

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP
LAYANAN REKREASI DUNIA FANTASI PT TAMAN IMPIAN JAYA
ANCOL JAKARTA UTARA**

Oleh:

**Resty Nidya Astuti¹
Akhmad Sefudin²**

*Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ilmu Pendidikan dan Pengetahuan Sosial
Universitas Indraprasta PGRI*

Email:

*azure_resty@yahoo.com¹;
sefudinakhmad@gmail.com²*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan kepuasan pengunjung yang berekreasi di Dunia Fantasi PT Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta Utara, selain itu penulis berharap agar pembaca lebih dapat mengetahui bagaimana kepuasan pengunjung terhadap layanan rekreasi Dunia Fantasi PT Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Utara. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pengunjung sesuai dengan keadaan subjek yang sebenarnya, metode rentang skala untuk mengetahui kualitas pelayanan dan metode analisis GAP untuk mengetahui kepuasan pengunjung. Setelah penulis mengetahui kepuasan pengunjung terhadap layanan rekreasi Dunia Fantasi akhirnya penulis menarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan yang ada di Dunia Fantasi sudah sangat baik, kualitas pelayanan yang sudah sangat baik membuat pengunjung merasakan sangat puas karena telah berekreasi di Dunia Fantasi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung, Dunia Fantasi

A. PENDAHULUAN

Taman Impian Jaya Ancol atau biasa disebut Ancol adalah kawasan wisata terpadu yang dikembangkan oleh PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk yang menyediakan banyak pilihan bagi masyarakat untuk berekreasi. Dengan kepemilikan saham 72% oleh Pemda DKI Jakarta dan 18% oleh PT. Pembangunan Jaya Ancol dan 10% oleh Publik (masing-masing dibawah 5% kepemilikan), Ancol selalu berupaya memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat dibidang wisata dan rekreasi. Daya pikat ancول memancar dari berbagai destinasi wisata yang dimilikinya. Sesuai namanya, Taman Impian, sejumlah wahana di ancول menawarkan pengalaman ala dunia mimpi. Beberapa produk rekreasi yang ditawarkan dan telah dikenal oleh masyarakat pada umumnya adalah Taman Pantai, Dunia Fantasi, Atlantis, Seaworld, Gelanggang Samudera, Pantai Seni.

Sedangkan Produk *Resort* yang ditawarkan yakni Putri Duyung, Pulau Bidadari, dan Marina.

Dunia Fantasi sebagai salah satu unit rekreasi unggulan yang dimiliki oleh Taman Impian Jaya Ancol adalah salah satu destinasi yang banyak dikunjungi oleh masyarakat baik dari daerah Jakarta maupun di luar Jakarta, dari segala golongan usia dari anak-anak hingga dewasa, baik keluarga maupun muda-mudi. Dengan karakteristiknya sebagai *theme park*, Dunia Fantasi yang sering disebut Dufan, berhasil menjadi salah satu ikon wisata dan rekreasi penting di Jakarta.

Dari segi bisnis, untuk dapat bertahan dan unggul dalam persaingan kompetitif di tengah kemunculan-kemunculan pemain baru, dan kebutuhan pelanggan yang terus berubah, diperlukan langkah dan strategi pemasaran yang efektif. Diperlukan adanya nilai tambah untuk dapat terus unggul dalam persaingan dunia bisnis. Sebagai destinasi wisata dan rekreasi unggulan yang produk utamanya adalah jasa, menciptakan pengalaman dan juga kualitas pelayanan (*Service Quality*) yang terbaik adalah hal yang sangat penting dalam meraih kepuasan pengunjung.

B. KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut Doyle (2011) definisi pemasaran adalah proses manajemen untuk mencari keuntungan maksimal bagi pemegang saham dengan mengembangkan dan mengimplementasikan strategi untuk membangun hubungan kepercayaan dengan pelanggan melalui cara penciptaan nilai pelanggan yang tinggi dan keunggulan diferensiasi secara berkelanjutan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof (1988) “Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”

Kepuasan Pelanggan

Definisi menurut Kotler (1997) “Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan”.

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada pengunjung sesuai dengan keadaan subjek yang sebenarnya, metode rentang skala untuk mengetahui kualitas pelayanan dan metode analisis GAP untuk mengetahui kepuasan pengunjung.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan yang diberikan Dunia Fantasi Kepada Pengunjung

Kualitas pelayanan yang diberikan Dunia Fantasi kepada pengunjung, dapat diambil dari kelima indikator yang terdapat pada kuesioner yaitu meliputi Wujud Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminana dan Kepastian (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*). Untuk unsur kualitas pelayanan di atas dapat diambil sebanyak 14 butir pernyataan terdapat pada kuesioner yang telah disebarakan.

$$\text{Rata - rata } (\bar{x}) = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\text{Rata - rata } (\bar{x}) = \frac{5.809}{100}$$

$$\text{Rata - rata } (\bar{x}) = 58,09$$

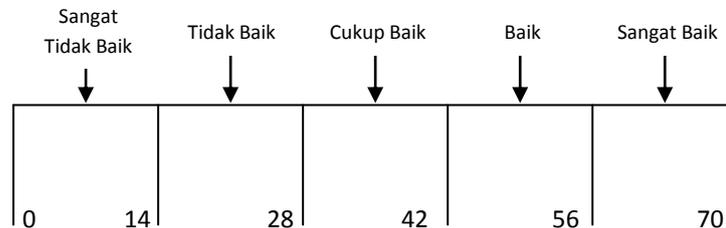
Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dunia Fantasi, maka perlu dibuat rentang skala. Adapun rentang skala yang digunakan yaitu :

$$\text{skala} = \frac{\text{Rangking tertinggi}}{\text{Jumlah kelas yang dibentuk}}$$

Jumlah Skala Likert yang dibentuk kualitas pelayanan sebanyak 5 (lima) kelas. Untuk rangking tertinggi diperoleh dari jumlah pernyataan yang diambil untuk menjawab rumusan masalah ini yaitu 14 pernyataan, kemudian dikalikan dengan skor tertinggi pada pernyataan yaitu 5. Jadi untuk rangking tertinggi sebesar 70.

$$\text{skala} = \frac{70}{5} = 14$$

Setelah skala diketahui, kemudian dibuat rentang skalanya:



Penilaian Responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dunia Fantasi dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1.
Penilaian Responden terhadap Kualitas Pelayanan yang Diberikan Dunia Fantasi

KETERANGAN	RESPONDEN	PERSENTASE
Sangat Tidak Baik	0	0
TidakBaik	0	0
CukupBaik	0	0
Baik	40	40%
SangatBaik	60	60%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Tingkat kepuasan pengunjung terhadap layanan rekreasi Dunia Fantasi

a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Tabel 2.
Bukti Fisik (*Tangible*)

VARIABEL	PRESEPSI	EKSPETASI	GAP
X ₁	4.16	4.36	-0.2
X ₂	4.19	4.16	0.03
X ₃	4.28	4.25	0.03
X ₄	4.08	4.29	-0.21
TOTAL	-0.35		

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

$$\text{NilaiGAPrata - rata} = -\frac{0,35}{4} = -0,087$$

b. Kehandalan (*Reliability*)

Tabel 3.
Kehandalan (*Reliability*)

VARIABEL	PRESEPSI	EKSPETASI	GAP
X ₅	4.25	4.36	-0.11
X ₆	4.18	4.15	0.03
X ₇	4.18	4.15	0.03
TOTAL			-0.05

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

$$\text{NilaiGAPrata - rata} = -\frac{0,5}{3} = -0,017$$

c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Tabel 4.
Ketanggapan (*Responsiveness*)

VARIABLE	PRESEPSI	EKSPETASI	GAP
X ₈	3.93	3.91	0.02
X ₉	4.23	4.19	0.04
X ₁₀	4.03	4.05	-0.02
TOTAL			0.04

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

$$\text{NilaiGAPrata - rata} = \frac{0,04}{3} = 0,013$$

d. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)

Tabel 5.
Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)

VARIABEL	PRESEPSI	EKSPETASI	GAP
X ₁₁	4.11	4.09	0.02
X ₁₂	4.21	4.13	0.08
TOTAL			0.1

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

$$\text{NilaiGAPrata - rata} = \frac{0,1}{2} = 0,05$$

e. Empati (*Empathy*)

Tabel 6.
Empati (*Empathy*)

VARIABLE	PRESEPSI	EKSPETASI	GAP
X ₁₃	4.25	4.16	0.09
X ₁₄	4.01	4.06	-0.05
TOTAL			0.04

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

$$\text{NilaiGAPrata - rata} = \frac{0,04}{2} = 0,02$$

E. SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapat pengunjung terhadap kualitas pelayanan Dunia Fantasi sudah baik, hal tersebut terlihat dari hasil

pendapat pengunjung sebanyak 40% berpendapat baik, 60% berpendapat sangat baik.

Hasil perhitungan dari tingkat kepuasan pengunjung terhadap layanan rekreasi Dunia Fantasi berdasarkan dari kelima indikator menunjukkan bahwa indikator *Tangible* (Bukti Fisik) pengunjung sangat puas terhadap fasilitas yang menarik dan sarana prasarana yang nyaman bagi pengunjung, sedangkan pengunjung merasa kurang puas terhadap keamanan wahana permainan dan penampilan karyawan Dunia Fantasi. Indikator *Reliability* (Kehandalan) pengunjung sangat puas terhadap sistem antrian yang sudah tertib dan karyawan yang tidak mengharapkan sesuatu atas jasa yang telah diberikan, sedangkan pengunjung kurang puas terhadap pelayanan karyawan yang tidak cepat dan masih berbelit-belit. Indikator *Responsiveness* (Daya Tanggap) pengunjung sangat puas terhadap karyawan yang cepat tanggap terhadap kebutuhan pengunjung, informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh pengunjung, sedangkan pengunjung kurang puas terhadap karyawan yang tidak sigap dalam kebutuhan pengunjung. Indikator *Assurance* (Jaminan) pengunjung sangat puas terhadap rasa aman dan keselamatan bagi pengunjung dan karyawan yang profesional dan Indikator *Empathy* (Kepedulian) pengunjung sangat puas terhadap sambutan yang ramah oleh karyawan, sedangkan pengunjung merasa kurang puas terhadap karyawan yang tidak memberikan perhatian secara individual (*Customize*).

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia S (2009). *Hubungan Antara Kualitas Berita Dengan Keputusan Untuk Berlangganan Surat Kabar KOMPAS (Studi Kasus: Pelanggan Kompas Wilayah Jakarta)*. Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Imam Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS..* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta. Terjemahan: Benyamin Molan. Indeks.
- Keller, Keagan Kotler,P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Terjemahan: Benyamin Molan. Indeks. Jakarta.
- Lumpiyoadi,R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Marjoko, 2010. *Buku Modul Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI.
- Rangkuti F. (2002). *Creating Effective Marketing Plan*. Jakarta: Salemba Empat
- Salomon L Lithrone, M. Agung Saryatmodan Stephanie Meliana (2009). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rekreasi Dunia Fantasi PT. Taman Impian Jaya Ancol*. Universitas Tarumanegara, Jakarta.
- Surachman Sumawihardja. dkk. (1991) *Intisari Manajemen Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Supardi. (2013). *Aplikasi Statistik Dalam Penelitian*. Jakarta: Change Publication
- Tjiptono Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Wibisono Dermawan. (2006). *Manajemen Kinerja*. Penerbit Erlangga.
- Wahjono,S.I. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wijaya T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks
- Zainal M EQ. (2009). *Mengurai Variable Hingga Instrumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.