhan konsumen tersebut adalah sebagai berikut.

1. Pemandangan disuguhkan harus indah.
 2. Kebersihan objek wisata yang terjaga.
 3. Ketersediaan tempat sampah pada setiap lokasi yang mudah dilihat atau terjangkau.
 4. Kebersihan fasilitas umum yang disediakan.
 5. Wahana bermain terawat dengan baik.
 6. Tanggung jawab pihak pengelola dalam menangani keluhan dalam pelayanan.
 7. Ketersediaan jaminan keamanan bagi para pengunjung.
 8. Ketersediaan fasilitas keamanan untuk barang bawaan.
 9. Ketersediaan peralatan keamanan standar pada wahana bermain.
 10. Ketersediaan petugas keamanan pada setiap wahana keamanan.
 11. Kesigapan petugas operator wahana dalam memberikan pelayanan.
 12. Harga makanan dan minuman yang terjangkau dan standar pada setiap outlet.
 13. Terjangkaunya harga tiket masuk.
 14. Patokan harga wahana yang terjangkau.
 15. Fasilitas tempat parkir yang memadai dan terjaga.
 16. Adanya petugas keamanan pada lokasi parkir.
 17. Jaminan yang pasti pada kendaraan di lokasi parkir.
- Dari analisis HOQ dapat diketahui prioritas respons teknis yang harus dilakukan dari prioritas pertama sampai terakhir. Berikut prioritas respons teknis yang harus dilakukan.
1. Memperbanyak spot gardu pandang dan menggali spot-spot pemandangan baru.
 2. Membangun spot pemandangan buatan.
 3. Menyediakan tempat sampah yang seragam dan membangun sistem pengelolaan sampah serta membuat rambu-rambu peringatan kebersihan.
 4. Menstandarkan SOP serta instruksi kerja pelayanan.
 5. Menambah petugas kebersihan.
 6. Memperluas lahan parkir.
 7. Petugas parkir dipekerjakan secara resmi dan menggunakan seragam serta tempat khusus dan perbaikan SOP.
 8. Pemberlakuan harga tiket masuk di-bundling dengan parkir.
 9. Penataan ulang lahan parkir.
 10. Membuat peraturan perawatan wahana secara rutin dan iuran rutin untuk perbaikan yang ditarik dari pengelola wahana.
 11. Memberlakukan range harga standar dan memberikan sosialisasi pada para pengelola rumah makan dan membuat koperasi khusus pedagang.
 12. Membangun call center atau pusat informasi untuk menampung kebutuhan dan keluhan pelanggan.
 13. Menyediakan penitipan barang untuk mengakomodasi kebutuhan pengunjung dalam penyimpanan barang bawaan.
 14. Penyediaan peralatan pertolongan pertama pada kecelakaan (P3K) dan perlengkapan evakuasi korban saat *emergency*.
 15. Penyediaan speaker/pengeras suara untuk kebutuhan pemberitahuan informasi dan imbauan.

16. Studi kelayakan objek wisata baru sekitar objek yang lama untuk menggali lagi potensi objek wisata.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis QFD didapat 12 variabel kritis yang merupakan kebutuhan konsumen (*customer*

Tabel 8 Daftar Target untuk Respons Teknis

No.	Respons Teknis	Target
1	Memperbanyak spot gardu pandang dan menggali spot-spot pemandangan baru	Gardu pandang di setiap sudut yang memungkinkan mendapat pemandangan dapat di bangun. Jika tidak memungkinkan bisa mencari lagi pemandangan baru di sekitar objek wisata. Waktu pelaksanaan enam bulan.
2	Pembangun spot pemandangan buatan	Membuat spot untuk foto mengikuti tren pariwisata dengan spot selfie yang diperbanyak dan bersifat temporer dan bombastis. Waktu pelaksanaan tiga bulan.
3	Menyediakan tempat sampah yang seragam dan membangun sistem pengelolaan sampah serta membuat rambu-rambu peringatan kebersihan serta	Menyediakan tempat sampah setiap 20 meter dan di spot-spot yang banyak makanan atau tempat istirahat dan membuat rambu kebersihan. Waktu pelaksanaan satu bulan.
4	Menstandarkan SOP, serta instruksi kerja pelayanan	Semua sistem kerja untuk semua petugas yang berhubungan dengan pelayanan dapat dibuat sop dan ditempel. Waktu pelaksanaan empat bulan.
5	Menambah petugas kebersihan	Penambahan petugas kebersihan minimal dengan perhitungan radius seratus meter satu petugas dengan tiga shift per hari. Waktu pelaksanaan enam bulan.
6	Memperluas lahan parkir	Jika memungkinkan diperluas lahan parkir namun jika tidak cukup dengan lahan parkir temporer jika pengunjung penuh. Waktu pelaksanaan enam bulan.
7	Petugas parkir dipekerjakan secara resmi dan menggunakan seragam serta tempat khusus dan perbaikan SOP	Pembuatan sop disesuaikan dengan kebutuhan dan pengaturan kerapian seragam dll. Waktu pelaksanaan dua bulan.
8	Pemberlakuan harga tiket masuk di-bundling dengan parkir	Dilakukan paket tiket agar bisa lebih mudah pembelian. Waktu pelaksanaan satu bulan.
9	Penataan ulang lahan parkir	Menata ulang lahan parkir agar lebih rapi dan terjangkau dari pengawasan petugas parkir. Waktu pelaksanaan dua bulan.
10	Membuat peraturan perawatan wahana secara rutin dan iuran rutin untuk perbaikan yang ditarik dari pengelola wahana	Membuat peraturan resmi ditandatangani semua petugas sebagai komitmen dan dijadikan aturan ditempel. Pelaksanaan tiga bulan.
11	Memberlakukan range harga standar dan memberikan sosialisasi pada para pengelola rumah makan dan membuat koperasi khusus pedagang	Pemberian sosialisasi pada pedagang dan memberikan selebaran standar dan pembuatan MoU. Waktu pelaksanaan delapan bulan.
12	Membangun call center atau pusat informasi	Mendirikan pusat informasi dan pelayanan keluhan dan kebutuhan lain dari pengunjung. Waktu pelaksanaan delapan bulan.
13	Menyediakan penitipan barang	Pembangunan tempat penitipan barang dijadikan satu dengan pusat informasi. Waktu pelaksanaan delapan bulan.
14	Penyediaan P3K	Menyediakan P3K di spot-spot penjagaan petugas. Waktu pelaksanaan satu bulan.
15	Penyediaan speaker	Menyediakan speaker yang bisa menjangkau minimal 100 meter di area wisata untuk kebutuhan pengumuman. Waktu pelaksanaan dua bulan.
16	Studi kelayakan objek wisata baru sekitar objek yang lama	Melakukan studi lebih lanjut terkait pengembangan objek wisata dari segi wahana dan nilai jual lain. Waktu pelaksanaan satu tahun.

needs) untuk segera diberi perhatian khusus dalam perbaikan. Pada perencanaan perbaikan didapat 16 respons teknis yang bisa dilakukan. Dari hasil analisis tersebut didapatkan lima besar prioritas perbaikan, pertama adalah pembuatan *standar operation procedure* petugas pengelola wisata beserta instruksi kerja. Kedua adalah penambahan personel petugas kebersihan, ketiga adalah penambahan gardu pandang dengan spot perspektif yang berbeda, keempat penambahan tempat sampah pada area yang mudah dijangkau, dan kelima perawatan wahana bermain dilakukan secara periodik/rutin.

ACKNOWLEDGE

Penelitian ini merupakan penelitian yang didanai oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia dalam skema penelitian dosen pemula.

DAFTAR RUJUKAN

- Aritonang, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Kebumen dalam Angka 2016*. Kebumen. BPS.
- Bambang P., Sri H., Agus. 2010. *Perbaikan Kualitas Layanan Jasa dengan Model Servqual Dimensi Kepariwisata dan Metode Quality Function Deployment (Studi Kasus PT X Tempat Wisata Wahana Permainan)*. Semarang: Undip.
- Cohen, Lou. 1995. *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*. USA: Addison-Wesley.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gery. 2004. *Principles of Marketing (Tenth Edition)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Meidy, Charly Lasut. 2004. *Evaluasi Perkembangan Pasar Kepariwisata Bunaken di Kota Manado Pada Masa Sebelum dan Sesudah Krisis Ekonomi*. Tesis TPWK. Semarang: Undip.
- Sugiyama, A., Gima. 2011. *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Guardiia Intimarta.
- Suwantoro, Gamal. 2009. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: PT Index.
- Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.
- <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051?> Diakses pada 21 Juni 2017.
- <http://setkab.go.id/tahun-2017-kita-genjot-sektor-pariwisata/> diakses pada tanggal 21 Juni 2017.
- <https://bisnis.tempo.co/read/news/2017/06/17/090885282/pemerintah-daerah-banyuwangi-diminta-fokus-kembangkan-wisata> diakses pada tanggal 21 Juni 2017.
- <http://www.kebumenkab.go.id/index.php/public/page/index/19/visi-dan-misi> diakses pada tanggal 2017.
- <http://bisnis.liputan6.com/read/2848011/produkt domestik-bruto-ri-tembus-rp-12406-triliun> diakses tanggal 21 Juni 2017.