

KUALITAS PELAYANAN PADA OBJEK WISATA BOOMBARA WATERPARK PASIR PUTIH KABUPATEN KAMPAR

By :Rosita Royda
Conselor : Dra. Hj. Syofia Achnes, M.Si
E-mail :royda.rosita@yahoo.co.id

Department of Administration - Tourism Studies Program
Faculty of Social and Political Science
Riau University
Bina Widya Building Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293–
Phone/Fax. 0761-63277

Abstract

The purpose of this research is how the quality of service at waterpark boombara tourism objek pasir putih distric Kampar background of the research his to findout the service provide by tourism attraction to consumers. Thi is important as a references to revam the service quality in order to passably.

This research was used descriptive quantitatifmethod to describe the issues. The sample used in this research was 7 people. Quesionnaires, interviews, and observations were used to collect the research data.

The results of this research indicate that based on the research results obtained on the employee job the quality of service at waterpark boombara tourism objek pasir putih distric Kampar quite passably..This is evidenced by the acquisition of the overall total score, which is 264 points. the quality of service at waterpark boombara tourism objek pasir putih distric Kampar town in each variable, responsivenes, and assurance was rated passable. While emphaty, realibility , and tangible variable were rated good.

Keywords: *Quality, Service waterpark boombara*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perusahaan yang bergerak dibidang industri jasa harus mampu melaksanakan kegiatan pemasaran secara aktif dalam menarik konsumen, yaitu melalui pelayanan. Artinya, dalam perusahaan tersebut harus memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan keinginan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Apabila keinginan konsumen sudah terpenuhi , maka pelayanan yang sudah diberikan kepada konsumen akan menjadi suatu usaha yang berhasil karena perusahaan tersebut sudah memiliki keunggulan dalam bersaing.

Selanjutnya Subadra (2006) mengatakan bahwa pembangunan pariwisata merupakan kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan sarana dan prasarana serta fasilitas yang diperlukan dalam melayani permintaan wisatawan. Seperti yang tercantum dalam undang-undang No. 10 Tahun 2009, dimana yang dimaksud dalam pariwisata adalah berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh Masyarakat, Pengusaha, Pemerintah , dan Pemerintah Daerah.

, tindakan ini dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan untuk memenuhi apa yang mereka butuhkan. Pelayanan yang dilakukan wisatawan dan pelaku bisnis seperti: menyusun dan menjual pktwisata dalam

Masalah utama sebagai sebuah lembaga pelayanan jasa dibidang pariwisata memiliki banyak pesaing adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai dengan harapan konsumen atau belum. Oleh karena itu, objek wisata Boombara Waterpark dituntut untuk supaya selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar kepuasan konsumennya meningkatkan.

Untuk saat ini perkembangan usaha industri perhotelan sangat berkembang luas, dan banyaknya wisatawan yang akan menginap di hotel tersebut. Tuntutan para pelancong yang ingin mendapatkan layanan akomodasi sesuai permintaan mendorong usaha hotel semakin berkembang, baik secara kuantitatif dan kualitatif.

Berkaitan dengan peranaan dan fungsi bagian Housekeeping, maka karyawan Housekeeping tersebut dituntut untuk memiliki perilaku, pengetahuan, dan tingkat kedisiplinan yang tinggi tentang bagaimana seharusnya menjaga kebersihan, kerapian ruangan hotel dengan menggunakan teknik dan prosedur yang sesuai dengan SOP yang ada pada hotel tersebut.

Kabupaten Pelalawan merupakan satu diantara kabupaten yang ada dalam wilayah Provinsi Riau ini merupakan salah **“Kualitas Pelayanan Pada Objek Wisata Boombara Waterpark Pasir Putih Kabupaten Kampar .”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar Belakang Masalah dapat diketahui bahwa yang menjadi faktor penting kesuksesan perusahaan jasa terwujudnya kepuasan pengunjung. Karena sudah menjadi keharusan perusahaan yang bergerak dalam dibidang jasa harus meningkatkan kualitas dari pelayanannya karena kualitas jasa sangat ditentukan oleh pengunjung. Dari berbagai tanggapan pengunjung dapat dijadikan masukan bagi pengelola wisata Waterpark Boombara dalam pengembangan dan

perbaikan kualitas jasa yang mereka berikan. Pelayanan yang berkualitas akan sangat membantu dalam mempertahankan pengunjung.

Kepuasan pengunjung secara individu memang sangat sulit dicapai karena adanya keanekaragaman keinginan pengunjung. Oleh karena itu , perlu diadakan suatu penelitian untuk mendapatkan suatu guna mencari solusi optimal. Dengan melihat uraian diatas, maka permasalahan yang menjadi perhatian utama penelitian ini adalah bagaimana kualitas pelayanan pada objek wisata di Boombara Waterpark pasir putih kabupaten kampar?

1.3 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. bagaimana kualitas pelayanan pada objek wisata Boombara Waterpark?
2. pa faktor kendala – kendala dalam meningkatkan kualitas pelayanan di objek Wisata Boombara Waterpark?

1.4 Batasan Masalah

Adapun masalah yang dingkat dalam penelitian ini dibatasi dalam lingkup analisis kualitas pelayanan jasa (dengan variabel analisis: keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung diobjek wisata Boombara Waterpark Kampar. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari – Juni 2016.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di objek wisata Boombara Waterpark sudah baik atau belum.
2. Untuk mengetahui faktor kendala – kendala dalam meningkatkan

kualitas pelayanan di objek wisata Boombara Waterpark.

1.6 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Dari tujuan di atas adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang kualitas pelayanan khususnya di objek wisata Boombara Waterpark.
2. Bagi pengelola objek wisata, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bersangkutan dalam hubungannya dengan peningkatan kualitas pelayanan.
3. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan dapat dijadikan bahan informasi untuk topik yang sama yang pada masa yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Kualitas

Kualitas dan pelayanan peran penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal yang penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang efektif bagi sejumlah produk. Dalam strategi pemasaran, konsumen merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen (Kotler, 1980). Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman pelanggan atau konsumen terhadap produk jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan konsumen (pengunjung).

Pengertian/Definisi Kualitas Pelayanan - Berikut beberapa pengertian dan definisi tentang Kualitas Pelayanan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang

memenuhi atau melebihi harapan menurut Tjiptono, dalam buku (Tony Wijaya 2011). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2004).

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Gaspersz (2002 : 181) mendefinisikan kualitas adalah totalitas dari karakteristik suatu produk (barang atau jasa) yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan. Kualitas sering diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan konsumen (pengunjung atau kesesuaian).

2.2 Dimensi Kualitas

Nursya'bani (2006: 15-16) mengemukakan untuk menentukan kualitas produk harus dapat dibedakan antara produk manufaktur atau barang (*goods*) dengan produk layanan (*jasa*) berbeda dengan menghasilkan produk manufaktur dalam beberapa cara. Perbedaan tersebut memiliki implikasi penting dalam manajemen kualitas. Parasuraman, Zeithaml dan Barry telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para konsumen (pengunjung) dalam

mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah.

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.3 Pengertian Jasa

Definisi jasa yang menurut Kotler, 1994 dalam buku (**Fandy Tjiptono**) jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan maupun produk fisik maupun tidak.

Adapun karakteristik jasa tersebut menurut Kotler dalam buku (**Tony Wijaya 2011**).

a. Tidak Terwujud (*Intangibility*)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud. Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, para pembeli akan mencari tanda atau bukti mutu jasa (**Tony Wijaya 2011**). Konsumen akan menarik kesimpulan mengenai mutu jasa dari tempat, orang,

peralatan, alat komunikasi, simbol dan harga yang mereka lihat.

b. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Jasa tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan melewati berbagai penjual, dan kemudian baru dikonsumsi.

c. Bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat bervariasi, tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana saja itu diberikan. Para pembeli juga sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

d. Mudah Lenyap (*Perishability*)

Jasa tidak bisa disimpan. Sifat jasa itu mudah lenyap. Tidak menjadi masalah bila permintaan tetap. Ketidaktahuan lama jasa tersebut tidak akan menjadi hasil jika permintaan konstan, tapi pada kenyataannya permintaan konsumen (pengunjung) akan jasa pada umumnya sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa pasti menginginkan suatu produk yang lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya. Jasa yang unggul (*Service Excellence*) adalah suatu sikap cara karyawan dalam melayani konsumen (pengunjung) secara memuaskan (Husein Umar, 2000).

Menurut Philip Kotler (1996) yang dimaksud dengan pelayanan adalah setiap tindakan atau keinginan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

2.4 Wisatawan

Menurut Suwanto (2004) wisatawan (*tourist*) adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan jika lama tinggalnya sekurang –

kurang nya 24 jam didaerah atau Negara yang dikunjungi. Apabila mereka tinggal didaerah atau Negara yang dikunjungi dengan waktu kurang lebih 24 jam maka disebut pelancong (excursionist).

Menurut Ross (1998) wisatawan adalah sebutan untuk mereka yang berpartisipasi dalam perjalanan atas kemauan sendiri dan untuk waktu sementara saja dengan harapan mendapatkan kenikmatan dari hal –hal baru dan perubahan yang dialami selama dalam perjalanan yang relatife lama dan tidak berulang.

Menurut Yoeti (1996) wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk sementara waktu ketempat atau daerah yang sama sekali masih asing baginya karena jauh dari tempat tinggalnya maka memerlukan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya yaitu semenjak ia berangkat sampai ditempat tujuan hingga ia kembali kerumahnya.

Wisatawan atau turis adalah seseorang yang sedang atau melakukan perjalanan keluar daerah, Kota atau negeri dengan panjang perjalanan paling tidak sejauh 80 km atau 50 mil atau lebih dari tempat tinggalnya (rumahnya) dengan maksud dan tujuan berekreasi, bersenang – senang atau untuk memenuhi tugas untuk keperluan mengembangkan bisnis lainnya.

2.5 Daya Tarik dan Obyek Wisata

Objek dan daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam dunia kepariwisataan, dimana objek dan daya tarik wisata dapat menyukkseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai asset yang dapat dijual kepada wisatawan, objek dan daya tarik wisata dapat berupa alam, budaya, tata hidup dan sebagainya yang memiliki daya tarik dan nilai jual untuk dikunjungi ataupun dinikmati oleh wisatawan dalam arti luas, apa saja yang mempunyai daya tarik wisata atau menari

wisatawan dapat disebut sebagai objek dan daya tarik wisata.

Berdasarkan Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan , kemudahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, bu daya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Pengertian Obyek wisata menurut Marpaung (2002 : 78) adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang suatu daerah atau tempat tertentu.

Dalam kepariwisataan. Factor manfaat dan kepuasan wisatawan berkaitan dengan “Tourism Resourceh and Tourism Service. Objek dan atraksi wisata adalah segala sesuatu yang ada didaerah tujuan wisata yang mempunyai daya tarik tersendiri yang mampu mengajak wisatawan berkunjung hal – hal yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata antara lain :

- a. Natural Amenities, adalah benda – benda yang sudah tersedia dan sudah ada di alam. Contoh : iklim, bentuk tanah, pemandangan alam, lora dan fauna dan lain - lainnya.
- b. Man Made Supply, adalah hasil karya manusia seperti benda – benda bersejarah, kebudayaan, dan religi.
- c. Way Of Life, adalah tata cara hidup tradisional, kebiasaan hidup, adat istiadat.
- d. Culture, adalah kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat yang tinggal. Di daerah objek wisata .
- e. Tourist Service, adalah segala fasilitas yang digunakan dan aktifitas yang dilakukan dimana pengadaanya disediakan oleh perusahaan lain secara komersial.

Suatu daya tarik wisata dapat menarik Untuk dikunjungi oleh wisatawan harus dapat menjadi suatu daerah tujuan

wisata yang baik , menurut Karyono (1997) syarat – syarat tersebut adalah

1. Something to see, adalah segala sesuatu yang menarik untuk dilihat.
2. Something to buy, adalah segala sesuatu yang dapat menarik atau mempunyai ciri khas tersendiri untuk dibeli.
3. Something to do, adalah suatu aktifitas yang dapat dilakukan ditempat tersebut.

Ketiga hal itu merupakan unsur – unsur yang kuat untuk suatu daerah tujuan wisata sedangkan untuk pengembangan suatu daerah tujuan wisata ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain :

1. Memiliki sarana pendukung yang memiliki ciri khas tersendiri.
2. Harus mampu bersaing dengan objek wisata yang ada didaerah lain.
3. Harus menarik.
4. Harus tetap tidak berubah dan tidak berpindah – pindah kecuali dibidang pembangunan dan pengembangan.

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan perencanaan, struktur, dan strategi penelitian dalam rangka menjawab pertanyaan yang mengendalikan penyimpangan yang mungkin terjadi (Sumarni dan Wahyuni, 2006 : 47).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif, yaitu dimana peneliti berusaha menggambarkan kondisi atau keadaan sesungguhnya dengan cara mengumpulkan data dan informasi dilapangan dan menjelaskan dalam bentuk uraian tanpa menguji hipotesis atau membuat prediksi sebelumnya (Rakhmat. 1999)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di objek wisata Boombara Waterpark yang beralamat di jl. Raya Pasir Putih km 5,

perumahan Griya Pasir Putih kec Siak Hulu Kabupaten Kampar yaitu dari bulan Maret 2016. Adapun penulis memilih Lokasi penelitian ini dipilih karena Boombara Waterpark merupakan salah satu objek wisata air yang memiliki daya tarik tersendiri untuk mendatangkan wisatawan ke kabupaten Kampar Propinsi Riau.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari April – Juli 2016. Penulis melakukan pengambilan data yang mencakup observasi, penyebaran kuesioner dan pengolahan data .

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono 2013:115). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah mencakup seluruh pengunjung atau konsumen yang datang berkunjung ke objek wisata Boombara Waterpark di kampar pada Tahun 2015, yang berjumlah 36.847 orang.

3.3.2 Sampel

Pada penelitian ini penulis mengalami kendala dalam menentukan jumlah sampel, karena pengunjung yang sangat banyak dan sangat sulit untuk ditemui. Oleh karena itu penulis, menggunakan sampel aksidental untuk menentukan jumlah sampel.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ronald (1995) mendefenisikan sampel adalah suatu himpunan bagian dari populasi. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Menurut Sugiyono (2013: 116) teknik sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dengan dipandang cocok sebagai sumber data dan dapat dijadikan sebagai sampel.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Data primer

Data primer menurut (Husein umar, 2005) adalah data yang diperoleh merupakan sumber pertama baik dari individu atau perseorangan , seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Sumber penelitian primer diperoleh dari responden dan pihak Manajemen Boombara Waterpark untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam hal ini yang diwawancara yaitu pihak Pengelola Boombara mengenai pelayanan yang dilakukan dan data yang berhubungan dengan penelitian. Sedangkan kuesioner atau angket yang diberikan kepada konsumen (pengunjung wisata) sebagai responden.

3.4.2 Data sekunder

Data Sekunder menurut (Husein, 2005) adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain. diperoleh melalui sumber data berupa buku literatur dan laporan penelitian sebelumnya seperti jurnal, buku, majalah dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuisisioner/Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya tentang variabel kualitas pelayanan

untuk mengetahui sejauh mana variabel tersebut mempengaruhi kepuasan pengunjung

2.Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan Langsung keobjek wisata Boombara Waterpark , baik mengenai bagaimana cara pelayanan dan tanggapan kepuasan pengunjung yang datang ke objek wisata tersebut.

3. Wawancara

Metode interview adalah metode pengumpulan data dengan tanya jawab secara langsung kepada pihak yang berkompeten tentang permasalahan yang diangkat. disini peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan pihak Manajemen Boombara Waterpark, untuk memperoleh data yang lebih akurat sehubungan dengan masalah yang akan dibahas.

5. Study Kepustakaan

Metode kepustakaan merupakan metode untuk memperoleh data dari literatur-literatur, buku, majalah dan sebagainya.

6. Studi Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya – karya orang monumental dari seseorang (sugiyono, 2009), dalam hal ini dokumentasi berupa foto ketika observasi langsung ke objek wisata boombara waterpark pasir putih kabupaten kampar.

3.6 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah operasionalisasi konsep agar dapat diteliti atau diukur melalui gejala – gejala yang ada. Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel di ukur dengan memberi arti atau menspesifikasi kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang

diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2004).

3.7 Teknik Pengukuran

Dalam penelitian ini, untuk menentukan jawaban dari setiap pertanyaan digunakan skala ordinal, dimana setiap jawaban dari pertanyaan diberikan bobot tertentu Sugiyono (2004, 86). Oleh karena itu teknik yang digunakan dalam penelitian ini dengan skala *likert* yaitu skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab sebagai tingkatan pada setiap objek yang diukur skala yang digunakan 1-5

Jawaban dari responden diberi bobot skor atau nilai sebagai berikut:

1. Sangat Baik skor 5 (SB)
2. Baik dengan skor 4 (B)
3. Cukup Baik dengan skor 3 (CB)
4. Kurang Baik dengan skor 2 (KB)
5. Sangat Tidak Baik dengan skor 1 (STB)

3.8 Teknik Analisa Data

Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Kata deskriptif berasal dari bahasa inggris, *descriptive*, yang berarti bersifat menggambarkan atau melukiskan dalam hal ini dapat dalam arti yang sebenarnya (*harfiah*), yaitu berupa gambar – gambar atau foto – foto yang dapat dari lapangan atau peneliti menjelaskan hasil penelitian dengan gambar – gambar dapat pula berate menjelaskan dengan kata – kata. Keduanya dalam laporan peneliti digunakan untuk saling melengkapi atau responden yang menjadi objek dan subjek penelitian , kegiatan atau kejadian yang diteliti , dan konteks (lingkungan) tempat penelitian dilakukan dilaporkan dengan cara deskriptif sehingga pembaca memahami dengan baik laporan hasil penelitiannya (Husaini dan Purnomo, 2011).

Penelitian ini tidak membutuhkan hipotesis, demikian pula dengan perlakuan atau manipulasi terhadap variabel –

variabel penelitian. Banyak nya variabel yang diteliti dapat satu atau lebih. Adapun semua data yang terkumpul baik data primer atau data sekunder akan penulis analisis secara manual dengan menggunakan microsoft excel dan di harapkan dapat hasil yang akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Boombara Waterpark

PT. Sapadia wisata merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perhotelan dan pariwisata yang didirikan pada tanggal 31 mei 2001. Sesuai akta pendirian No. 38 tanggal 31 mei 2001 dari Notaris Natigor Halomoan, SH yang disetujui oleh menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia (HAM) republik indonesia dengan surat keputusan tanggal 21 agustus 2001 nomor c – 06289.HT.01.01.TH 2001. Tujuan didirkannya perusahaan adalah berusahaa dibidang perhotelan dan pariwisata. Untuk mencapai maksud dan tujuan diatas perusahaan dapat melakukan kegiatan usaha sebagai berikut.

Menyiapkan dan menjalankan bisnis perhotelan, villa, Cottage bungalow dan fasilitas lainnya seoerti pembukaan atau pembangunan objek wisata dalam bentuk alami atau buatan. Selama berdirinya PT. Sapadia wisata telah memiliki beberapa unit usaha , antara lain.

1. Sapadia Hotel Parapat
2. Sapadia Hotel Rokan Hulu
3. Sapadia Hotel Siantar
4. Wisma Syailendra
5. Wisma HM Jhoni
6. Waterpark Boombara Pasir Putih
7. Waterpark Boombara Rantau Parapat
8. Club House Sunggal (Coming Soon)
9. Sapadia Hotel Gunung Tua
10. Sapadia Hotel medan (Coming Soon)

Boombara Waterpark merupakan objek wisata yang dibuka pada 6 April 2013. Objek wisata ini menampilkan daya tarik wisata dengan berbagai wahana air dan menjadi salah satu wisata *waterboom* terbesar di kabupaten Kampar. Boombara Waterpark merupakan sebuah destinasi wisata permainan air yang memiliki sebelas wahana Boomerang Slide, Olympic pool, family slide, flying fox, motor atv, octopus slide, kids pool, sepeda air, futsal air, kolam ombak dan Whana panjat tebing.

PT. Sapadia wisata merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perhotelan dan pariwisata yang didirikan pada tanggal 31 mei 2001. Sesuai akta pendirian No. 38 tanggal 31 mei 2001 dari Notaris Natigor Halomoan, SH yang disetujui oleh menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia (HAM) republik indonesia dengan surat keputusan tanggal 21 agustus 2001 nomor c – 06289.HT.01.01.TH 2001. Tujuan didirkannya perusahaan adalah berusaha dibidang perhotelan dan pariwisata. Untuk mencapai maksud dan tujuan diatas perusahaan dapat melakukan kegiatan usaha sebagai berikut.

4.1.2. Visi dan Misi

Boombara Waterpark merupakan salah satu unit usaha dari PT. Sapadia Wisata. Oleh karena itu Visi, Misi dan tujuan Boombara Waterpark sama dengan PT. Sapadia beriku urainnya:

a. Visi

Visi dari PT. Sapadia wisata yaitu “Menjadi perusahaan jasa terpercaya dan berkomitmen yang memberikan manfaat untuk orang banyak.

b. Misi

Menyediakan produk properti yang terbaik dan kaitannya untuk mencapai nilai bagi stakeholder melalui kepuasan pelanggan. Menghasilkan Sumber Daya Manusia yang berkualitas dan kepedulian lingkungan.

4.1.3. Objek Wisata Boombara Waterpark

Kabupaten Kampar adalah salah satu kabupaten Provinsi Riau, disamping julukan Bumi Sarimadu, Kabupaten kampar yang beribukotakan di Bangkinang ini juga dikenal dengan Serambi Mekkah di provinsi Riau. Kabupaten ini memiliki luas 10.928,20 km² atau 12,26% dari luas Provinsi Riau dan berpenduduk ±688.204 jiwa (SP2016). Kabupaten kampar merupakan salah satu propinsi Riau yang diapit oleh pekanbaru sebagai ibukota provinsi.

Kabupaten Kampar memiliki berbagai objek wisata, diantaranya Bukit Naang, Adventure Park, Labersa Waterpark, Kebun Binatang Kasang Kulim, Taman Rekreasi Stanum, PLTA Koto Panjang, Islamic Center, Muara Takus Rumah Lontiok, Desa Buluh Cina, Mesjid Jami, Air Terjun Alahan, Makam Syeh Burhanuddin dan Boombra Waterpark (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar). Boombara Waterpark merupakan obek wisata yang dibuka pada tanggal 6 april 2013. Objek wisata ini menampilkan daya tarik dengan berbagai Wahana Air dan menjadi salah satu wisata Waterboom terbesar di kabupaten Kampar. Meskipun terletak di kabupaten Kampar, Boombara Waterpark dapat ditempuh hanya dengan waktu 1,5 jam dari pusat kota Pekanbaru.

Boombara Waterpark juga dilengkapi dengan fasilitas umum lainnya seperti Mushalla, food court, panggung terbuka lengkap dengan sound sistem yang berkualitas tinggi dan lahan parkir yang luas dan membuat pengunjung merasa lebih aman. Semua fasilitas yang disediakan pengunjung hanya dikenakan biaya Rp. 40. 000- pada hari kerja dan Rp. 55. 000- dihari minggu dan hari libur nasional. Harga ini cukup terjangkau dibandingkan waterpark lainnya yang ada di Provpsinsi Riau. Dengan adanya potensi objek wisata air pemerintah propinsi Riau harus lah mewujudkan gerakan “sadar wisata” melalui pengembangan objek

wisata air banyak lah mengalami kendala. Kendala yang sangat berat adalah kurangnya dana untuk membangun sarana infrastruktur.

4.2. Kualitas pelayanan pada Objek Wisata Boombara Waterpark

4.2.1 Profil Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang responden berdasarkan rumus slovin, maka peneliti akan menyajikan gambaran tentang deskripsi responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

a. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden, maka dapat diketahui distribusi responden. Laki – laki 56 dan perempuan 44 orang responden.

b. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner 100 orang responden, maka dapat diketahui distribusi responden berdasarkan usia akan membuatnya berbeda dengan yang mempunyai kemampuan rata-rata atau biasa saja.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian ini tingkat pendidikan dibagi menjadi lima (5) tingkatan, yaitu : Pelajar / Mahasiswa(59) , Pegawai Negri Sipil(4) , Pegawai Swasta (19), Wirawasta (10), dan lainnya (8). Berdasarkan hasil penelitian dengan penyebaran kuesioner kepada responden maka dapat diketahui distribusi responden berdasarkan tingkat pekerjaan.

d. Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan

Terdapat empat klafikasi yang digunakan untuk mengelompokkan tujuan kunjungan pengunjung yaitu belajar, hiburan, rekreasi dan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden , maka dapat diketahui distribusi responden berdasarkan tujuan kunjungan.

4.2.2. Deskripsi Penilaian Pengunjung Tentang Kualitas Pelayanan di Objek Wisata Boombara Waterpark

Pertanyaan dalam penilaian pengunjung terhadap kualitas pelayanan Objek Wisata Boombara Waterpark dibagi menjadi lima sub variabel yaitu tangibles , responsiveness, assurance, empathy dan resposibility. Skala yang digunakan dalam penilaian ini di ukur pe,berian skor 1 – 5. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel – tabel berikut.

a. Tangibles

Tangibles merupakan tanggapan pengunjung terhadap fasilitas yang ada di objek wisata boombara waterpark, yang dapat dilihat dari kondisi bangunan, kondisi areal parkir, penampilan karyawan dan kondisi sarana hiburan.

b. Emphaty

Empaty merupakan tanggapan pengunjung terhadap sikap karyawan dengan dilihat dari Perhatian kepada pengunjung, KeutamaanKepuasan pengunjung, dan Komunikasi Antara Karyawan dengan Pengunjung.

c. Realibility

Realibility merupakan tanggapan pengunjung terhadap Pemenuhan Janji, Sikap Karyawan dan Sikap Karyawan yang ada di objek wisata boombara waterpark.

d.Responsiveness

Responsiveness merupakan tanggapan pengunjung terhadap sikap karyawan dengan dilihat. Dari Merespon Kebutuhan Pengunjung,Kecepatan Menanggapi keluhan pengunjung.

a. Assurance

Assurance merupakan tanggapan pengunjung terhadap sikap karyawan dengan dilihat Dari Kemampuan dan Pengetahuan Karyawan, dan Kemampuan pengawasan dari pengelola objek wisata terhadap kinerja karyawan.

4.2.2 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan pada Objek Wisata Boombara Waterpark Pasir Putih kabupaten Kampar

Penilaian pengunjung terhadap Kualitas Pelayanan Boombara Waterpark terdiri dari Lima Sub Variabel, yaitu :

- a. Tangibles dengan total skor 1362 dengan kategori Baik
- b. Emphaty dengan total skor 1038 dengan kategori Baik
- c. Realibility dengan total skor 1035 dengan kategori Baik
- d. Responsivenes dengan total skor 688 dengan kategori Kurang Baik
- e. Assurance dengan total skor 688 dengan kategori Kurang Baik

Dari penilaian total skor dari masing – masing variabel diatas, maka diketahui kualitas pelayanan pada objek wisata Boombara Waterpark Pasir Putih Kabupaten Kampar secara Keseluruhan sudah cukup baik yaitu 4808 poin.

4.2.3 Faktor kendala – kendala yang dihadapi Objek Wisata Boombara Waterpark Pasir Putih dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pengawas Objek wisata Boombara Waterpark dalam meningkatkan kualitas pelayanan, banyak hal kendala yang dimiliki dalam dunia pesaing baik itu dalam dari segi kualitas maupun kuantitas dalam perusahaan.

Faktor Kendala yang terdiri hygiene, kemampuan dalam melakukan menanggapi keluhan, penyelesaian masalah dan pengetahuan tentang objek wisata dan lainnya yang belum bisa mengatasinya. Disamping itu ada beberapa karyawan yang tidak semuanya latar belakang berpendidikan tinggi sehingga cara berfikir

dan sikap mereka yang berbeda –beda dalam melakukan kualitas pelayanan.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah penulis uraikan diatas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan tentang pelayanan di objek wisata boombara waterpark sebagai berikut.

- a. kualitas pelayanan pada objek wisata boombara pasir putih kabupaten kampar baik dari sub variabel Tangibles dengan penilaian responden baik, Emphaty dengan penilaian responden baik, realibility dengan penilaian baik dan responsiveness dan assurance dengan penilaian responden cukup baik.
- b. Sedangkan untuk sub variabel dari kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan adalah sub Variabel Tangibles(Bukti Fisik) yang sesuai dengan fasilitas yang diharapkan oleh konsumen , Reliability (keandalan) yang sesuai dengan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen dan Assurance (jaminan) yang sesuai dengan kemampuan yang menimbulkan kepercayaan konsumen, Dan untuk sub variabel Responsivenes (daya tanggap) yang sesuai dengan kecepatan dalam membantu konsumen berpengaruh secara signifikan pada konsumen. Dengan indikator kepastian waktu penyampaian informasi dengan jelas , pelayanan yang tepat dan cepat serta karyawan yang selalu bersedia membantu konsumen (pengunjung). Kemudian berpengaruh (perhatian) yang sesuai dengan komunikasi yang baik dengan konsumen. Dengan indikatornya yaitu memberikan perhatian kepada pengunjung
- c. Dalam kualitas pelayanan pada objek wisata boombara waterpark pasir putih kabupaten kampar pihak pengelola memiliki kendala – kendala yang

dihadapi baik dari segi hygien, kemampuan dan pengetahuannya.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan analisis yang sudah peneliti uraikan, maka peneliti ingin mengemukakan beberapa saran , diantaranya:

1. Objek Wisata Boombara Waterpark Pasir Putih Boombara Waterpark perlu secara rutin mengamati pelayanannya agar dapat mempertahankan kelebihan – kelebihan yang ada dan selalalu meningkatkan kualitas pelayanan pada variabel – variabel yang masih kurang penilaiannya atau menurut penilaian konsumen (pengunjung) belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pengunjung, hal ini bias dilakukan dengan lebih memperhatikan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, peningkatan fasilitas, sarana dan prasarana, jaminan rasa aman, nyaman dank epercayaan serta pelayanan yang dijanjikan secara cepat, akurat dan pasti sehingga akan meningkatkan kepuasan pengunjung.
2. Objek wisata Boombara Waterpark harus memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ditetapkan dari sub variabel empathy, responsiveness, reliability, tangibles dan assurance.
3. Objek wisata Boombara Waterpark harus memperhatikan yang menjadi kendala – kendala dalam meningkatkan kualitas pelayanan, hal – hal yang harus diperhatikan baik dari segi hygien, kemampuan dan pengetahuannya.

Daftar Pustaka

- Gaspersz, Vincent. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa . Edisi Pertama*. Jakarta, gramedia.
- Philip Kotler. 1980 . *Marketing Managemen. Analysis,*

Planning, and Control. Edisi keempat .London, Prentice – Hall, inc

- Purnama, Nursyabani. 2006. *Manajemen Kualitas Prospektif Global. Edisi Pertama, Cetakan Pertama*. Yogyakarta, Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UUI.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan ke 17*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sumarni dan Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Yogyakarta:andi
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar – Dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Tjiptono, fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset, p.28.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi Pertama . jakarta.
- Yoeti, Oka A. 2006. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung . PT. Angkasa
- <http://www.wisatakandi.com/2011/11/undang-undang-ri-no-10-tahun-2009.html>
- <http://madebayu.blogspot.co.id/2012/02/pengertian-obyek-dan-daya-tarik-wisata.html>