

Received : Februari 2019	Accepted : Februari 2019	Published : Februari 2019
--------------------------	--------------------------	---------------------------

Studi Perbandingan Kualitas Layanan Pantai Manggar dan Lamaru di Kota Balikpapan dengan Metode SERVQUAL

Bambang Jati Kusuma¹, Syahrul Karim², Yoghiana Mulyani³
^{1,2,3} Politeknik Negeri Balikpapan, Jl Soekarno Hatta Km 8 Balikpapan

Email : bambang.jati@poltekba.ac.id

Abstract

About 80 percent of the management of tourist attractions in Balikpapan and East Kalimantan are generally managed by local governments while 20 percent are only managed by the private sector. This study aims to determine the quality of tourism management services managed by local governments with the private sector with a case study of the attractions of Manggar and Lamaru beaches. Manggar Beach is managed by Disporapar Balikpapan (public sector), while Lamaru Beach is managed by the private sector (private sector). The hypothesis in this study is that the quality of Lamaru beach services is better than Manggar beach. This study uses a comparative method (comparison) by measuring SERVQUAL dimensions; Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy with 25 instruments. The instrument used in this study is intended to produce accurate data using a Likert scale. The number of respondents is 150 people who are domestic tourists as long as they have visited the two attractions. As a result, the quality of Lamaru beach services is far better than Manggar beach for all SERVQUAL dimensions.

Key Word : Tourism, Attraction, Service Quality, SERVQUAL

Abstrak

Sekitar 80 persen pengelolaan objek wisata di Balikpapan dan Kaltim pada umumnya dikelola oleh pemerintah daerah sedangkan 20 persen hanya dikelola oleh swasta. Penelitian ini bertujuan mengetahui kualitas layanan pengelolaan objek wisata yang dikelola pemerintah daerah dengan pihak swasta dengan studi kasus objek wisata pantai Manggar dan Lamaru. Pantai Manggar dikelola oleh Disporapar Balikpapan (public sector) sedangkan pantai Lamaru dikelola pihak swasta (private sector). Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah kualitas layanan pantai Lamaru lebih baik dibandingkan pantai Manggar. Penelitian ini menggunakan metode komparasi (perbandingan) dengan mengukur dimensi SERVQUAL; *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* dengan jumlah 25 instrumen. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat dengan menggunakan skala Likert. Jumlah responden sebanyak 150 orang yang merupakan wisatawan domestik dengan ketentuan telah mengunjungi kedua objek wisata. Hasilnya, kualitas layanan pantai Lamaru jauh lebih baik daripada pantai Manggar untuk semua dimensi SERVQUAL.

Kata Kunci : Pariwisata, Daya Tarik Wisata, Kualitas Layanan, SERVQUAL

1. Pendahuluan

Visi kota Balikpapan yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Kota Balikpapan Tahun 2005-2025 adalah “Terwujudnya Balikpapan sebagai Kota 5 Dimensi: Jasa, Industri, Perdagangan, Pariwisata, Pendidikan & Budaya dalam Bingkai Madinatul Iman (Pemda Kota Balikpapan, 2013).

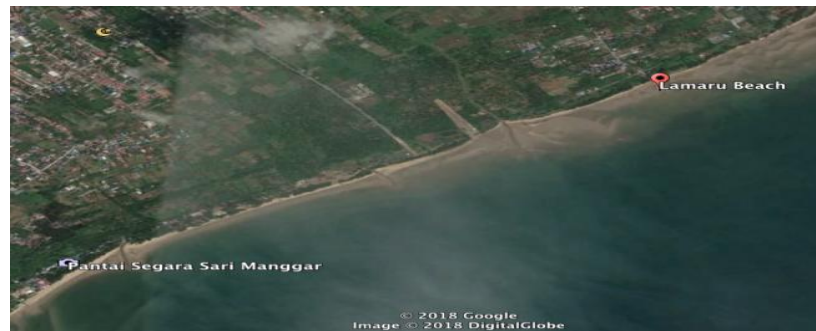
Pilar visi diatas, salah satunya bertumpu pada sektor pariwisata. Kepariwisataan menjadi salah satu bagian penting dalam pembangunan di kota Balikpapan. Tidak mengherankan, jika pengembangan produk wisata terus dikembangkan oleh berbagai komponen masyarakat, swasta dan pemerintah kota itu sendiri. Bidang ini diharapkan dapat menjadi penopang dalam menggerakkan ekonomi masyarakat termasuk Pendapatan Asli Daerah (PAD). Disadari,

kepariwisataan memberikan dampak positif dalam pertumbuhan ekonomi, sosial, lingkungan jika pengelolaannya dilakukan secara (Waani, 2016). Kontribusi ini didapatkan langsung dari aktivitas wisatawan yang berkunjung ke destinasi objek wisata (Tohidy Ardahaey, 2011)

Salah satu sumbangsih pariwisata dalam bidang ekonomi adalah melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD). Data Dinas Pemuda, Olaharga, dan Pariwisata Balikpapan 2017 menyebutkan kontribusi pajak dari sektor pariwisata yang meliputi; pajak hotel, restaurant, spa, tempat hiburan, rekreasi dan olahraga terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Balikpapan mencapai 35 persen atau setara Rp114 Miliar dari keseluruhan PAD Balikpapan sebanyak Rp555 miliar. Pemasukan tersebut juga berasal dari jumlah kunjungan wisatawan domestik sebanyak 2,3 juta orang dan 27 ribu wisatawan mancanegara.

Khusus wisatawan domestik, diperkirakan 70 persen berkunjung ke Pantai Manggar dan Lamaru dibandingkan 25 objek wisata yang telah ditetapkan oleh Disporapar Balikpapan. Dua objek wisata ini menjadi andalan kota Balikpapan. Ini terlihat dari rata rata kunjungan wisatawan domestik ke pantai Manggar dalam lima tahun terakhir sebanyak 200 ribu orang per tahun. Yakni tahun 2013 (201.350 orang); 2014 (197.600 orang); 2015 (204.300 orang); 2016 (185.500 orang); dan 2017 (247.041 orang). Sedangkan pantai Lamaru rata rata 140 ribu orang pertahun, yakni tahun 2013 (160.000 orang), 2014 (140.000), 2015 (120.000 orang); 2016 (135.000 orang); dan 2017 (150.000 orang) (Data, pengelola pantai Lamaru, 2017).

Secara lokus, kedua objek wisata tersebut berada dilokasi yang sama yakni dipesisir pantai perairan Balikpapan seperti terlihat pada gambar 1.1. Keduanya saling berdampingan. Namun secara pengelolaan kedua pantai ini dilakukan secara berbeda. Pantai Manggar dikelola oleh Disporapar melalui Unit Pengelola Teknis (UPT) Pantai Manggar sedangkan pantai Lamaru dikelola oleh swasta melalui Hotel Grand Senyuir yang tergabung dalam Sumber Mas Group.



Gambar 1.1 Peta lokasi pantai Manggar dan Lamaru Balikpapan
Sumber : Google Eart, 2018

Tingginya pemilihan kunjungan oleh wisatawan domestic terhadap kedua objek wisata pantai tersebut didasarkan kualitas layanan yang disediakan oleh pengelola, mulai dari daya tarik, sarana dan prasarana atau fasilitas penunjang hingga penetapan harga tiket masuk. Oleh karenanya melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui penilaian persepsi wisatawan domestik terhadap kedua objek wisata tersebut ditinjau dari kualitas layanan pengelola.

Tujuan akhirnya mengentahui secara eksplisit perbandingan pengelolaan objek wisata yang dikelola oleh sektor publik (pemerintah) dalam hal ini Disporapar Balikpapan dengan sektor privat (swasta). Selain itu, menambah khazanah pembelajaran pariwisata di Perguruan Tinggi mengenai perbandingan pengelolaan sektor public dengan privat. Karena sekitar 80 persen pengelolaan objek wisata di Balikpapan dan Kaltim pada umumnya dikelola oleh

pemerintah daerah sedangkan 20 persen hanya dikelola oleh swasta. Hasil ini juga dapat memberikan masukan kepada pemangku kepentingan dalam mengambil kebijakan pengelolaan objek wisata.

1.1 Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memiliki kekuatan menarik pengunjung untuk mengunjungi suatu objek (Anuar, Ahmad, Jusoh, & Hussain, 2012). Hal senada disampaikan oleh (Zaenuri, 2012; Aprilia S, 2017), daya tarik wisata, sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata. Lebih lanjut (Zaenuri, 2012; Aprilia S, 2017), menjelaskan daya tarik dapat berupa objek wisata dan atraksi wisata. Atraksi wisata merupakan daya tarik wisata yang dapat dilihat lewat pertunjukan dan membutuhkan persiapan bahkan memerlukan pengorbanan untuk menikmatinya. Pernyataan yang sama disampaikan oleh (Koutoulas, 2004) atraksi adalah alasan orang bepergian dan mengkonsumsi pengalaman mengunjungi tempat-tempat wisata. Sedangkan objek wisata menurut (Yoety, 1986; Rifaul Kirom & Wayan Jaman Adi Putra, 2016) merupakan daya tarik wisata yang bersifat statis dan *tangible* serta tanpa perlu ada persiapan terlebih dahulu untuk menikmatinya.

Dalam perkembangannya atraksi wisata tidak hanya sekedar objek yang dikunjungi oleh wisatawan. Namun ada banyak indikator atau instrument pemicu sehingga dikunjungi wisatawan. Leiper 1990; Yusof, Shah, & Geok, 2012) mengemukakan bahwa atraksi wisata sebagai sistem yang terdiri dari tiga elemen yakni wisatawan atau elemen manusia, inti atau elemen sentral dalam hal ini objek dan penanda atau elemen informatif. Semuanya terhubung satu sama lain. Keterhubungan ini mengakibatkan sistem pariwisata. Bagi (Pearce, 1991; Smith 1994; Panasiuk, 2017) atraksi wisata akan tercipta dengan baik jika diintervensi oleh manusia. Dimana daya tarik akan semakin menarik jika ada pengelola atau management. Selanjutnya (Cooper, 1995; Lu & Nepal, 2009) menyatakan daya tarik wisata harus mempunyai 4 (empat) komponen yaitu : *Attraction* (Atraksi atau daya tarik), *Accessibilities* (Aksesibilitas), *Amenities* (Amenitas atau fasilitas), dan *Ancillary services* (jasa pendukung pariwisata)”. Bahkan lebih jauh, (Lu & Nepal, 2009) menyatakan atraksi wisata sebagai fokus untuk rekreasi dan sebagian kegiatan pendidikan yang dilakukan oleh pengunjung. Ini menekankan pada pengalaman wisatawan dalam mengunjungi objek wisata sebagai fokus dari daya tarik. Pengalaman baik itu akan tercipta jika empat komponen diatas dapat tercipta dengan baik pula.

Setiap manusia memiliki penilaian atau sudut pandang yang berbeda. Meskipun ada yang sama namun memiliki alasan yang berbedabeda. Hal yang sama pun terjadi pada wisatawan atau pengunjung. Mereka memiliki perbedaan dalam menilai suatu objek wisata. Waidi, 2006; Handoko & Swasta, 2000) mengemukakan perbedaan tersebut bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman dan sudut pandangnya. Lebih jauh ia menjelaskan penilaian atau persepsi berhubungan dengan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara berbeda-beda. Menggunakan alat indera yang dimiliki, kemudian berusaha untuk menafsirkannya. Hasil persepsi baik positif maupun negatif akan ketika ada stimulus yang memicunya, ada kejadian yang membukanya. Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya.

Carothers & Reis, (2013) mengartikan persepsi merupakan sebuah proses konstruktif dimana kita menerima stimulus dan berusaha untuk memahami situasi yang bermakna. Dalam konteks kepariwisataan, persepsi pada dasarnya perbedaan penilaian wisatawan (pengunjung) terhadap objek yang sama dengan hasil yang berbedabeda. Perbedaan itu dipengaruhi banyak faktor, tingkat pendidikan, pengalaman, dan cara pandangan terhadap objek wisata. Berdasarkan konseptualisasi kualitas layanan, ada beberapa model dalam literatur yang

telah digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Gronroos, 1984; Chaturvedi, 2017) menyatakan bahwa aspek teknis dan fungsional merupakan elemen penting dalam menilai dan mengukur layanan. Dia mengidentifikasi tiga dimensi kualitas layanan: teknis kualitas, kualitas dan gambar fungsional. Kualitas teknis terkait dengan kualitas apa pelanggan menerima dari interaksi dengan perusahaan / penyedia layanan dan memiliki bagian penting dalam mengevaluasi kualitas layanan. Kualitas fungsional terkait dengan jalannya bagaimana layanan disampaikan sementara gambar dibangun oleh kualitas teknis dan fungsional.

Kualitas layanan pada dalam kepariwisataan adalah tercapainya harapan seseorang terhadap suatu objek yang dikunjungi atau harapan yang diinginkan sesuai dengan kondisi nyata. Oliver, 1980; Chaturvedi, 2017) mengutarakan kepuasan pelanggan adalah elemen penting dalam menciptakan dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pelanggan lebih cenderung mengambil lagi produk yang sama dan mengabaikan merek lain yang belum memenuhi harapan mereka.

1.2 Dimensi Kualitas Layanan

Parasuraman et al. 1985; Tabaku dan Cerri, 2016; Kumar, 2018) mengusulkan bahwa kualitas layanan adalah fungsi dari perbedaan antara harapan dan persepsi layanan. Berdasarkan analisis kesenjangan dan pada 5 dimensi kualitas yang disebut SERVQUAL yakni *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. (Hung-Chih Yu et al. 2005; Triwibowo, Rukmi, Harsono, 2014), mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa pada tempat rekreasi dan liburan, yaitu *assurance*, *responsiveness*, *participants*, *reliability*, dan *tangibles*. Yusof dan Rahman, 2011 dalam hasil penelitiannya di danau Kavar mengemukakan enam dimensi dalam menentukan kualitas jasa pada danau Kenyir di Malaysia, yaitu *sustainable*, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

1.3 Hipotesis Komparatif

Hipotesis komparatif, Ulber (2005) adalah dugaan atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang mempertanyakan perbandingan (komparasi) antara dua variabel penelitian. Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah kualitas layanan pantai Lamaru lebih baik dengan pantai Manggar.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode komparasi. Menurut Winarno 1986, komparasi adalah penyelidikan deskriptif yang berusaha mencari pemecahan melalui analisis tentang hubungan sebab akibat, yakni memilih faktor-faktor tertentu yang berhubungan dengan situasi atau fenomena yang diselidiki dan membandingkan satu faktor dengan faktor lain. Studi komparasi adalah suatu bentuk penelitian yang membandingkan antara variabel-variabel yang saling berhubungan dengan mengemukakan perbedaan-perbedaan ataupun persamaan-persamaan dalam sebuah kebijakan dan lain - lain.

Berdasarkan dimensi SERVQUAL akan ditentukan sejumlah variabel penelitian untuk mengukur dan mengetahui kualitas layanan pantai Manggar dan Lamaru berdasarkan persepsi pengunjung, meliputi : *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* dengan jumlah 25 instrumen. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 1 : Skala Pengukuran Penelitian

Skala Likert	Persentase (%)	Tingkat Kepuasan Layanan
Skala I	0-25	Sangat Tidak Puas
Skala II	26-50	Tidak Puas
Skala III	51-75	Puas
Skala IV	76-100	Sangat Puas

Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik. Wisatawan domestik yaitu warga suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri (McIntosh, R.W. & Goeldner, C.R. 1986).

Dalam pengumpulan data menggunakan teknik *random sampling* terhadap 150 pengunjung dengan mempertimbangkan kriteria pengunjung, yakni mereka yang sebelumnya telah mengunjungi pantai Manggar dan Lamaru sehingga dapat membedakan kondisi pantai. Penentuan jumlah responden menggunakan rumus Solvin dengan tingkat kepercayaan 95 persen. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner. Pengolahan data penelitian ini menggunakan rumus persentase : $P=f/n \times 100$

3. Hasil dan Pembahasan

Pantai Manggar dan Lamaru merupakan salah satu objek wisata pantai yang terdapat di Kecamatan Balikpapan Timur, kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Secara geografis, kedua pantai berdampingan satu sama lain. Keduanya dapat ditempuh sekitar 30 menit dari Bandara Internasional Sultan Aji Muhammad Sulaiman Sepinggang Balikpapan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa dari sisi demografis wisatawan domestik yang berkunjung diketahui berasal dari daerah disekitar kota Balikpapan. Wisatawan asal Kutai Kartanegara paling banyak mengunjungi pantai Manggar (53 persen), Balikpapan (34 persen), Penajam (10 persen), dan wisatawan berasal dari beberapa daerah lainnya sebesar 3 persen. Sedangkan di pantai Lamaru, warga Balikpapan (64 persen), Kutai Kartanegara (20 persen), Penajam 9 persen, dan wisatawan dari daerah lainnya 7 persen.

Berdasarkan jenis wisatawan yang melakukan perjalanan wisata diketahui wisatawan yang berkunjung jenis wisatawan berkelompok (*grup tourism*) 94 persen, sedangkan wisatawan secara mandiri (*individual tourism*) hanya 6 persen. Hal ini sesuai dengan karakteristik objek wisata pantai sebagai *mass tourism*, yakni wisatawan biasanya datang berbondong-bondong ke sebuah destinasi. Situasi ini biasanya terjadi karena destinasi tersebut telah *over-exposed* dan terkenal, Kartajaya, 2013. Jenis pekerjaan wisatawan yang berkunjung dikedua pantai sebagian besar adalah pekerja swasta (65 persen), ASN (25 persen), lainnya wiraswasta sebanyak 10 persen. Kondisi ini sesuai dengan karakteristik ketiga daerah, Kutai Kartanegara, Balikpapan dan Penajam sebagai daerah industrialisasi, dimana mereka lebih memilih berwisata pada akhir pekan.

Motivasi wisatawan mengunjungi kedua pantai adalah beristirahat, relaksasi dan berkumpul dengan keluarga (67 persen), melarikan diri dari kegiatan sehari-hari 25 persen, menjauhkan diri dari stress 5 persen, dan 3 persen menemui hal baru dan bersosialisasi. Pada intensitas kunjungan, sebanyak 80 persen wisatawan telah berkunjung lebih dari satu kali dikedua pantai dan 20 persen baru pertama kali mengunjungi Manggar dan Lamaru.

3.1 Kualitas Layanan Pantai Manggar dan Lamaru

Hasil persentase penilaian lima dimensi kualitas layanan dikedua pantai diketahui jika wisatawan domestic sangat puas dengan layanan pantai Lamaru dibandingkan pantai Manggar. Tingkat persentase pantai Lamaru diatas 86 persen sedangkan pantai Manggar hanya maksimal 70 persen seperti yang terdapat pada tabel 2. Ini menandakan bahwa seluruh instrumen setiap dimensi kualitas layanan pada pengelolaan pantai Lamaru berjalan dengan baik.

Tabel 2 : Hasil Perbandingan Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Kualitas Layanan (SERQUAL) Pantai Manggar dan Lamaru (persentase)

Variabel	Manggar (%)	Lamaru (%)
Fisik	66.8	86.4
Empaty	69.2	86.9
Kehandalan	74.2	90
Cepat Tanggap	78.8	90.5
Jaminan	63.3	86
Rata Rata	70.4	87.9

Sumber : Hasil olah data primer, 2018

3.1.1 Dimensi Fisik(*Tangible*)

Secara keseluruhan instrument kualitas layanan pada dimensi fisik, pantai Lamaru (86 persen) lebih baik dibandingkan pantai Manggar (66.8 persen). Pada pantai Manggar ada dua instrument yang memiliki tingkat penilaian rendah dari wisatawan domestic dibawah 50 persen, yakni fasilitas pantai (toilet, kamar mandi) hanya 43,1 persen dan sarana kuliner (kantin, restoran atau rumah makan) 43,8 persen seperti terlihat pada tabel 3. Ini menandakan bahwa bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan wisatawan. Ini sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001: 32). Sebaliknya aktualisasi bentuk fisik yang buruk akan memberikan kesan buruk terhadap pelanggan. Ini akan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali datang mengunjungi objek wisata.

Tabel 3 : Hasil Perbandingan Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Fisik Kualitas Layanan (SERVQUAL) Pantai Manggar dan Lamaru (persentase)

Variabel	Instrumen	Manggar (%)	Lamaru (%)
Fisik	Kawasan pantai nyaman dan bersih	58.7	91.5
	Fasilitas pantai (toilet, kamar mandi)	43.1	77.8
	Fasilitas mushollah	58.2	85.4
	Sarana informasi (pusat informasi, tour guide, dan media informasi)	86.8	84.1
	Tempat Parkir	70.1	93.8
	Sarana kuliner (kantin, restoran, atau warung makan)	43.8	79.8
	Kondisi bangunan dan fasilitas yang baik di kawasan wisata	55.2	80.5

Sarana komunikasi (sinyal telepon seluler, telepon umum, internet, termasuk stop kontak untuk telepon seluler dan laptop)	91.5	91.1
Sarana dan prasarana transportasi yang memadai menuju kawasan wisata	94.2	93.8

Sumber : Hasil olah data primer, 2018

3.1.2 Dimensi Perhatian (*Empaty*)

Pada dimensi *empaty* yang memuat 5 instrumen pantai Lamaru memiliki tingkat kepuasan wisatawan domestik mencapai 86,9 persen sedangkan pantai Manggar hanya 69,2 persen (terdapat pada tabel 4). Responden menilai bahwa petugas pantai Lamaru memberikan perhatian yang tulus kepada para wisatawan domestik dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hal yang sama dikemukakan Tjiptono, (2012:175) perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Tabel 4 : Hasil Perbandingan Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi *Empaty* Kualitas Layanan (SERVQUAL) Pantai Manggar dan Lamaru (persentase)

Variabel	Instrumen	Manggar (%)	Lamaru (%)
Empaty	Karyawan Jujur	63.8	87.4
	Karyawan Ramah	69.5	85.6
	Karyawan selalu membantu	74.8	89.1
	Karyawan kompeten	66.4	76.3
	Penampilan Karyawan rapi dan bersih	71.5	96.1

Sumber : Hasil olah data primer, 2018

3.1.3 Dimensi Keandalan (*Realibility*)

Pada dimensi keandalan, layanan pantai Lamaru (74,2 persen) jauh lebih baik dibandingkan pantai Manggar (90 persen). Terhadap 4 instrumen dalam penilaiannya ini dan hanya instrument “waktu operasional sesuai jadwal yang telah ditetapkan” memiliki tingkat penilaian yang sama. Sedangkan tiga instrument lainnya memiliki disparitas penilaian yang cukup jauh.

Hasil ini menggambarkan bahwa kemampuan pengelola pantai Lamaru untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja pengelola atau manajemen sesuai dengan harapan pelanggan. Terutama pada ketepatan waktu dan memberikan pelayanan dengan akurasi yang tinggi dengan meminimalkan kesalahan pelayanan. Hal ini ditegaskan (Parasuraman, 2001: 48) setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.

Tabel 5 : Hasil Perbandingan Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Kehandalan Kualitas Layanan (SERVQUAL) Pantai Manggar dan Lamaru (persentase)

Variabel	Instrumen	Manggar (%)	Lamaru (%)
Kehandalan	Jasa sesuai dengan yang dipromosikan	74	94.3
	Waktu operasional sesuai jadwal yang telah ditetapkan	93.1	92.3
	Harga yang bersaing dan wajar (tiket, akomodasi, barang, makanan)	64.7	87.5
	Pemesanan dengan garansi penuh	65.1	86.2

Sumber : Hasil olah data primer, 2018

3.1.4 Dimensi Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

Penilaian responden terhadap dimensi cepat tanggap pantai Lamaru memiliki tingkat persentase 90,5 persen sedangkan pantai Manggar 78,8 persen. Ada dua instrument yang memiliki nilai sama pada kedua pantai yakni memberikan informasi akurat dan memberikan pertolongan cepat diatas 90 persen (lihat tabel 5). Pada dasarnya kedua pengelola pantai telah menerapkan kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada wisatawan domestic yang berkunjung dengan penyampaian informasi yang jelas. Ini menandakan bahwa pengelola telah berhasil menerapkan aspek pelayanan untuk mempengaruhi perilaku wisatawan domestic. Yakni mampu memberikan penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerjanya berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001:52).

Tabel 5 : Hasil Perbandingan Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Cepat Tanggap Kualitas Layanan (SERVQUAL) Pantai Manggar dan Lamaru (persentase)

Variabel	Instrumen	Manggar (%)	Lamaru (%)
Cepat Tanggap	Memberikan pelayanan akurat	66.7	87.4
	Memberikan informasi akurat	91.3	94.2
	Memberikan pertolongan cepat dan tepat	92.1	93.1
	Semua keluhan pelanggaran direspon oleh petugas	65.1	87.3

Sumber : Hasil olah data primer, 2018

3.1.5 Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Pada layanan kualitas dimensi Jaminan (*Assurance*), pantai Lamaru jauh lebih baik dibandingkan pantai Manggar (seperti terlihat pada tabel 6). Ada satu instrument yakni tingkat keamanan yang tinggi bagi wisatawan kedua pantai dinilai responden memiliki nilai tinggi. Ini menandakan bahwa keselamatan jiwa wisatawan mendapat perhatian dari pengelola pantai. Dengan hasil penilaian responden juga menggambarkan bahwa secara keseluruhan karyawan pengelola kedua pantai telah mampu memiliki pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Menurut Tjiptono (2012 : 175) berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan

karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).

Tabel 6 : Hasil Perbandingan Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Jaminan Kualitas Layanan (SERVQUAL) Pantai Manggar dan Lamaru (persentase)

Variabel	Instrumen	Manggar (%)	Lamaru (%)
Jaminan	Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan	54.1	78.3
	Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan	67.1	88.5
	Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.	43.1	86.3
	Tingkat keamanan yang tinggi bagi wisatawan	89.1	91.2

Sumber : Hasil olah data primer, 2018

4. Kesimpulan

Hasil penelitian diketahui bahwa pengelolaah pantai Lamaru yang dikelola oleh pihak swasta (*private sector*) telah berhasil memberikan kualitas layanan yang lebih baik kepada wisatawan domestik yang berkunjung dibandingkan dengan layanan yang diberikan oleh pengelolaah pantai Manggar yang dikelola Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pantai Manggar (*public sector*).

5. Saran

Kedepan, Pemerintah kota Balikpapan perlu melakukan sinergi pengelolaan dengan pihak ketiga terhadap objek wisata yang dimiliki oleh pemerintah kota Balikpapan. Ini sekaligus akan memberikan nilai lebih dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD).

6. Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini didanai oleh DIPA Poltekba Tahun Anggaran 2017 dengan nomor kontrak : 16/PL32.13/SPK-LT/2017. Terimakasih kami sampaikan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Balikpapan atas dukungan dana yang diberikan sehingga penelitian ini bisa terlaksana.

Daftar Pustaka

- Anuar, A. N. A., Ahmad, H., Jusoh, H., & Hussain, M. Y. (2012). The roles of tourism system towards development of tourist friendly destination concept. *Asian Social Science*, 8(6), 146–155. <https://doi.org/10.5539/ass.v8n6p146>
- Aprilia S, P. E. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kab. Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 51 No.(1), 16–21. [https://doi.org/10.1016/0377-2217\(84\)90040-7](https://doi.org/10.1016/0377-2217(84)90040-7)
- Carothers, B. J., & Reis, H. T. (2013). Men and women are from Earth: Examining the latent structure of gender. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(2), 385–407. <https://doi.org/10.1037/a0030437>
- Chaturvedi, R. K. (2017). Mapping service quality in hospitality industry: A case through SERVQUAL. *Asian Journal of Management*, 8(3), 413. <https://doi.org/10.5958/2321-5763.2017.00066.X>

- Handoko, & Swasta. (2000). Motivasi, Persepsi, Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Di Minahasa, *1*(3), 75.
- Koutoulas, D. (2004). Understanding the tourist product. *Interim Symposium of the Research Committee on International Tourism (RC 50) of the International Sociological Association (ISA) on the Topic: "UNDERSTANDING TOURISM - THEORETICAL ADVANCES,"* (May), 1–22. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2250.4806>
- Kumar, A. (2018). Service Quality Management : A Conceptual Framework for Front Office Departments in Hotel Industry Service Quality Management, (June).
- Lu, J., & Nepal, S. K. (2009). Sustainable tourism research: An analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, *17*(1), 5–16. <https://doi.org/10.1080/09669580802582480>
- Mill, Robert, dan Morrison. 1985. *The Tourism System*. New Jarsley: Prentice hall International
- McIntosh, R.W. & Goeldner, C.R. (1986). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*, *5th ed.* John Wiley & Sons, New York.
- Panasiuk, A. (2017). From Basic Tourism Products to a Comprehensive Offer of a Tourism Area, (1).
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L. Berry 1988 SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing* *64*:12-37.
- Pemda Kota Balikpapan. (2013). *Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kota Balikpapan Tahun 2005–2025*. Balikpapan.
- Rifaul Kirom, N., & Wayan Jaman Adi Putra, I. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, *1*(3), 536–546.
- Tohidy Ardahaey, F. (2011). Economic Impacts of Tourism Industry. *International Journal of Business and Management*, *6*(8), 206–215. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n8p206>
- Waani, H. F. (2016). Sosial Budaya Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kelurahan Bunaken Kecamatan Bunaken Kota Manado. *E-Journal "Acta Diurna,"* *V*(2).
- Yusof, A., Shah, P. M., & Geok, S. K. (2012). Application of Leiper's tourist attraction system to small-scale Sport event tourism in Malaysia. *World Applied Sciences Journal*, *18*(7), 896–900. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2012.18.07.2045>