

ANALISIS PERSEPSI KEPUASAN PENGUNJUNG DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA PASCA REVITALISASI DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH

Nico¹, Imam Ardiansyah²
Universitas Bunda Mulia^{1,2}
niconic1801@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Kepuasan Pengunjung Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Pasca Revitalisasi di Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan kuesioner sebagai bahan pengumpulan data. Sampel dalam penelitian ini menggunakan 100 responden wisatawan yang mengunjungi Taman Mini Indonesia Indah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan oleh Taman Mini Indonesia Indah kepada wisatawan terhadap kepuasan wisatawan dalam dimensi amenitas sebesar 70%, dimensi aksesibilitas sebesar 73%, dimensi atraksi sebesar 70%, dimensi ancillary sebesar 72%. Selanjutnya menggunakan Analisis *Importance Performance Analysis* sebagai tolak ukur bagi pengelola dan peneliti pariwisata. Dengan analisis ini, pengelola dapat mengevaluasi kualitas dari objek wisata dan memberikan panduan berharga mengenai bidang apa saja yang memerlukan perbaikan dan yang perlu dipertahankan. Kesimpulan, berdasarkan analisis menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA), wisatawan merasa cukup puas dengan pelayanan di Taman Mini Indonesia Indah, terutama dalam dimensi aksesibilitas (73%), amenitas (70%), atraksi (70%), dan ancillary (72%). Namun, terdapat beberapa atribut yang perlu diperbaiki, seperti ketersediaan angkutan keliling dan variasi atraksi, agar meningkatkan kepuasan pengunjung. Analisis gap menunjukkan bahwa atribut dengan nilai gap terbesar (-0,88) adalah ketersediaan restoran, yang harus menjadi prioritas utama dalam perbaikan.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Persepsi Kepuasan Pengunjung, Revitalisasi.

ABSTRACT

This study aims to analyze Visitor Satisfaction in Increasing Post-Revitalization Tourism Attractions at Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta. This study uses a quantitative approach method with a questionnaire as a data collection material. The sample in this study used 100 tourist respondents who visited Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta. The sampling technique used Non-probability Sampling with the Accidental Sampling method. Then the data analysis technique used instrument testing, Customer Satisfaction Index testing, Importance Performance Analysis testing, gap analysis and then depicted in a Cartesian diagram and processed using IBM SPSS Statistics 22 and Microsoft Excel 2019 software. The results of the study show that the performance provided by Taman Mini Indonesia Indah to tourists regarding tourist satisfaction in the amenity dimension is 70%, the accessibility dimension is 73%, the attraction dimension is 70%, the ancillary dimension is 72%. Furthermore, using Importance Performance Analysis as a benchmark

for tourism managers and researchers. With this analysis, managers can evaluate the quality of tourist attractions and provide valuable guidance on what areas need improvement and what needs to be maintained. Conclusion, based on the analysis using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA), tourists feel quite satisfied with the service at Taman Mini Indonesia Indah, especially in the dimensions of accessibility (73%), amenities (70%), attractions (70%), and ancillary (72%). However, there are several attributes that need to be improved, such as the availability of transportation and variety of attractions, in order to increase visitor satisfaction. Gap analysis shows that the attribute with the largest gap value (-0.88) is the availability of restaurants, which should be a top priority in improvement.

Keywords: *Perception of Visitor Satisfaction, Revitalization, Tourist Attraction.*

PENDAHULUAN

Menurut Sentanu & Mahadiansar (2020) pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan atau dilaksanakan di suatu tempat ke tempat yang lain dengan maksud mencari kesenangan diri maupun memenuhi kebutuhan seorang individu atau kelompok. Menurut Sunjayadi (2019) Peran komunitas atau Masyarakat ini sangat penting terutama masyarakat yang tinggal di daerah tujuan wisata atau objek wisata. Menurut beliau, Ilmu pariwisata ini menyangkut banyak cakupan diantaranya mempelajari strategi dan pengembangan objek wisata agar bisa bertahan dalam waktu jangka Panjang. Selain peran dari Masyarakat atau komunitas, peran pemerintah dan pihak pengelola ikut andil dalam Pembangunan dan menggerakkan kegiatan pariwisata di wilayah tersebut. Selain itu, objek wisata merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan daya tarik kunjungan ke tempat tersebut.

Pengembangan pariwisata secara tidak langsung meningkatkan aktivitas ekonomi dan menghasilkan kemakmuran suatu negara. Dengan begitu, aktivitas pariwisata juga meningkatkan sektor industry lainnya hingga bisa dikatakan bahwa pariwisata memberikan efek. Pariwisata di Indonesia sangat berpotensi besar untuk

dijadikan sebagai industri yang menyalurkan banyak sisi positif dalam hal kemajuan ekonomi, sosial, budaya, politik, dan lingkungan (Manaloe, 2020). Dalam pengembangannya, sektor pariwisata ini mengalami perubahan trend yang sangat cepat. Maka dari itu, pariwisata dimasa kini sudah banyak menemukan dan merekonstruksi kembali objek-objek wisata yang sekiranya bisa menjadi daya tarik baru di sektor pariwisata dan diharapkan bisa menjadi trend baru dalam sektor ini agar mendapat banyak perhatian dan bisa terus berkembang untuk kedepannya.

Ketika sebuah objek wisata sudah mengalami fase *decline*, peran revitalisasi sangat diperlukan agar bisa menghidupkan kembali objek wisata tersebut dengan menghadirkan atraksi baru. Revitalisasi sering dianggap hal baru karena biasanya digunakan dalam konteks pengembangan ekonomi. Revitalisasi merupakan suatu Upaya dalam menghidupkan kembali suatu kawasan yang pernah hidup namun mengalami kemunduran/degradasi (Nurani et al., 2019). Kegiatan revitalisasi ini memiliki banyak cara, dimulai dari membangun kembali atau meningkatkan infrastruktur yang sudah ada, menambahkan atraksi untuk mendapatkan kembali daya tarik wisatawan, memberikan fasilitas yang

lebih banyak dan lebih baik guna meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung. Revitalisasi tidak harus dengan merubah segala isi dari sebuah objek wisata demi mendapat pengalaman baru, karena dengan merubah semua isi dari sebuah objek wisata, wisata tersebut bisa saja kehilangan ciri khasnya. Cukup dengan meningkatkan isi dari sebuah objek wisata sudah cukup agar bisa digunakan dengan maksimal/semestinya.

Menurut Diah Peni Sudarsih selaku *Human Capital Talent Acquisition & Development* Taman Mini Indonesia Indah, adanya perubahan besar yang dilakukan Taman Mini Indonesia Indah dimulai dari menjadikan Taman Mini Indonesia Indah menjadi lahan hijau terbuka dan mengambil tema *Eco-Park*. Dengan 70% yang sudah diubah menjadi lahan hijau, hanya terdapat 30% bangunan yang ada di objek wisata ini. Salah satu contoh yang bisa dilihat yaitu dihilangkannya pagar penghalang dari setiap anjungan menjadi pagar tumbuhan dan setiap fasilitas- fasilitas yang ada di Taman Mini Indonesia Indah agar dapat memaksimalkan objek wisata menjadi *Eco-Park*.

Dari pemaparan di atas, bisa disimpulkan bahwa sebuah atraksi akan menarik jika memiliki pemandangan yang indah, keunikan konsep, dan kesenian yang memiliki nilai seni dan edukasi kepada wisatawan. Taman Mini Indonesia Indah sendiri memiliki hal -

hal tersebut dimulai dari sungai yang di lahannya dibuat dari refrensi letak wilayah Indonesia dari sabang sampai Merauke, museum yang memiliki seni dan edukasi yang mempresentasikan Sejarah adanya Listrik, transportasi dan lain sebagainya. Taman Indonesia juga memiliki tempat ibadah sebagai representasi agama – agama yang ada di Indonesia serta Sejarah bagaimana agama tersebut masuk ke negara Indonesia. Taman Mini Indonesia juga menyediakan taman satwa yang mempresentasikan hewan yang bisa ditemukan di Indonesia di dalam Taman burung, taman reptil, dan dunia air tawar. Selain itu juga, ada atraksi tari daerah dari beberapa anjungan agar wisatawan teredukasi mengenai tarian daerah setiap provinsi di Indonesia.

Data peneliti yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik dan pihak TMII secara langsung, bahwa ada pertumbuhan dari per tahun 2022 hingga per tahun 2023 sebanyak 2.362.956 juta wisatawan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif deskriptif. Sampel dalam penelitian ini menggunakan 100 responden wisatawan yang mengunjungi Taman Mini Indonesia Indah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner.

HASIL PENELITIAN

Kajian Data

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Kepentingan			Kinerja		
	R ^{Hitung}	R ^{Tabel}	Keterangan	R ^{Hitung}	R ^{Tabel}	Keterangan
Amenity						
1	0,905	0,361	Valid	0,798	0,361	Valid
2	0,926	0,361	Valid	0,832	0,361	Valid
3	0,930	0,361	Valid	0,751	0,361	Valid
4	0,807	0,361	Valid	0,827	0,361	Valid

No	Kepentingan			Kinerja		
	R _{Hitung}	R _{Tabel}	Keterangan	R _{Hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
5	0,826	0,361	Valid	0,669	0,361	Valid
6	0,910	0,361	Valid	0,763	0,361	Valid
7	0,818	0,361	Valid	0,715	0,361	Valid
Aksesibilitas						
8	0,942	0,361	Valid	0,851	0,361	Valid
9	0,893	0,361	Valid	0,797	0,361	Valid
10	0,935	0,361	Valid	0,876	0,361	Valid
11	0,952	0,361	Valid	0,811	0,361	Valid
12	0,970	0,361	Valid	0,865	0,361	Valid
Atraksi						
13	0,874	0,361	Valid	0,833	0,361	Valid
14	0,863	0,361	Valid	0,908	0,361	Valid
15	0,940	0,361	Valid	0,872	0,361	Valid
16	0,890	0,361	Valid	0,883	0,361	Valid
17	0,927	0,361	Valid	0,844	0,361	Valid
Ancillary						
18	0,860	0,349	Valid	0,919	0,349	Valid
19	0,932	0,349	Valid	0,670	0,349	Valid
20	0,914	0,349	Valid	0,861	0,349	Valid
21	0,884	0,349	Valid	0,895	0,349	Valid

Sumber: Data Primer

Tabel di atas menunjukkan semua indikator atribut pertanyaan dari faktor amenitas, aksesibilitas, atraksi dan ancillary (layanan tambahan di objek wisata) dikatakan valid karena nilai R yang terhitung melebihi dari R tabel. Syarat agar sebuah indikator atribut bisa dikatakan valid ketika nilai R yang

terhitung > R tabel. Dengan total 30 responden, nilai R tabel m > 0,361 maka sebuah instrument dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Berikut akan dipaparkan hasil uji reliabilitas dari nilai kepentingan dan kinerja dalam bentuk tabel di bawah:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Kepentingan		Kinerja	
Cronbach's alpha	Informasi	Cronbach 'Alpha	Informasi
Amenitas			
0,946	Valid	0,871	Valid
Aksesibilitas			
0,965	Valid	0,894	Valid
Atraksi			
0,938	Valid	0,917	Valid
Ancillary			
0,918	Valid	0,859	Valid

Sumber: Data Primer

Berdasarkan hasil pengujian di atas, telah diketahui bahwa hasil menunjukkan dimensi dari daya tarik wisata memiliki *Cronbach Alpha* dengan angka 0,946 untuk dimensi amenitas, 0,965 untuk dimensi aksesibilitas, 0,938

untuk dimensi atraksi dan 0,918 untuk dimensi ancillary yang berada di atas angka 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua dimensi tersebut dinyatakan variabel.

Uji Customer Satisfaction Index

Uji *Customer Satisfaction Index* ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap dimensi

daya tari. Berikut akan dipaparkan uji *Customer Satisfaction Index* menggunakan aplikasi excel 2019:

Tabel 3. Hasil Uji CSI

Atribut	MSI	MSS	Wfi	Wsi	Csi	Keterangan
Amenitas						
1. Ketersediaan rest area	4,1	3,67	0,15	0,54		
2. Ketersediaan lahan parkir	3,89	3,61	0,14	0,50		
3. Ketersediaan restoran	3,95	3,07	0,14	0,43		
4. Ketersediaan toko suvenir	3,65	3,59	0,13	0,47	70%	Puas
5. Kebersihan toilet	4,08	3,65	0,15	0,53		
6. Kebersihan lingkungan	4,17	3,86	0,15	0,58		
7. Ketersediaan angkutan keliling	4,08	3,21	0,15	0,47		
Aksesibilitas						
8. Kondisi jalan menuju objek wisata	4,09	3,78	0,20	0,77		
9. Kemudahan mengakses transportasi umum	4	3,58	0,20	0,71		
10. kondisi jalan untuk pejalan kaki di objek wisata	4,05	3,78	0,20	0,76	73%	Puas
11. Kondisi jalan untuk kendaraan di objek wisata	3,95	3,68	0,20	0,72		
12. Ketersediaan papan informasi di objek wisata	4,05	3,35	0,20	0,67		
Atraksi						
13. Variasi atraksi	4,09	3,51	0,21	0,73	70%	Puas
14. Daya tarik dari atraksi berbayar	3,71	3,33	0,19	0,63		
15. Kelengkapan informasi mengenai barang bersejarah di museum	3,96	,59	0,20	0,73		
16. Daya tarik dari atraksi gratis	3,81	3,65	0,19	0,71		
17. Kelengkapan informasi mengenai barang bersejarah di anjungan	3,97	3,53	0,20	0,72		
Ancillary						
18. Ketersediaan pusat informasi	4,11	3,62	0,25	0,91		
19. Ketersediaan tempat ibadah	4,2	3,74	0,26	0,96	72%	Puas
20. Ketersediaan tour guide	3,99	3,34	0,24	0,82		
21. Kelengkapan informasi website resmi objek wisata	4,03	3,63	0,25	0,90		

Sumber: Data Primer

Table 4. Indikasi Nilai Skor CSI

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80,99%	Puas
3	51% - 65,99%	Cukup puas
4	35% - 50,99%	Kurang puas
5	0% - 34,99%	Tidak puas

Sumber: Penelitian Terdahulu

Berdasarkan persepsi wisatawan mengenai level kepuasan dari dimensi di atas, dan dipaparkan dari tabel penilaian *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu: (1). Wisatawan puas dengan komponen Amenitas dengan nilai 70%; (2). Wisatawan puas dengan komponen Aksesibilitas dengan nilai 73%; (3).

Wisatawan puas dengan komponen Atraksi dengan nilai 70%; (4). Wisatawan puas dengan komponen Layanan Ancillary dengan nilai 72%

Penelitian ini menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* untuk mengukur tingkat kepuasan dari wisatawan. Dari data yang dipaparkan,

hasil dari *Customer Satisfaction Index* bisa diketahui bahwa komponen dari 4A di atas masuk dalam kategori puas yang berarti responden merasa puas dengan komponen-komponen di atas.

Uji *Importance Performance Analysis* (IPA)

Uji *Importance Performance*

Analysis bertujuan untuk mengetahui atribut mana yang harus ditingkatkan dan atribut mana yang harus dipertahankan. Berikut akan dipaparkan hasil uji *Importance Performance Analysis* menggunakan aplikasi Excel 2019 dan penggambaran tabel diagram menggunakan aplikasi SPSS versi 22.

Tabel 5. Hasil Uji IPA

Atribut	Indikator Pertanyaan	Kinerja (x)	Kepentingan(y)
1	Ketersediaan rest area	3,67	4,1
2	Ketersediaan lahan parkir	3,61	3,89
3	Ketersediaan restoran	3,07	3,95
4	Ketersediaan toko souvenir	3,59	3,65
5	Kebersihan toilet	3,65	4,08
6	Kebersihan lingkungan	3,86	4,17
7	Ketersediaan angkutan keliling	3,21	4,08
8	Kondisi jalan menuju objek wisata	3,78	4,09
9	Kemudahan mengakses transportasi umum	3,58	4
10	Kondisi jalan untuk pejalan kaki di objek wisata	3,78	4,05
11	Kondisi jalan untuk kendaraan di objek wisata	3,68	3,95
12	Ketersediaan papan informasi di objek wisata	3,35	4,05
13	Variasi atraksi	3,51	4,09
14	Daya tarik dari atraksi berbayar	3,33	3,71
15	Kelengkapan informasi mengenai barang bersejarah di museum	3,59	3,96
16	Daya tarik dari atraksi gratis	3,65	3,81
17	Kelengkapan informasi mengenai barang bersejarah di anjungan	3,53	3,97
18	Ketersediaan pusat informasi	3,62	4,11
19	Ketersediaan tempat ibadah	3,74	4,2
20	Ketersediaan tour guide	3,34	3,99
21	Kelengkapan informasi website resmi objek wisata	3,63	4,03

Sumber: Data Primer

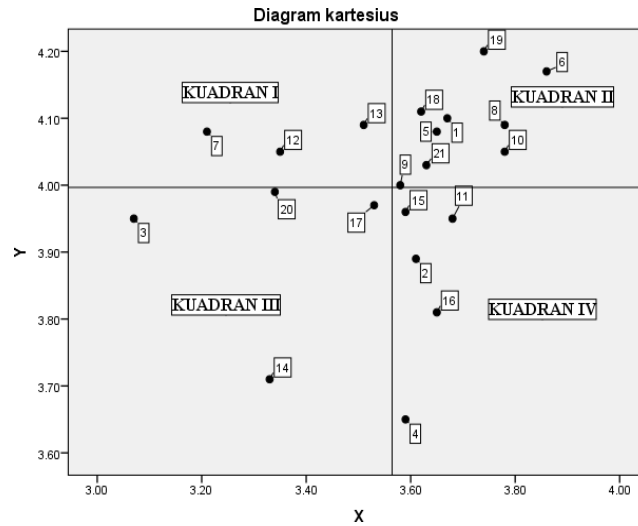
Berdasarkan tabel yang telah dipaparkan mengenai *Importance Performance Analysis*, atribut yang memiliki kinerja yang sangat bagus menurut responden yaitu pada atribut 6 dengan skor 3,86 yang menyatakan bahwa kebersihan lingkungan Taman Mini Indonesia Indah sudah terjaga dengan baik. Karena Taman Mini Indonesia sudah merubah konsep menjadi Eco-park maka dari itu, pihak

pengelola lebih berfokus untuk menjaga lingkungan area Taman Mini Indonesia Indah. Sebaliknya, atribut dengan kinerja yang paling minim terdapat pada atribut 3 dengan skor 3,07 berdasarkan persepsi wisatawan, ketersediaan restoran di area Taman Mini Indonesia Indah terlalu sedikit dan tidak tersebar merata.

Diagram Kartesius

Berikutnya, kalkulasi dari perhitungan tabel di atas akan dikonversikan pada diagram kartesius, dengan nilai rata-rata total kinerja (X)

3,56 dan nilai rata-rata total harapan (Y) 3,99. Bisa dilihat bahwa ada 3 atribut pada Kuadran I, 9 atribut di Kuadran II, 4 Atribut di Kuadran III, dan 5 atribut di Kuadran IV.



Gambar 1. Diagram Kartesius
Sumber: Data Primer

Keterangan :

X= Kinerja Y= Harapan

Tabel 6. Indikasi Pertanyaan Atribut

Atribut	Indikator Pertanyaan
1	Ketersediaan rest area
2	Ketersediaan lahan parkir
3	Ketersediaan restoran
4	Ketersediaan toko souvenir
5	Kebersihan toilet
6	Kebersihan lingkungan
7	Ketersediaan angkutan keliling
8	Kondisi jalan menuju objek wisata
9	Kemudahan mengakses transportasi umum
10	Kondisi jalan untuk pejalan kaki di objek wisata
11	Kondisi jalan untuk kendaraan di objek wisata
12	Ketersediaan papan informasi di objek wisata
13	Variasi atraksi
14	Daya tarik dari atraksi berbayar
15	Kelengkapan informasi mengenai barang bersejarah di museum
16	Daya tarik dari atraksi gratis
17	Kelengkapan informasi mengenai barang bersejarah di anjungan
18	Ketersediaan pusat informasi
19	Ketersediaan tempat ibadah
20	Ketersediaan tour guide
21	Kelengkapan informasi website resmi objek wisata

Sumber: Data Primer

Kuadran I: Prioritas

Di Kuadran ini, tingkat kepentingan sangat tinggi namun tingkat kinerja yang diberikan masih rendah. Hasil menunjukkan bahwa responden masih menanggapi atribut-atribut untuk penting namun kinerja yang dinilai masih mengindikasikan tidak puas. Oleh karena itu, masih perlu dilakukan peningkatan kinerja pada atribut tersebut. Atribut yang termasuk dalam Kuadran ini adalah atribut 7, 12, 13.

Kuadran II: Mempertahankan Kinerja

Pada kuadran ini, tingkat kepentingan dan kinerja tinggi. Hasil menunjukkan bahwa dalam kuadran ini, responden menanggapi atribut ini penting dan kinerjanya dinilai memuaskan sehingga kinerja pada atribut ini hanya perlu ditingkatkan atribut yang termasuk dalam Kuadran ini adalah atribut 1, 5, 6, 8, 9, 10, 18, 19.

Kuadran III: Prioritas Menengah ke Bawah

Pada kuadran ini, tingkat kepentingan dan kinerja tinggi namun masih hasil yang dirasakan masih di bawah rata-rata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat wisatawan terhadap produk atau jasa yang diterima sudah tinggi namun terlaksana dengan optimal. Atribut yang termasuk dalam Kuadran ini adalah atribut 3, 14, 17, 20.

Kuadran IV: Berlebihan

Menurut responden, atribut dari

Kuadran ini merupakan atribut yang tingkat pengaruhnya terhadap wisatawan signifikan dan dianggap kurang diperlukan oleh wisatawan, atribut yang termasuk dalam Kuadran ini adalah atribut 2, 4, 11, 15, 16.

Penelitian ini sejalan dengan pemahaman yang sudah ada dan perlu adanya penyelidikan lebih lanjut. Penelitian menurut Ardiansyah et al., (2023) yang dilakukan di Taman Mangrove Angke Kapuk. Di sebutkan bahwa tingkat kepuasan wisatawan berada pada kategori puas dengan ketersediaan atraksi menjadi hal yang harus dipertahankan oleh objek wisata guna meningkatkan kepuasan wisatawan ketika berkunjung ke objek wisata. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Pantiyasa & Prabawati (2020) cukup bertentangan dengan penelitian ini karena disebutkan pada Kuadran IV, atribut seperti kebersihan lingkungan dan keandalan *tour guide* dalam memandu dinilai terlalu berlebihan karena untuk sebuah objek wisata, *tour guide* dan kebersihan lingkungan merupakan prioritas utama dalam membangun citra destinasi dan meningkatkan pemahaman serta meningkatkan kepuasan berkunjung seorang wisatawan.

Gap Analysis

Gap analysis bertujuan untuk mengetahui atribut mana yang perlu dikembangkan dalam urutan prioritas. Berikut akan diberikan tabel *Gap Analysis* menggunakan bantuan dari Excel 2019:

Tabel 7. Hasil *Gap Analysis*

Kode	Keterangan Atribut	Harapan	Kinerja	Nilai Gap
P3	Ketersediaan restoran	3,95	3,07	-0,88
P7	Ketersediaan angkutan keliling	4,08	3,21	-0,87
P12	Ketersediaan papan informasi di objek wisata	4,05	3,35	-0,7
P20	Ketersediaan <i>tour guide</i>	3,99	3,34	-0,65
P13	Variasi atraksi	4,09	3,51	-0,58
P18	Ketersediaan pusat informasi	4,11	3,62	-0,49
P19	Ketersediaan tempat ibadah	4,2	3,74	-0,46

Kode	Keterangan Atribut	Harapan	Kinerja	Nilai Gap
P17	Kelengkapan informasi mengenai barang bersejarah di anjungan	3,97	3,53	-0,44
P5	Kebersihan toilet	4,08	3,65	-0,43
P1	Ketersediaan rest area	4,1	3,67	-0,43
P9	Kemudahan mengakses transportasi umum	4	3,58	-0,42
P21	Kelengkapan informasi website resmi objek wisata	4,03	3,63	-0,4
P14	Daya tarik dari atraksi berbayar	3,71	3,33	-0,38
P15	Kelengkapan informasi mengenai barang bersejarah di museum	3,96	3,59	-0,37
P6	Kebersihan lingkungan	4,17	3,86	-0,31
P8	Kondisi jalan menuju objek wisata	4,09	3,78	-0,31
P2	Ketersediaan lahan parkir	3,89	3,61	-0,28
P10	Kondisi jalan untuk pejalan kaki di objekwisata	4,05	3,78	-0,27
P11	Kondisi jalan untuk kendaraan di objek wisata	3,95	3,68	-0,27
P16	Daya tarik dari atraksi gratis	3,81	3,65	-0,16
P4	Ketersediaan toko souvenir	3,65	3,59	-0,06

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel yang telah diurutkan, atribut 3 yang menyatakan ketersediaan restoran memiliki nilai gap paling besar dengan skor -0,88 dan nilai gap terkecil terdapat pada atribut 4 menyatakan ketersediaan toko souvenir sebesar -0,06. Diharapkan dengan adanya tabel gap antara kinerja dan harapan, Taman Mini Indonesia Indah bisa memprioritaskan atribut apa saja yang perlu ditingkatkan dan atribut apa saja yang cukup dipertahankan untuk menjaga kinerja objek wisata.

PEMBAHASAN

Pembahasan analisis persepsi kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah (TMII) setelah revitalisasi mengacu pada dua metode, yakni *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan berada pada tingkat yang cukup memadai dalam berbagai dimensi yang dievaluasi, seperti amenities, aksesibilitas, atraksi, dan layanan tambahan (ancillary), dengan kepuasan tertinggi pada

aksesibilitas (73%) dan ancillary (72%)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung pada dimensi-dimensi tertentu. Hasil analisis menunjukkan bahwa wisatawan puas dengan ketersediaan fasilitas umum, meskipun ada beberapa area yang perlu diperbaiki, seperti ketersediaan angkutan keliling dan variasi atraksi. Angkutan keliling yang lebih memadai akan memudahkan pengunjung berpindah lokasi di dalam taman, sementara penambahan variasi atraksi akan memperkaya pengalaman wisatawan

Importance Performance Analysis (IPA) membantu untuk memprioritaskan area yang memerlukan perbaikan. Berdasarkan hasil IPA, terdapat beberapa atribut yang berada di kuadran yang berbeda. Atribut di kuadran I, yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki, antara lain ketersediaan restoran, angkutan keliling, dan variasi atraksi. Restoran, yang menjadi kebutuhan dasar pengunjung, mencatatkan nilai gap tertinggi (-0,88), mengindikasikan ketidakpuasan terbesar Atribut-atribut di

kuadran II, seperti kebersihan lingkungan dan fasilitas toilet, memiliki performa yang sudah baik dan harus dipertahankan.

Gap analysis lebih lanjut mengidentifikasi perbedaan antara harapan dan kenyataan dari kinerja TMII. Perbedaan signifikan ditemukan pada ketersediaan restoran, angkutan keliling, dan papan informasi. Ini mengindikasikan bahwa pengelola TMII perlu memprioritaskan perbaikan di area-area ini agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, pembahasan ini mengungkapkan bahwa meskipun tingkat kepuasan secara umum cukup baik, ada beberapa area penting yang perlu ditingkatkan untuk memastikan pengalaman pengunjung yang lebih optimal di masa depan.

40

You said:

Buatkan yang panjang

ChatGPT said:

ChatGPT

Pembahasan mengenai analisis kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah (TMII) setelah proses revitalisasi didasarkan pada dua metode utama, yaitu *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Kedua metode ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan terhadap berbagai aspek pelayanan dan fasilitas di TMII serta membantu pengelola dalam mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Metode CSI digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan secara kuantitatif berdasarkan dimensi-dimensi penting dari layanan di TMII. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum, wisatawan cukup puas

dengan fasilitas dan pelayanan di TMII, dengan nilai kepuasan di beberapa dimensi sebagai berikut: Amenitas: 70%; Aksesibilitas: 73%; Atraksi: 70%; Ancillary (layanan tambahan): 72%.

Kepuasan terbesar tercatat pada dimensi aksesibilitas, yang mengindikasikan bahwa TMII sudah cukup baik dalam memberikan kemudahan akses bagi pengunjung. Hal ini mencakup kondisi jalan menuju objek wisata, fasilitas transportasi umum, dan jalan untuk pejalan kaki di dalam kawasan. Selain itu, dimensi ancillary, yang mencakup fasilitas seperti pusat informasi, tempat ibadah, dan layanan *tour guide*, juga mendapatkan penilaian yang baik.

Meskipun hasil ini menunjukkan tingkat kepuasan yang baik secara keseluruhan, ada beberapa atribut yang mencatat nilai yang lebih rendah. Salah satu di antaranya adalah ketersediaan restoran, yang mendapat nilai kepuasan yang paling rendah dengan gap terbesar (-0,88). Ini menunjukkan bahwa jumlah dan kualitas restoran di TMII masih belum memenuhi harapan pengunjung. Restoran merupakan fasilitas dasar yang dibutuhkan oleh wisatawan selama kunjungan mereka, dan ketidakcukupan fasilitas ini dapat menurunkan pengalaman wisata secara keseluruhan. Oleh karena itu, peningkatan pada aspek ini sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pengunjung di masa mendatang.

Importance Performance Analysis (IPA)

Untuk membantu pengelola TMII mengidentifikasi atribut mana yang perlu diprioritaskan dalam upaya perbaikan, metode IPA digunakan. IPA membagi atribut pelayanan ke dalam empat kuadran berdasarkan kinerja dan kepentingannya menurut wisatawan:

Kuadran I (Prioritas utama untuk perbaikan): Atribut dalam kuadran ini

dinilai sangat penting oleh pengunjung, namun kinerjanya masih dianggap kurang memuaskan. Beberapa atribut yang termasuk dalam kategori ini adalah ketersediaan angkutan keliling, variasi atraksi, dan ketersediaan restoran. (1). Angkutan keliling dianggap kurang memadai, menyebabkan wisatawan kesulitan berpindah antar lokasi di dalam TMII. Hal ini berpotensi membuat wisatawan merasa lelah dan mengurangi minat untuk menjelajahi seluruh area wisata. (2). Variasi atraksi juga dinilai kurang, sehingga wisatawan merasa pengalaman mereka tidak cukup menarik atau tidak ada cukup variasi dalam kegiatan yang ditawarkan. (3). Ketersediaan restoran mencatatkan skor yang rendah, dan seperti yang sudah dibahas sebelumnya, hal ini menjadi perhatian utama karena restoran merupakan fasilitas dasar yang diharapkan oleh wisatawan selama kunjungan mereka.

Kuadran II (Pertahankan kinerja): Atribut dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi, sehingga pengelola hanya perlu mempertahankan standar yang sudah baik. Beberapa atribut yang termasuk dalam kategori ini adalah kebersihan lingkungan, kebersihan toilet, kondisi jalan menuju objek wisata, dan fasilitas pusat informasi. Atribut-atribut ini dinilai penting dan telah menunjukkan kinerja yang memuaskan, sehingga hanya perlu dipertahankan tanpa perubahan signifikan

Kuadran III (Prioritas menengah-bawah): Atribut dalam kuadran ini memiliki kepentingan yang cukup tinggi tetapi kinerjanya masih berada di bawah rata-rata. Beberapa atribut yang termasuk dalam kategori ini adalah ketersediaan tour guide, kelengkapan informasi mengenai barang bersejarah di museum dan anjungan, serta daya tarik dari atraksi berbayar. Atribut-atribut ini

memerlukan perhatian, namun perbaikan pada area ini bisa dilakukan setelah perbaikan prioritas di kuadran I terpenuhi.

Kuadran IV (Berlebihan): Atribut dalam kuadran ini dianggap memiliki pengaruh yang tidak terlalu signifikan oleh wisatawan, meskipun kinerjanya baik. Atribut-atribut ini seperti ketersediaan lahan parkir, toko souvenir, dan kondisi jalan untuk kendaraan di objek wisata dinilai sudah berlebihan dibandingkan dengan kebutuhan pengunjung. Oleh karena itu, pengelola tidak perlu memfokuskan sumber daya yang signifikan pada perbaikan di area ini.

Gap Analysis

Gap analysis dilakukan untuk melihat perbedaan antara harapan dan kenyataan (kinerja) dari setiap atribut yang dinilai oleh wisatawan. Hasil gap analysis menunjukkan bahwa beberapa atribut mencatat gap yang signifikan, yang berarti ada ketidakcocokan antara ekspektasi pengunjung dan kenyataan di lapangan. Atribut dengan gap terbesar adalah ketersediaan restoran, yang mencatat nilai -0,88. Hal ini menegaskan bahwa fasilitas restoran di TMII sangat perlu ditingkatkan, baik dari segi jumlah maupun penyebarannya di seluruh area wisata

Selain itu, ketersediaan angkutan keliling dan papan informasi di objek wisata juga menunjukkan gap yang besar dengan nilai masing-masing -0,87 dan -0,70. Perbaikan di dua area ini sangat penting untuk memastikan wisatawan dapat dengan mudah berpindah antar atraksi dan mendapatkan informasi yang memadai mengenai objek wisata

Rekomendasi Perbaikan

Berdasarkan hasil analisis CSI, IPA, dan gap analysis, ada beberapa rekomendasi yang dapat diambil untuk

meningkatkan kepuasan pengunjung di TMII: Peningkatan ketersediaan restoran: TMII perlu memperbanyak jumlah restoran yang tersebar merata di seluruh area wisata untuk menghindari penumpukan pengunjung di satu titik dan memastikan pengunjung memiliki akses mudah ke makanan dan minuman selama kunjungan mereka.

Peningkatan angkutan keliling: Menyediakan lebih banyak angkutan keliling yang dapat menjangkau seluruh area TMII dengan frekuensi yang lebih tinggi akan memudahkan pengunjung untuk menjelajahi kawasan wisata tanpa harus berjalan kaki dalam jarak yang jauh.

Penambahan variasi atraksi: Menambahkan lebih banyak atraksi atau memperbarui atraksi yang sudah ada akan meningkatkan minat wisatawan dan membuat kunjungan ke TMII menjadi lebih menarik.

Peningkatan kualitas informasi di papan informasi dan tour guide: Informasi yang lebih lengkap dan mudah diakses mengenai setiap atraksi di TMII akan membantu wisatawan mendapatkan pengalaman yang lebih bermakna dan edukatif.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat disimpulkan bahwa responden yang merupakan perwakilan populasi merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Taman Mini Indonesia Indah. Kepuasan wisatawan terhadap dimensi amenitas sebesar 70%, dimensi aksesibilitas sebesar 73%, dimensi atraksi sebesar 70%, dimensi ancillary sebesar 72%.

Pada uji *Importance Performance Analysis*, ditemukan bahwa atribut-atribut tertentu masuk dalam kuadran yang berbeda. Terdapat tiga atribut yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan,

delapan atribut yang perlu dipertahankan kinerjanya, empat atribut yang dianggap prioritas rendah namun perlu adanya perbaikan dan lima atribut yang dinilai berlebihan. Perbaikan atribut prioritas diantaranya yaitu ketersediaan angkutan keliling dan variasi atraksi agar dapat meningkatkan kepuasan pengunjung secara signifikan.

Harapan dan kinerja dari objek wisata sudah digambarkan ke dalam diagram kartesius dan juga menggunakan analisis gap agar memudahkan Taman Mini Indonesia Indah untuk melakukan evaluasi dan perbaikan untuk setiap atribut indikator yang telah dipaparkan dengan nilai gap yang paling besar dengan skor $-0,88$ mengenai ketersediaan restoran yang ada di Taman Mini Indonesia Indah perlu menjadi prioritas perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, M. T., Bahri, A. F. Asrul, A., Rafida, T. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi
- Bi, J.-W., Liu, Y., Fan, Z.-P., & Zhang, J. (2019). Wisdom of Crowds: Conducting Importance-Performance Analysis (IPA) Through Online Reviews. *Tourism Management*, 70, 460–478. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.010>
- Creswell, J. W., and Creswell, J. D. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. CA: SAGE. Los Angeles. <https://doi.org/10.1080/15424065.2022.2046231>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. Guepedia. Jakarta

- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bumi Aksara. Jakarta
- Hanum, Z. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Lulusan Terhadap Lulusan Pendidikan Vokasi (Studi Kasus Lulusan Politeknik LP3I Medan). *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 9(1), 27–39. <https://doi.org/10.34010/jika.v9i1.2329>
- Kotler, Keller, P. dan, & Lane., K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta
- Nareswari, Ni. P. D., Putra, I. G. A. S. A., Hermawan, I. G. R. K., Trimandala, N. A. (2023). Perencanaan Paket Wisata Berbasis 4a Di Desa Buahon, Payangan, Gianyar. *MSJ: Majority Science Journal*, 1(1), 20–26. <https://doi.org/10.61942/msj.v1i1.6>
- Nurtanio, T. L., Ginting, Y. T., (2022). Hubungan Daya Tarik Wisata Dengan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Museum Multatuli, Banten. *Jurnal Pesona Hospitality*, 15(1), <https://jurnal.pertiwi.ac.id/index.php/pesonahospitality/article/view/23>
- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 9(1). <https://doi.org/10.12777/jati.9.1.1-10>
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 10(18), 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v10i0.554>
- Puspa, I. A. T. (2019). Ngaben sebagai Daya Tarik Pariwisata. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 4(1), 37. <https://doi.org/10.25078/pba.v4i1.776>
- Rangkuti, A. N. (2016). *Metode Pendidikan Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, Dan Penelitian Pengembangan*. Ciptapustaka Media. Bandung
- Rianto, R., & Susanto, P. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisatawan Untuk Mengunjungi Curug Cigentis Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang. *Bogor Hospitality Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.55882/bhj.v4i1.10>
- Saway, W. V., Alvianna, S., . E., Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama dan Budaya*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.25078/pba.v6i1.1937>
- Sentanu, I. G. E. P. S., & Mahadiansar, M. (2020). Memperkuat Peran Pemerintah Daerah: Mengelola Pariwisata Lokal Yang Berkelanjutan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 8(1), 1–20. <https://doi.org/10.31629/juan.v8i1.1879>
- Sofyan, A. M., & Noor, A. A. (2016). Perancangan Konten Aplikasi Travel Guide Berbasis Android Menggunakan Identifikasi Komponen Pariwisata 6 (Enam) A. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 7(1), 161–166.

- <https://doi.org/10.35313/irwns.v7i0.217>
- Virginia, S., Alvianna, W., Stella, E., Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 6(1), 1-8. <https://eprints.unmer.ac.id/id/eprint/2963/>
- Way, I. H., Wuisang, C. E. V., & Supardjo, S. (2016). Analisis Kebutuhan Prasarana Dan Sarana Pariwisata di Danau Uter Kecamatan Aitinyo Kabupaten Maybrat Propinsi Papua Barat. *Spasial*, 3(3), 27-37. <https://doi.org/10.35793/sp.v3i3.13393>
- Widiyanti, R., Rahmawati, R., & Muhammad, N. R. (2021). Persepsi Wisatawan Milenial Terhadap Penerapan Smart Tourism di Museum Gedung Sate. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(2), 115. <http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v23i2.583>
- Wilda, R. (2019). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Pertambangan Emas Tanpa Izin Dan Dampaknya Di Kecamatan Tebo Ulu. S1 Thesis. Universitas Jambi. <https://repository.unja.ac.id/43616/>
- Woodworth, R., & Marquis, D. (2014). *Psychology (Psychology Revivals)*. Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781315766775>
- Yohana Natalia, C., Karini, N., & Mahadewi, N. (2020). Pengaruh Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Ke Broken Beach Dan Angel's Billabong. *Jurnal IPTA*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.24843/IPTA.2020.v08.i01.p02>
- Yolanda, F. (2018). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Di atas Kabupaten Solok. *Jurnal Manajemen*, <https://www.neliti.com/id/publications/434834/pengaruh-daya-tarik-wisata-terhadap-keputusan-berkunjung-ke-objek-wisata-alahan#cite>