

## **Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Perahu dengan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)***

**Mela Nurlatifah<sup>1</sup>; Trisha Gilang Saraswati<sup>2</sup>**

Universitas Telkom Bandung<sup>1,2</sup>

Email : melanrltfh@gmail.com<sup>1</sup>, trishasaraswati@gmail.com<sup>2</sup>

### **ABSTRAK**

TWA Tangkuban Perahu menjadi salah satu destinasi unggulan di Jawa Barat. Dibuktikan dengan banyaknya jumlah pengunjung yang berwisata di TWA Tangkuban Perahu. Namun, pada tahun 2016 hingga 2019 terjadi penurunan jumlah pengunjung dan pendapatan yang diterima. Berkaitan dengan hal itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kinerja dan harapan terkait kualitas pelayanan, harga, dan promosi pada Taman Wisata Alam (TWA) Tangkuban Perahu. Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* jenis *accidental sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan metode *importance performance analysis (IPA)* untuk mengetahui atribut mana saja yang menjadi prioritas untuk diperbaiki dan atribut yang kinerjanya harus dipertahankan. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif, menunjukkan bahwa keseluruhan variabel memiliki skor kinerja yang lebih rendah dibandingkan skor harapan, dan variabel promosi memiliki skor kinerja terendah dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan dan harga. Untuk hasil penelitian metode *importance performance analysis (IPA)*, terdapat dua indikator yang berada pada kuadran A yang harus diperbaiki, dua belas indikator pada kuadran B yang kinerjanya telah berhasil, Sembilan indikator pada kuadran C yang harus ditingkatkan, dan satu indikator berada pada kuadran D yang dianggap berlebihan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi

### **ABSTRACT**

*TWA Tangkuban Perahu is one of the leading destinations in West Java. Evidenced by the number of visitors who visited TWA Tangkuban Perahu. However, in 2016 to 2019 there was a decrease in the number of visitors and income received. In this regard, this research was conducted to study and analyze how to expect and improve the quality of services, prices, and promotions at TWA Tangkuban Perahu. This research uses quantitative methods with the type of descriptive research. Sampling uses non-probability sampling method of accidental sampling type, with the number of respondents as many as 100 people. The data analysis technique used is descriptive analysis and the importance performance analysis (IPA) method to find out which attributes are priorities for improvement and attributes whose performance must be approved. Based on the results of the study using descriptive analysis, it shows that the overall variable has a higher performance score than the expectation score, and the promotion variable has the lowest performance score compared to the service quality and price variables. For the results of the importance performance analysis (IPA)*

*method, there are two indicators that correspond to quadrant A that must be corrected, twelve indicators in quadrant B whose performance has been successful, nine indicators in quadrant C that must be corrected, and one indicator depends on quadrant D which considered excessive.*

*Keywords: Service Quality, Price, Promotion*

## PENDAHULUAN

Bisnis pariwisata menjadi salah satu sektor ekonomi penting di Indonesia karena menjadi penyumbang devisa negara terbesar sejak tahun 2016. CPO (minyak kelapa sawit) menjadi penyumbang devisa terbesar, diikuti oleh sektor pariwisata dan dibawahnya adalah sektor migas (Luturlean dkk., 2019). Dari sekian banyak provinsi di Indonesia, Jawa Barat menjadi salah satu provinsi yang mempunyai potensi wisata yang besar. Ada tiga macam potensi wisata diantaranya potensi wisata kebudayaan, wisata alam dan wisata buatan manusia. Berdasarkan rekaptulasi jumlah kunjungan dan pendapatan PNBPN Taman Wisata Alam wilayah Jabar, selama bulan Januari hingga Agustus 2019, TWA Tangkuban Perahu memperoleh jumlah pendapatan terbanyak dibandingkan TWA lain yang ada di Jawa Barat sehingga TWA Tangkuban Perahu menjadi destinasi favorit di Jawa Barat.

Banyaknya jumlah kunjungan dan pendapatan TWA Gunung Tangkuban Perahu dari tahun 2016 hingga 2019 tercantum pada Tabel 1.

Jika ditinjau lebih rinci lagi, terjadi penurunan jumlah pengunjung yang diikuti penurunan jumlah pendapatan setiap tahunnya dari tahun 2016 hingga 2019 berdasarkan arsip data BBKSDA Jabar yang dapat dilihat pada Tabel 1. Maka dari itu peneliti melakukan pra survey untuk dijadikan sebagai pengukuran kepuasan pengunjung mengenai kinerja dan harapan ditinjau dari kualitas pelayanan, harga, dan promosi kepada 30 orang yang pernah berkunjung ke TWA Tangkuban Perahu.

Hasilnya menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa puas atas kualitas pelayanan di objek wisata. Namun, tidak semua responden merasakan hal yang sama, artinya beberapa responden yang tidak puas merasakan adanya kekurangan mengenai kinerja yang mereka rasakan ketika berwisata.

Pada variabel harga atau lebih tepatnya membahas mengenai tiket masuk TWA Tangkuban Perahu, dapat dikatakan kurang baik karena kebanyakan responden

menjawab tidak puas atas kesesuaian harga dengan kualitas jasa dan manfaat, keterjangkauan harga, dan juga harga tiket dengan objek wisata sejenis.

Mengenai variabel promosi, kebanyakan responden tidak mengetahui adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola dan kebanyakan mengetahui objek wisata dari kerabat terdekat. Hal tersebut menandakan bahwa promosi yang dilakukan belum menyebar secara luas.

Dari hasil survey mengenai kualitas pelayanan, harga, dan promosi dapat ditarik kesimpulan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki peranan penting dalam menentukan tingkat kunjungan dan pendapatan TWA Tangkuban Perahu yang terjadi pada tahun 2016 hingga 2019.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan dilakukan oleh Nursinggih (2017) mengenai Analisis Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten ditinjau dari Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi dengan Metode Analisis Data *Importance Performance Analysis*. Hasilnya menyebutkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh terhadap terciptanya kepuasan pengunjung. Pada objek wisata Umbul Ponggok Klaten, kinerja kualitas pelayanan memiliki nilai yang terendah dibawah kinerja variabel harga dan variabel promosi.

Menimbang fenomena yang terjadi, maka peneliti memutuskan untuk membuat penelitian yang berjudul **Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Perahu dengan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)***.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis: bagaimana kinerja dan harapan variabel kualitas pelayanan TWA Tangkuban Perahu, bagaimana kinerja dan harapan variabel harga TWA Tangkuban Perahu, bagaimana kinerja dan harapan variabel promosi TWA Tangkuban Perahu, dan atribut yang perlu diperbaiki dari TWA Tangkuban Perahu.

## TINJAUAN LITERATUR

### **Kualitas Pelayanan**

Kotler & Keller (2016) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah pernyataan mengenai sikap konsumen terhadap perbandingan antara kinerja dengan harapan. Menurut Parasuraman, dkk, 1998 dalam Lupiyoadi & Hamdani (2006) ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu berwujud (*Tangible*), keandalan (*Reliability*),

daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan dan kepastian (*Assurance*) dan empati (*Empathy*). Kualitas pelayanan umumnya dihasilkan dan diterima konsumen dalam waktu yang bersamaan dan juga menyampaikan nilai tambah seperti kenyamanan, kesenangan, keamanan, ataupun hiburan (Sari, Apriatni, & Widayanto, 2014).

### **Harga**

Harga (*price*) merupakan sebuah dasar penawaran yang ditetapkan sedemikian rupa untuk konsumen agar dapat tertarik untuk membeli dan juga agar mampu bersaing dengan harga terhadap produk pesaing yang sama (Hasan, 2015) . Terdapat empat indikator harga menurut Kotler & Armstrong (2012) yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk, keterjangkauan harga, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Harga secara umum merupakan suatu strategi bagi marketing manajer dalam rangka meningkatkan penjualan. Kebijakan /Strategi dalam menetapkan harga merupakan langkah yang sangat penting, Karena kebijakan harga sangat menentukan kenaikan dan penurunan daya beli konsumen. (Zulkarnaen, 2018)

### **Promosi**

Definisi promosi menurut Hermawan (2013) adalah salah satu bagian yang diutamakan dari bauran pemasaran untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk baru yang dikeluarkan perusahaan untuk membujuk konsumen agar melakukan kegiatan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2016) indikator promosi adalah kualitas promosi, frekuensi promosi, kuantitas promosi, informasi yang jelas, waktu promosi, dan ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi. Promosi merupakan kegiatan menyampaikan nilai lebih sebuah produk dan membujuk calon konsumen agar terjadi pembelian (Putri & Safri, 2015).

### **Kerangka Pemikiran**

Gambaran Kerangka Pemikiran penulis dapat dilihat pada Gambar 1

## **METODE PENELITIAN**

Objek dari penelitian ini yaitu TWA Tangkuban Perahu. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan penelitian bersifat deskriptif karena dapat menyampaikan data secara akurat, sesuai fakta, dan terstruktur sesuai dengan keadaan

sesungguhnya (Rukayat, 2018). Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert (Sugiyono, 2018).

Populasi pada penelitian ini yaitu pengunjung yang berkunjung ke Taman Wisata Alam (TWA) Tangkuban Perahu pada waktu periode penelitian dan penulis menggunakan rumus pengambilan sampel *Bernoulli* hingga diperoleh angka 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Menggunakan teknik sampling *nonprobability sampling* jenis *accidental sampling* (Sugiyono, 2018). Adapun penggunaan teknik analisis data penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan *importance performance analysis (IPA)*.

## HASIL DAN DISKUSI

### Analisis Deskriptif

Analisis ini mempunyai tujuan untuk melihat gambaran dari variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi dan ditemukan hasil pada Tabel 2.

Dapat dilihat dari Tabel 2, untuk variabel Kualitas Pelayanan memiliki kinerja yang termasuk kategori puas dan harapan termasuk kategori penting. Artinya responden menganggap bahwa kinerja kualitas pelayanan yang diberikan oleh TWA Tangkuban Perahu memuaskan berdasarkan indikator-indikator yang telah diajukan di kuesioner namun pengunjung juga memiliki harapan yang dianggap penting bagi mereka dalam hal kualitas pelayanan dan belum terpenuhi

Untuk variabel harga, berdasarkan hasil analisis deskriptif termasuk kategori cukup puas dan harapannya termasuk kategori penting. Hal tersebut menandakan bahwa kinerja variabel harga di TWA Tangkuban Perahu masih perlu dilakukan perbaikan kinerja yang pada kenyataannya belum mencapai harapan dari pengunjung agar dapat meningkatkan kepuasan pengunjung karena komponen dari bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan adalah harga.

Untuk variabel promosi, berdasarkan hasil analisis deskriptif termasuk kategori cukup puas dengan harapan yang termasuk kategori penting. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel promosi menjadi hal yang dianggap penting untuk ditingkatkan karena adanya harapan yang lebih dari responden. Selain itu, variabel promosi menjadi variabel yang tingkat kinerjanya paling rendah dibandingkan variabel lainnya.

## Analisis GAP

Analisis kesenjangan (gap) dipakai guna menunjukkan kesenjangan antara kinerja dengan harapan konsumen terhadap sebuah produk layanan. Gap positif (+) ditemukan apabila nilai kinerja lebih besar dibandingkan nilai harapan, begitupun sebaliknya gap negatif (-) ditemukan jika nilai kinerja kurang dari nilai harapan. Tabel 3 berikut merupakan hasil analisis gap terkait variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi.

Nilai Gap tertinggi dilihat dari variabel yaitu variabel harga dengan nilai -0,83 dan tingkat kesesuaian 78,59% artinya pengunjung mempunyai harapan mengenai indikator-indikator pada variabel harga lebih tinggi dibandingkan dengan kinerjanya. Dan nilai gap terendah yaitu variabel kualitas pelayanan dengan nilai -0,55 dan tingkat kesesuaian 86,42% artinya pihak pengelola telah memiliki kinerja yang baik sehingga kesenjangan antara harapan pengunjung dan kinerja tidak lebih besar dari variabel lain.

### *Importance Performance Analysis (IPA)*

Dalam metode IPA dibutuhkan pengukuran tingkat kesesuaian agar dapat melihat persepsi kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar perusahaan mampu mengerti keinginan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan (Nugraha, Harsono, & Adiarto, 2014). Hasil penelitian ditunjukkan pada Grafik 1.

#### a. Kuadran A (prioritas utama)

Indikator dalam kuadran A mempunyai tingkat harapan yang tinggi dari pengunjung tetapi kinerja yang diberikan masih rendah sehingga pihak pengelola harus memprioritaskan peningkatan kinerja. Indikator yang termasuk didalamnya yaitu:

- 1) Harga tiket yang dibayarkan sesuai dengan kualitas jasa yang diterima pengunjung
- 2) Biaya tiket masuk sesuai dengan manfaat yang dirasakan pengunjung.

#### b. Kuadran B (pertahankan prestasi)

Indikator yang terdapat pada kuadran B mempunyai kinerja yang baik dan harapan yang tinggi dari pengunjung sehingga kinerjanya perlu dipertahankan. Indikator yang termasuk didalamnya yaitu:

- 1) papan keterangan yang disediakan informatif
- 2) pengunjung merasa terjamin keamanannya dalam berwisata
- 3) para pegawai memberikan perhatian maupun rasa peduli saat memberikan pelayanan

- 4) para pegawai ramah dalam melayani pengunjung
- 5) pengunjung merasa nyaman saat berwisata
- 6) pusat informasi memberikan informasi lebih
- 7) kualitas fasilitas yang tersedia di objek wisata baik
- 8) keluhan pengunjung ditangani dengan baik oleh pegawai
- 9) kelengkapan sarana dan prasarana yang tersedia
- 10) pegawai berpenampilan rapi dan bersih
- 11) kebersihan objek wisata secara keseluruhan
- 12) pengelola maupun pegawai mampu memberikan rasa percaya pada pengunjung

c. Kuadran C (prioritas rendah)

Tidak perlu diprioritaskan oleh pihak pengelola atau dianggap tidak terlalu penting karena kinerja yang diberikan tidak terlalu istimewa dan harapan pengunjung pun rendah. Indikator yang termasuk didalamnya yaitu:

- 1) harga tiket bersaing jika dibandingkan dengan objek wisata sejenis
- 2) promosi mudah ditanggapi
- 3) harga tiket masuk terjangkau
- 4) promosi yang ditampilkan sesuai dengan apa yang diberikan
- 5) memberikan kejelasan informasi pada promosi
- 6) promosi yang dilakukan menarik minat berkunjung
- 7) promosi langsung kepada pengunjung atau calon pengunjung
- 8) saya sering melihat promosi yang dilakukan oleh pengelola tangkuban perahu
- 9) seringnya memberikan tawaran-tawaran promosi

d. Kuadran D (berlebihan)

Indikator pada kuadran D memiliki kinerja yang dianggap berlebihan sedangkan harapan pengunjung rendah sehingga perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya untuk indikator lain yang prioritas perbaikannya lebih tinggi. Indikator yang termasuk didalamnya yaitu:

- 1) Lokasi objek wisata mudah dicapai.

## SIMPULAN

Dari hasil analisa yang telah dijabarkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pada variabel kualitas pelayanan di Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Perahu memiliki kinerja yang termasuk kategori puas dengan skor 69,5% dan memiliki harapan yang dianggap penting dengan skor 80,4%. Artinya kualitas pelayanan yang ada memuaskan namun belum memenuhi harapan dari pengunjung.
2. Pada variabel harga di Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Perahu memiliki kinerja yang termasuk kategori cukup puas dengan skor 61% dan memiliki harapan yang dianggap penting dengan skor 77,6%. Artinya dengan harga yang ditawarkan, belum memberikan kinerja yang sepenuhnya memuaskan.
3. Pada variabel promosi di Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Perahu memiliki kinerja yang termasuk kategori cukup puas dengan skor 57,9% dan memiliki harapan yang dianggap penting dengan skor 73,6%. Artinya promosi yang dilakukan belum memenuhi harapan dari pengunjung.
4. Analisis dengan metode *importance performance analysis (IPA)* diperoleh hasil bahwa atribut yang perlu diperbaiki dari Taman Wisata Alam (TWA) Gunung Tangkuban Perahu yaitu kuadran A (prioritas utama), dimana pihak pengelola harus memprioritaskan peningkatan kinerja. Indikator yang termasuk didalamnya yaitu: harga tiket yang dibayarkan sesuai dengan kualitas jasa yang diterima pengunjung dan biaya tiket masuk sesuai dengan manfaat yang dirasakan pengunjung.

## SARAN

Adapun saran yang peneliti dapat berikan terkait dengan hasil analisis yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan atribut yang perlu diperbaiki mengenai kesesuaian harga dengan manfaat, maka perlu adanya penambahan manfaat bagi pengunjung dengan harga tiket yang telah ditetapkan agar memberikan kepuasan pengunjung, dapat berupa layanan *tour guide* agar pengunjung paham nilai sebuah wisata, mendapatkan ilmu mengenai sejarah Gn. Tangkuban Perahu, cerita legenda yang ada seperti sangkuriang, dan adat istiadat setempat. Sehingga selain mendapatkan manfaat menikmati pemandangan alam, pengunjung juga memperoleh manfaat lain seperti yang telah disebutkan.



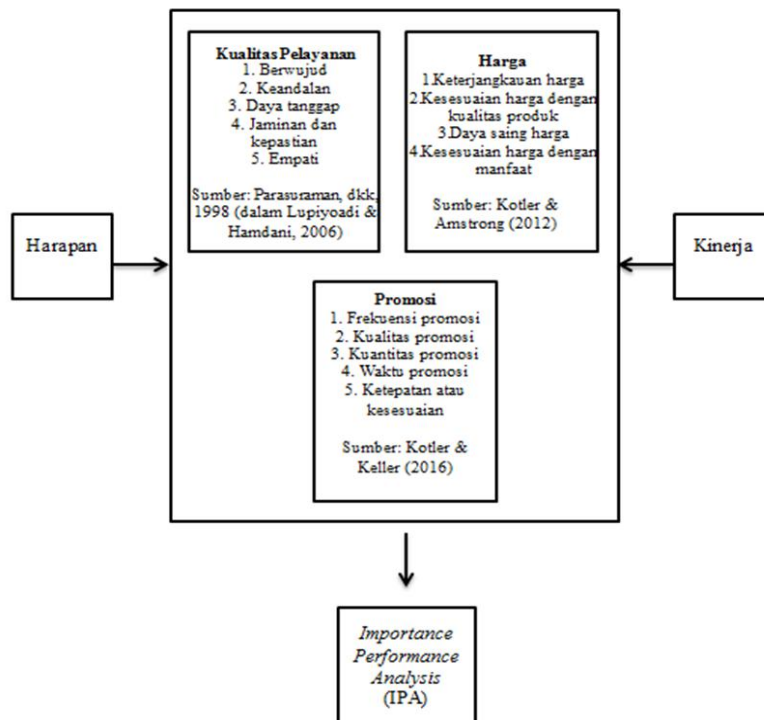
2. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan atribut yang perlu diperbaiki mengenai kesesuaian harga dengan kualitas jasa, maka perlu adanya peningkatan kualitas jasa dengan menambah atraksi wisata, meningkatkan kualitas SDM pegawai, dan memberikan brosur lengkap mengenai objek-objek apa saja yang ada di TWA Tangkuban Perahu sehingga pengunjung dapat merasakan kualitas jasa yang telah diberikan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hermawan, A. (2013). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. Unite State: Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luturlean, B. S., Sukmadi, Kalsum, E. U., Maulina, L., & Arifin, D. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora.
- Nugraha, R., Harsono, A., & Adianto, H. (2014). Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel "X" Berdasarkan Hasil Matriks Importance Performance Analysis (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 224.
- Nursinggih, T. R. (2017). ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA UMBUL PONGGOK KLATEN DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7, 10.
- Putri, R. S., & Safri, I. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 303.
- Rukayat, Y. (2018). Kualitas Pelayanan Publik Bidang Administrasi Kependudukan di Kecamatan Pasirjambu. *Jurnal Ilmiah Magister Administrasi*, 59.
- Sari, E. P., Apriatni, & Widayanto. (2014). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dilihat dari Dimensi Kualitas Pelayanan dan Harga PT. GARUDA INDONESIA AIRLINES (PERSERO), TBK KANTOR CABANG SEMARANG. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 3.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

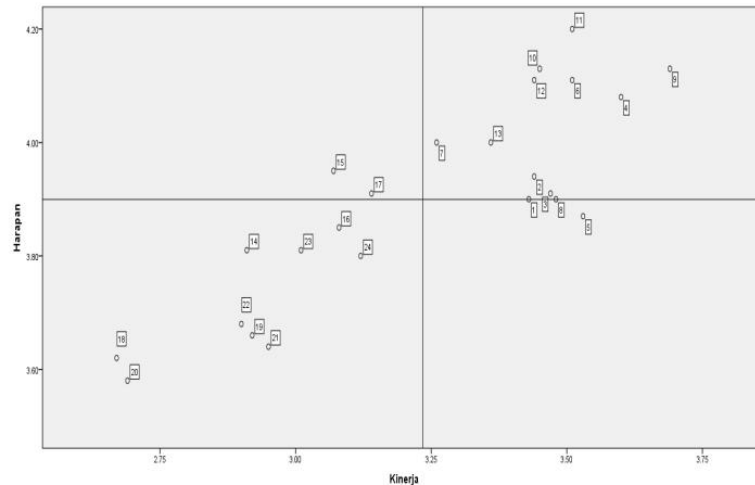
Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128

**GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL**



**Gambar 1 Kerangka Pemikiran**

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2020



**Grafik 1. Diagram Kartesius Analisis Kuadran**

Sumber: Olahan data peneliti, 2020

**Tabel 1. Rekapitulasi Jumlah Kunjungan dan Pendapatan Pnbp TWA Gunung Tangkuban Perahu**

Tahun	Jenis pungutan karcis							Jumlah (Rp)
	Wisnu	wisman	Wisnu Romb	Roda 2	Roda 4	Roda 6	Sepeda	
2016	1.374.463	86.695	137.620	112.194	195.201	11.512	581	23.218.692.500
2017	1.279.945	67.600	135.801	101.182	185.380	10.393	443	20.260.249.000
2018	1.136.036	55.472	138.023	89.959	167.723	9.734	433	17.525.802.000
2019	666.025	21.273	87.843	60.774	92.682	5.662	346	8.960.137.000

Sumber : Arsip data BBKSDA Jawa Barat

**Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif**

Nomor	Variabel	Kinerja		Harapan	
		%	Kategori	%	Kategori
1	Kualitas Pelayanan	69,5%	Puas	80,4%	Penting
2	Harga	61%	Cukup puas	77,6%	Penting
3	Promosi	57,9%	Cukup puas	73,6%	Penting

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2020

**Tabel 3. Analisis GAP Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi**

Nomor	Variabel	Rata-rata		GAP	Tingkat Kesesuaian
		Kinerja	Harapan		
1	Kualitas Pelayanan	3,74	3,76	-0,55	86,42%
2	Harga	3,05	3,88	-0,83	78,59%
3	Promosi	2,89	3,68	-0,79	78,51%

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2020