

DAMPAK KINERJA PENGELOLA BERDASARKAN KEPUASAN WISATAWAN

ISKANDAR

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau
Jln. HR. Subrantas No. 57 Km 12,5 Panam-Pekanbaru
E-mail : iskandar@lecturer.stieriau-akbar.ac.id (Koresponding)

Submit: 2 Juni 2024

Review: 2 Juni 2024

Publish: 26 Juni 2024

Abstract: This study aims to determine the level of tourist satisfaction with natural tourist attractions and categorize which attractions need to be maintained, improved, and even reduced to gain efficiency. The research method used in this study is a descriptive method. The population in this study were visitors to the Henferd Land Riau natural tourist attraction. A total of 100 visitors were selected as samples using the accidental sampling technique. To determine the category position of each tourist attraction, the "importance performance analysis" technique was used. The results of the study showed that the average level of visitor satisfaction was in the good category. The attributes of cleanliness, supporting facilities, parking and souvenirs are included in things that need to be improved immediately. The attributes of Beauty, Location, Price, promotional strategy, places to eat and lodging/homestay need to be maintained

Keywords: *Management Performance, Tourist Satisfaction*

Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang di gunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi Bangsa dan Negara.

Dalam upaya mendorong pertumbuhan sektor pariwisata, maka daerah-daerah yang memiliki potensi pariwisata yang bagus terus didorong untuk dikembangkan. Tujuannya adalah supaya sektor pariwisata dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian Indonesia. Di antara yang diupayakan adalah menampilkan hal-hal yang menarik seperti pembuatan web dan blog serta jejaring sosial lainnya yang menyajikan informasi terkini mengenai perkembangan industri pariwisata di Indonesia dan mengenalkan pada dunia bahwa Indonesia memiliki banyak keindahan alam sebagai obyek pariwisata. Wisata alam tersebut disisi lain mempunyai dua tujuan yaitu sebagai sektor pariwisata dan sebagai pelestarian alam.

Mengacu pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 di mana kepariwisataan dikelola untuk: 1). meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan rakyat, 2). mengatasi pengangguran dan menghapus kemiskinan, 3). melestarikan alam, lingkungan dan sumberdaya, 4). memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa 5). memupuk rasa cinta tanah air,memperkokuh jati diri dan kesatuan bangsa.

Provinsi Riau kini mulai gencar-gencarnya mengembangkan potensi wisata yang ada di seluruh kawasan Riau, dengan gencar-gencarnya Riau mengembangkan sektor wisata, terutama objek wisata alam yang ada di Propinsi Riau yang terletak di 12 Kabupaten/Kota, dimana dengan mengembangkan poternsi objek-objek wisata, tentu akan membawa dampak positif maupun negatif terhadap lingkungan fisik, kondisi ekonomi, sosial dan budaya bagi masyarakat sekitar di kawasan tersebut, khususnya bagi daerah Riau yang mempunyai objek wisata.

Bebabagai usaha yang sudah dirancang dan dilakukan ini, bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada para

wisatawan. Wisatawan yang puas dengan suatu objek wisata diharapkan dapat menceritakan kepada orang lain; keluarga, kerabat, teman dan lain sebagainya. Promosi oleh wisatawan yang puas ini sangat efektif untuk meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan. Pengelola objek wisata ini, perlu melihat keinginan para wisatawan. Perbaikan dan pengembangan layanan yang diberikan berdasarkan perspektif para wisatawan.

Lebih lanjut dikemukakan oleh Sunaryo (Dalam Iskandar, 2021:206) bahwa dalam pengelolaan pariwisata yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat menjadi isu model pengembangan kepariwisataan saat ini. Kabupaten Kampar mulai menempatkan diri agar pariwisata Kabupaten Kampar mampu menjadi salah satu tempat tujuan wisata berkunjung. Keseriusan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam upaya pengembangan Pariwisata Kabupaten Kampar dapat dilihat dari naiknya anggaran promosi pariwisata Di Kabupaten Kampar

Salah satu daerah pariwisata yang menggunakan pendekatan pariwisata kerakyatan adalah kabupaten Kampar tepatnya di tempat wisata Henferd Land terletak di Desa Binamang, Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Kampar ditetapkan sebagai salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) di Riau oleh Pemerintah Provinsi Riau. Di samping itu Kabupaten Kampar merupakan wilayah yang memiliki potensi objek wisata alam dan budaya telah mendapatkan perhatian wisatawan lokal dan nasional yang ditunjang oleh beberapa faktor antara lain: a) keadaan topografis; b) keadaan geografis; c) keadaan sosial budaya; d) iklim, fauna dan kekayaan alam. Dalam konteks pengembangan kawasan pariwisata Kabupaten Kampar saat ini, memiliki kecenderungan bahwasannya hanya Wisata Henferd Land yang memiliki daya saing yang cukup signifikan. Meskipun dapat diakui Henferd Land meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan bagi daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh

pengelola wisata alam dan mengkategorikan daya tarik mana yang perlu dipertahankan, ditingkatkan, dan bahkan dikurangi untuk mendapatkan efisiensi. Objek wisata alam disini adalah Henferd Land terletak di Desa Binamang, Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung obyek wisata alam Henferd Land terletak di Desa Binamang, Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Adapun rata-rata jumlah pengunjung obyek wisata alam Henferd Land sebanyak 2023 sebanyak 10.892 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap individu populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik nonprobability sampling yang digunakan adalah sampling aksidental yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang cocok dengan sumber data, dalam penelitian ini yaitu setiap pengunjung obyek wisata alam Henferd Land, dengan menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh 99,7 dan dibulatkan menjadi 100 wisatawan sebagai sampel penelitian yang bersedia mengisi *google form*. Objek penelitian adalah hasil belajar. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner mengenai kepuasan pengunjung dengan teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menghitung jumlah jawaban responden dari setiap pernyataan

HASIL

Hasil penilaian kemudian ditampilkan dalam tabel. Penelitian ini menggambarkan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat pelaksanaannya (*performance*) oleh perusahaan sebagai berikut :

Tabel 1. Atribut Keindahan Objek Wisata

Henferd Land

Kategori	Jawaban Responden	Persentase
Sangat Baik	57	57.00%
Baik	34	34.00%
Cukup Baik	9	9.00%
Tidak Baik	0	0.00%
	100	100.00%

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari table diatas dapat dilihat pada keindahan objek wisata Henferd Land rata-rata mendapatkan tanggapan sangat baik dari responden ada sebanyak 57 orang yang menyatakan sangat baik atau 57%. Hal ini menunjukkan bahwa unsur jasa pokok telah berhasil dilaksanakan pengelola, untuk itu wajib dipertahankan dan dianggap bahwa atribut ini sangat penting dan sangat memuaskan. Nantinya petugas ini akan senantiasa berusaha untuk menjaga keindahan dan melakukan teguran kepada para pengunjung yang berusaha untuk merusak keindahan yang ada di Objek Wisata Henferd Land.

Tabel 2. Atribut Kebersihan Objek Wisata Henferd Land

Kategori	Jawaban Responden	Persentase
Sangat Baik	21	21.00%
Baik	42	42.00%
Cukup Baik	36	36.00%
Tidak Baik	1	1.00%
	100	100.00%

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari table diatas dapat dilihat pada kebersihan objek wisata Henferd Land rata-rata mendapatkan tanggapan baik dari responden ada sebanyak 42 orang yang menyatakan baik atau 42%. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak yang menyatakan unsur kebersihan masih perlu di benahi dan belum bida dilaksanakan dengan baik oleh pengelola. Nantinya petugas ini akan senantiasa berusaha untuk menjaga kebersihan dan melakukan teguran kepada para pengunjung yang membuang sampah tidak pada tempatnya. Oleh karena itu pihak pengelolah diharapkan senantiasa meningkatkan ketertiban dan kebersihan dengan menambahkan karyawan pada bagian kebersihan dan ketertiban dan memberikan papan peringatan agar pengunjung senantiasa menjaga kebersihan lingkungan.

Tabel 3. Atribut Lokasi Objek Wisata Henferd Land

Kategori	Jawaban Responden	Persentase
Sangat Baik	21	21.00%
Baik	68	68.00%
Cukup Baik	11	11.00%
Tidak Baik	0	0.00%
	100	100.00%
	100	100.00%

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari table diatas dapat dilihat pada lokasi objek wisata Henferd Land mayoritas mendapatkan tanggapan baik dari responden ada sebanyak 68 orang yang menyatakan baik atau 68%. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak yang menyatakan unsur lokasi agak jauh karena sudah hamper memasuki perbatasan antara Riau dan Sumbar. Upaya yang perlu dilakukan oleh pengelola dalam mempertahankan aspek lokasi adalah dengan menyediakan sumber daya manusia khusus yang senantiasa memperhatikan masalah tersebut.

Tabel 4. Atribut Harga Objek Wisata Henferd Land

Kategori	Jawaban Responden	Persentase
Sangat Baik	68	68.00%
Baik	25	25.00%
Cukup Baik	7	7.00%
Tidak Baik	0	0.00%
	100	100.00%

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari table diatas dapat dilihat pada harga objek wisata Henferd Land mayoritas mendapatkan tanggapan sangat baik dari responden ada sebanyak 68 orang yang menyatakan sangat baik atau 68%. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Henferd Landsangat terjangkau dengan biaya Rp. 15.000 /orang. Upaya yang perlu dilakukan oleh pengelola dalam mempertahankan aspek harga karena akan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung karena harga yang terjangkau

Tabel 5. Atribut Fasilitas Pendukung lain pada Objek Wisata Henferd Land

Kategori	Jawaban Responden	Persentase
Sangat Baik	35	35.00%
Baik	48	48.00%
Cukup Baik	16	16.00%

Tidak Baik	1	1.00%
	100	100.00%

Dari table diatas dapat dilihat pada fasilitas pendukung objek wisata Henferd Land mayoritas mendapatkan tanggapan baik dari responden ada sebanyak 48 orang yang menyatakan baik atau 48%. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas pendukung sudah memadai walaupun masih banyak yang menyatakan unsur fasilitas pendukung kurang memadai, seperti MCK yang masih kurang. Upaya yang perlu dilakukan oleh pengelola dalam mempertahankan aspek fasilitas penunjang adalah dengan menambah MCK, dan fasilitas lainnya.

Tabel 6. Atribut Tempat Parkir pada Objek Wisata Henferd Land

Kategori	Jawaban Responden	Persentase
Sangat Baik	27	27.00%
Baik	33	33.00%
Cukup Baik	39	39.00%
Tidak Baik	1	1.00%
	100	100.00%

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari table diatas dapat dilihat pada tempat parker objek wisata Henferd Land mayoritas mendapatkan tanggapan cukup baik dari responden ada sebanyak 39 orang yang menyatakan cukup baik atau 39%. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola tempat parkir masih belum maksimal, ini bisa dilihat dari tidak adanya pengarahan dari pihak pengelola untuk mengatur parker yang ada. Upaya yang perlu dilakukan oleh pengelola yaitu dengan membentuk tim khusus untuk menangani masalah parker, sehingga tidak terjadi kamacetan pada hari-hari tertentu terkhusus pada hari libur dan weekend.

Tabel 7. Atribut Cendramata atau oleh-oleh dari Objek Wisata Henferd land

Kategori	Jawaban Responden	Persentase
Sangat Baik	0	0.00%
Baik	10	10.00%
Cukup Baik	12	12.00%
Tidak Baik	78	78.00%
	100	100.00%

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari table diatas dapat dilihat pada Cendramata atau oleh-oleh dari Objek Wisata Henferd Land mayoritas mendapatkan

tanggapan tidak baik dari responden ada sebanyak 78 orang yang menyatakan tidak baik atau 78%. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola tempat wisata tidak menyediakan tempat khusus untuk Cendramata atau oleh-oleh dari Objek Wisata Henferd Land jadi setiap wisatawan yang datang tidak aka nada yang dibawa pulang. Upaya yang perlu dilakukan oleh pengelola yaitu dengan membuat gerai-gerai khas barang local atau tempatan yang dijual.

Tabel 8. Atribut Promosi Objek Wisata Henferd Land

Kategori	Jawaban Responden	Persentase
Sangat Baik	75	75.00%
Baik	21	21.00%
Cukup Baik	3	3.00%
Tidak Baik	1	1.00%
	100	100.00%

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari table diatas dapat dilihat pada promosi Objek Wisata Henferd Land mayoritas mendapatkan tanggapan sangat baik dari responden ada sebanyak 75 orang yang menyatakan sangat baik atau 75%. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola tempat wisata dalam mempromosikan Objek Wisata Henferd Land sangat gencar melalui iklan dan media online yang membuat semakin menarik wisatawan dalam berkunjung di obyek wisata Henferd Land. Upaya yang perlu dilakukan oleh pengelola yaitu dengan mempertahankan dan terus mempromosikan objek wisata

Tabel 9. Atribut Rumah Makan pada Objek Wisata Henferd Land

Kategori	Jawaban Responden	Persentase
Sangat Baik	54	54.00%
Baik	32	32.00%
Cukup Baik	13	13.00%
Tidak Baik	1	1.00%
	100	100.00%

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari table diatas dapat dilihat pada keberadaan rumah makan pada Objek Wisata Henferd Land mayoritas mendapatkan tanggapan sangat baik dari responden ada sebanyak 54 orang yang menyatakan sangat baik atau 54%. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola tempat wisata dalam menyediakan

tempat makan atau jajanan pada Objek Wisata Henferd Land sudah memadai dan banyak jenis makanan yang dibeli di sekitaran objek wisata Henferd Land. Upaya yang perlu dilakukan oleh pengelola yaitu dengan mempertahankan dan terus merapikan dan mengatur agar pengunjung merasa nyaman.

Tabel 10. Atribut Penginapan pada Objek Wisata Henferd Land

Kategori	Jawaban Responden	Persentase
Sangat Baik	56	56.00%
Baik	35	35.00%
Cukup Baik	8	8.00%
Tidak Baik	1	1.00%
	100	100.00%

Sumber : Hasil pengolahan data

Dari table diatas dapat dilihat pada penginapan pada Objek Wisata Henferd Land mayoritas mendapatkan tanggapan sangat baik dari responden ada sebanyak 56 orang yang menyatakan sangat baik atau 56%. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola tempat wisata dalam menyediakan tempat penginapan/home stay yang dapat disewa oleh pengunjung untuk menginap di Objek Wisata Henferd Land. Upaya yang perlu dilakukan oleh pengelola yaitu dengan menambah tempat penginapan dikarenakan pengunjung yang datang kebanyakan berasal dari luar kota. dan terus merapikan dan mengatur agar pengunjung merasa nyaman disaat menginap.

PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dari dampak kinerja pengelola berdasarkan kepuasan wisatawan maka peneliti dapat tarik kesimpulan yakni: kinerja pengelola suatu destinasi wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Pengelola yang efektif dapat meningkatkan kualitas layanan, fasilitas, dan pengalaman keseluruhan bagi wisatawan, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat kepuasan mereka, penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Mihajlović, I. (2014) dan Alananzeh, O. A., Al-Badarneh, M. B., Haddad, R. R., & Balas, M. A. (2018). yang menekankan pentingnya manajemen hotel dalam destinasi wisata dan dampaknya terhadap kepuasan wisatawan. bahwasannya pengelolaan destinasi di Istria,

Kroasia, dan menemukan bahwa pengelolaan yang efektif berdampak positif pada kepuasan wisatawan. Sebaliknya, pengelola yang kurang efektif atau tidak responsif dapat mengurangi kepuasan wisatawan dan berdampak negatif pada reputasi destinasi. Evaluasi dan perbaikan terus-menerus dalam kinerja pengelola penting untuk memastikan pengalaman wisatawan yang positif dan mendukung keberlanjutan destinasi wisata. Ryu, K., Lee, H. R., & Gon Kim, W. (2012) menyatakan bahwa kualitas layanan dan fasilitas yang dikelola dengan baik di restoran dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang bisa diaplikasikan pada destinasi wisata.

SIMPULAN

Pengelola objek wisata mutlak dilakukan pembenahan yang dilakukan hendaknya berdasarkan keinginan wisatawan. Jika keinginan wisatawan dapat diwujudkan, maka diharapkan mereka akan puas. Kepuasan mereka diharapkan dapat menjadikan mereka loyal. Sehingga mau berkunjung kembali dan ikut mempromosikan objek wisata kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan terhadap atribut yang ditawarkan pengelola objek wisata Henferd Land rata-rata mendapat kategori baik. Adapun atribut yang perlu segera diperbaiki untuk Henferd Land adalah kebersihan, Fasilitas pendukung, parker dan cendramata. Sedangkan yang perlu dipertahankan adalah Keindahan, Lokasi, Harga, strategi promosi, tempat makan dan tempat penginapan/homestay.

DAFTAR RUJUKAN

- Alifiana H.R dan Rimadewi S Pengembangan Kawasan Wisata Pesisir Talang Siring di Kabupaten, ITS-paper-28462-3609100012-Paper.pdf
- Alananzeh, O. A., Al-Badarneh, M. B., Haddad, R. R., & Balas, M. A. (2018). "The impact of hotel atmosphere on tourists' satisfaction in the Jordanian Dead Sea hotels."

- Journal of Tourism and Hospitality, 7(4), 1-7.
- Fandeli, Chafid. 1995. Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Faris Zakaria dan Rima Dewi Suprihardjo. 2014. Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. JURNAL TEKNIK POMITS Vol. 3. No.2. 2337-3520 (2301-9271 Print).
- Iskandar, I., Yapentra, A., & Risman, R. (2021). Tata Kelola Pariwisata Sungai Gelombang Berbasis Masyarakat Di Desa Sipungguk Kecamatan Salo Kabupaten Kampar. Jurnal Daya Saing, 7(2), 203-210.
- Kotler P. dan Keller K.L. 2012. Marketing management. 14th ed. Prentice Hall.
- Maryani. 1991. Objek dan daya tarik wisata. Retrieved on April 27, 2014, from [http://file.upi.edu/pariwisata/objek_daya_tarik_wisata_\(UTS\).pdf](http://file.upi.edu/pariwisata/objek_daya_tarik_wisata_(UTS).pdf)
- Mihajlović, I. (2014). "Tourism Destination Management in Croatia: A Case Study of Istria." European Journal of Tourism Research, 8, 64-80.
- McKercher, B. dan Hilary, D.C. 2002. Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural heritage Management. New York : The Haworth Hospitality Press.
- Muljadi, A.J. 2012. Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Ryu, K., Lee, H. R., & Gon Kim, W. (2012). "The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions." International Journal of Contemporary Hospitality Management, 24(2), 200-223.
- Suwena, Ketut. dan Widyatmaja. Ngurah. 2010. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Bali : Udayana University Press.
- Tjiptono F. 2005. Pemasaran Jasa. Malang : Bayumedia.
- Weaver, David dan Martin Opperman. 2000. Tourism Management. Brisbane, Australia: John Willey and Son.
- Yoeti, Oka. 1997. Pengantar Ilmu Pariwisata. Edisi Revisi. Bandung: Penerbit Angkasa.
- (<http://infobanknews.com/sector-pariwisata-menyerap-1023-juta-tenaga-kerja/>)