



wonderful
Indonesia 

Jurna Hospitality

VOL 3 NOMOR 2 MARET 2017

Jl. Raya Jabon KM.0,7, Tambak Rejo, Gayaman,
Mojoanyar, Mojokerto, Jawa Timur 61364

ISSN:2338-7440

SUSUNAN PENGURUS JURNAL HOSPITALITY

PENANGGUNG JAWAB

Direktur Akpar Majapahit Surabaya
Ir. Juwono Saroso, MM., MM Par

Ketua Penyunting

Hedy Wahidin Saleh, SH., MBA., MSi.Par

Mitra Bestari (Penyunting Ahli)

Prof. Dr. Dr. Soetomo WE., MPD – STIEPARI Semarang

Penyunting Pelaksana

Otje Herman Wibowo, Amd., SE., M Par
Paulus Sutrisno W., SST Par., M Par
Dewi Mariyanah, SST. Par., M.Par
Renny Savitri, SST. Par., M Par
Agus Sudarsono, SST. Par., M Par

Dewan Redaksi

Drs. Ec Andrian LB, MBA., MM., M.Par
Astinah, Amd Par

Alamat Redaksi

Akademi Pariwisata Majapahit
Jl. Jemursari 244 Surabaya
Telp. 0318410109, Fax 0318432050
E-mail akparmajapahit@gmail.com
www.majapahit.org

SYARAT ARTIKEL

1. Artikel origin, belum dimuat dimedia (jurnal) manapun juga, berupa hasil penelitian, pengabdian kepada masyarakat, kajian pustaka, orbatorium dan kajian-kajian lain yang setara;
2. Sistematika penulisan
 - a. Artikel hasil penelitian
 - Judul
 - Nama penulis dan alamat E-mail
 - Abstrak
 - Kata kunci
 - Pendahuluan (permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian
 - Kajian pustaka
 - Metode Penelitian
 - Hasil dan Pembahasan
 - Simpulan (dan saran bila diperlukan)
 - Daftar rujukan
 - b. Artikel essay:
 - Judul
 - Nama Penulis dan alamat Email
 - Abstrak
 - Kata kunci
 - Pendahuluan
 - Isi
 - Simpulan
 - Daftar pustaka
3. Teknik pengutipan menggunakan format author date page (ADP)
4. Daftar rujukan menggunakan format author date page (ADP)
5. Artikel berbahasa Indonesia menggunakan ejaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, artikel berbahasa Inggris menggunakan American atau British style
6. Artikel diketik menggunakan computer, menggunakan program Microsoft Word for Windows, berspasi 1 (satu) pada kertas HVS A 4, margin kanan, atas dan bawah 3 cm, dan margin kiri 4 cm, antara 10 sampai dengan 15 halaman sudah termasuk gambar, tabel, ilustrasi dan daftar pustaka
7. Artikel dikirimkan dalam 2 copy ke alamat tredaksi Jurnal Hopitality:
Akademi Pariwisata Majapahit
Jl. Raya Jemursari 244 Surabaya
Telp. 0318410109, Fax 0318432050
E-mail akparmajapahit@gmail.com
www.majapahit.org

KATA PENGANTAR

Atas berkat rahmad Tuhan yang Maha Esa, Redaksi Jurnal Hospitality mampu menerbitkan Volume III nomor 2 edisi bulan Maret 2016. Jurnal Hospitality Volume III nomor 2 ini berisi hasil penelitian dosen-dosen Akademi Pariwisata Majapahit di obyek wisata minat khusus, hotel dan restoran.

Periwisata mengalami pergeseran dari mass tourism ke arah alternative tourism yang small scale dan religius. Objek dan daya tarik wisata minat khusus yang memanfaatkan ke-religius-an sebagai objek wisata, bukan hanya untuk berwisata, tetapi juga untuk edukasi. Suasana mistis pada setiap acara ritual yang digelar meskipun dengan fasilitas yang masih sangat sederhana, sehingga tidak mudah mengenal tipologi wisatawan yang berkunjung.

Kualitas layanan hotel dan restoran selalu menjadi isu utama, oleh karenanya selalu menarik untuk diteliti.

Semoga jurnal edisi ini memberikan nuansa akademis, sebagai sebuah atmosphere yang juga memberikan pengetahuan empiric agar kampus tidak menjadi menara gading. Akhirnya jurnal Hospitality menantikan sumbangan artikel untuk penerbitan nomor berikutnya.

Selamat membaca

Pimpinan Redaksi

DAFTAR ISI

Susunan Redaksi	1
Kata Pengantar	2
Daftar Isi	3
Faktor-Faktor Yang Menentukan Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan Hotel Merdeka Madiun <i>Bambang Soetrisno</i>	 5
Faktor Yang Menentukan Jenjang Karir Karyawan Di Hotel Merdeka Madiun <i>Yuda Agustian</i>	 17
Pengaruh Kualitas Layanan Guest Laundry Terhadap Kepuasan Tamu Hotel Majapahit <i>Endang Sri Rahajoe</i>	 31
Opini Wisatawan Terhadap Obyek Wisata Minat Khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo <i>Renny Savitri</i>	 47
Deskripsi Aktivitas Wisatawan Obyek Wisata Minat Khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo Kediri <i>Haris Suseno</i>	 59
Implementasi Komposisi Garnish Untuk Menghasilkan Wedding Cake Berkualitas <i>Otje Herman Wibowo</i>	 71
Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Trowulan Mojokerto <i>Sri Dwi Utari</i>	 85
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Marvelicious Food Court Surabaya <i>Erna Nursiyah Tanoyo</i>	 98

FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN PENINGKATAN PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN HOTEL MERDEKA MADIUN

BAMBANG SOETRISNO
Dosen Akpar Majapahit
bam151622@gmail.com

Abstrak

Faktor-faktor yang mendorong peningkatan peroduktivitas kerja karyawan Hotel Merdeka Madiun adalah motivasi dan disiplin kerja yang diterapkan secara adil, Sebagian besar karyawan merasa bersemangat dan termotivasi untuk giat berkerja karena faktor lingkungan, iklim kerja, kesempatan pengembangan jenjang karir dan manajemen yang baik sehingga dapt meningkatkan produktivitas kerja.

Kata kunci: motivasi, disiplin kerja, produktivitas kerja

PENDAHULUAN

Produktivitas kerja karyawan bukan hanya lambang keberhasilan karyawan, tetapi lebih identik dengan keberhasilan perusahaan. Faktor produktifitas kerja terhalang oleh keadaan.dan kemampuan. Sikap yang demikian membuat seseorang selalu mencari perbaikan-perbaikan dan pengkatan-peningkatan. Orang yang mempunyai sikap tersebut terdorong untuk menjadi dinamis, kreatif, inovatif serta terbuka, tetapi kritis terhadap ide-ide baru dan perubahan-perubahan. Produktivitas kerja karyawan diukur dengan produktivitasnya.

Upaya peningkatan produktivitas kerja karyawan di Hotel Merdeka Madiun, tidak berbanding lurus, ini dikarenakan adanya hambatan tentang masalah kebijakan mengenai kompensasi dan karir. Sehingga nantinya dapat ditemukan faktor yang paling dominan dalam upaya untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan Hotel Merdeka Madiun.

Produktivitas kerja seseorang disatu sisi tergantung pada keahlian dan disisi lain dipengaruhi oleh sikapnya terhadap pekerjaan yang dinyatakan dalam bentuk disiplin dan moral kerja. Seseorang yang terampil dan ahli mungkin akan lebih rendah produktivitas kerja karena disiplin moral kerja yang rendah dan sebaliknya yang terampil dan keahlian rendah tidak mustahil produktivitas kerja lebih tinggi karena disiplin dan moral kerja tinggi.

Apabila seseorang ada motivasi yang kuat maka akan timbul kegairahan untuk melakukan pekerjaan dan timbul semangat bekerja dengan kelompok sehingga terjalin suasana harmonis. Bila suatu perusahaan dimana karyawan kurang motivasi, maka produktivitas kerja akan rendah sehingga hasil produksi yang dicapai oleh perusahaan akan rendah pula.

Motivasi berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan disebabkan karena motivasi berhubungan erat dengan semangat dan gairah kerja karyawan yang dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan seperti yang diinginkan. Kesimpulannya apabila suatu perusahaan dimana motivasi dari karyawan sangat rendah, maka produktivitas kerja akan rendah pula. Akan tetapi apabila motivasi karyawan tinggi, maka akan mempermudah karyawan tersebut dalam menunjang perusahaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Disiplin kerja merupakan sarana perilaku yang penting dalam mencapai hasil kerja yang baik. Adanya pengaruh positif disiplin kerja terhadap produktivitas kerja. Kedisiplinan merupakan fungsi operatif dari manajemen sumber daya manusia yang terpenting karena semakin baik disiplin karyawan, maka semakin tinggi produktivitas kerja karyawan itu sendiri.

Persyaratan tersebut juga mempunyai arti, tanpa disiplin karyawan yang baik, maka sulit bagi perusahaan mencapai hasil yang optimal. Dan mengenai pengaruh positif dari motivasi kerja terhadap produktivitas kerja adalah sesuatu kerja yang menimbulkan semangat atau dorongan. Kuat dan lemahnya motivasi kerja seorang tenaga kerja ikut menentukan besar kecilnya produktivitas kerjanya. Kurangnya motivasi kerja karyawan pada Taman Budaya Jawa Timur menyebabkan rendahnya produktivitas kerja karyawannya

Kebijakan mengenai pemberian kompensasi dan pengembangan karir sebagai timbal balik atas jasa yang diberikan karyawan terhadap perusahaan berbanding lurus dengan produktivitas kerja karyawan. Ketidakpuasan karyawan atas kompensasi dan jenjang karir yang diterima akan menyebabkan semakin rendahnya tingkat produktivitas kerja karyawan.

Penelitian ini dilakukan setelah mengamati beberapa gejala yang terjadi di Hotel Merdeka Madiun , sehingga akan ditemukan adanya peranan jenjang karir terhadap tingkat produktivitas kerja karyawan di hotel tersebut. Selain itu, penelitian ini juga dimaksudkan untuk mencari informasi apakah faktor jenjang karir yang paling berpengaruh terhadap tingkat produktivitas karyawan Hotel Merdeka Madiun . Setelah itu penelitiberharap untuk dapat mencari pemecahan yang logis dan realistis.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah faktor yang mendorong peningkatan produktivitas kerja karyawan/wati Hotel Merdeka Madiun ?
2. Apakah upaya pihak manajemen Hotel Merdeka Madiun untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan ?

TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui faktor faktor yang yang mendorong peningkatan produktivitas kerja karyawan Hotel Merdeka Madiun .
2. Mengetahui upaya upaya pihak manajemen Hotel Merdeka Madiun untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawannya.

KAJIAN PUSTAKA

Produktivitas pada dasarnya mencakup sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwa kehidupan hari ini harus lebih baik dari hari kemarin, dan hari esok harus lebih baik dari hari ini. Cara kerja dan hasil yang dicapai esok harus lebih banyak atau lebih baik dari yang diperoleh kemarin. Menurut Hadari Nawaai (1990 : 96) : “Produktivitas kerja diartikan sebagai ukuran tingkat kemampuan pekerja secara individual dalam menghargai hasil kerjanya serta keikutsertaan dalam menghasilkan barang/jasa sebagai produk organisasinya”. Menurut Winardi (1995 : 393): “Produktivitas adalah jumlah yang dihasilkan setiap pekerjaan dalam jangka waktu tertentu. Hal ini tergantung pada perkembangan teknologi alat produksi, organisasi dan manajemen syarat kerja dan banyak faktor lain”. Menurut Paul Mali, yang dikutip oleh Dr.Sedarmayanti, M.Pd. (2001: 57-58), mengemukakan bahwa “Produktivitas adalah bagaimana menghasilkan atau meningkatkan hasil barang dan jasa setinggi mungkin dengan memanfaatkan sumber daya secara koefisien. Oleh karena itu, produktivitas sering diartikan sebagai rasio antara keluaran dan masukan dalam satuan waktu tertentu.”

Produktivitas mengandung pengertian sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwa mutu kehidupan hari ini harus lebih baik dari hari kemarin, dan hari esok harus lebih baik dari hari ini. Ravianto J (2004:4), secara umum produktivitas mengandung pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja satuan waktu. Sumber daya manusia memegang peranan penting dalam proses peningkatan produktivitas karena manusia bersifat dinamis. Sedangkan alat produksi dan kemajuan teknologi lebih bersifat statis yang hanya dapat digerakkan manusia. Tingkat produktivitas tinggi merupakan harapan bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan produktivitas kerja, banyak sekali faktor yang mempengaruhi, seperti pemberian upah atau gaji yang adil dan layak, suasana dan lingkungan kerja yang menyenangkan, kesempatan berkarir, kesempatan untuk maju, fasilitas yang mendukung dan lain-lain.

Secara ringkas Dr. Sedarmayanti, M.Pd (2001:72-76), faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja adalah (1). Sikap mental berupa motivasi kerja. Motivasi adalah daya dorong yang dimiliki, baik secara intrinsik maupun secara ekstrinsik yang membuat karyawan mau dan rela untuk bekerja sekuat tenaga menggunakan seluruh kemampuan dalam mencapai tujuan, (2). pendidikan (formal atau nonformal) yang lebih tinggi akan mempunyai wawasan yang lebih luas akan arti penting produktivitas kerja. Tingginya kesadaran akan pentingnya produktivitas dapat mendorong pegawai yang bersangkutan melalui tindakan yang produktif, (3). Keterampilan, terampil, maka akan lebih mampu bekerja serta menggunakan fasilitas kerja dengan baik. Pegawai akan menjadi lebih terampil apabila mempunyai kecakapan (*ability*) dan pengalaman (*experience*) yang cukup (4). Manajemen berkaitan dengan sistem yang diterapkan oleh pimpinan untuk mengelola ataupun memimpin serta mengandalkan staf atau bawahannya. Apabila manajemennya tepat maka akan menimbulkan semangat yang lebih tinggi sehingga dapat mendorong pegawai untuk melakukan tindakan yang paling produktif, (5). Tingkat penghasilan, Apabila tingkat penghasilan memadai maka dapat menimbulkan konsentrasi kerja dan kemampuan yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan produktivitas, (6). Gizi dan Kesehatan, pemenuhan

kebutuhan gizinya dan berbadan sehat, maka akan lebih kuat bekerja, apalagi bila mempunyai semangat yang tinggi maka akan dapat meningkatkan produktivitas kerjanya, (7). Jaminan sosial yang diberikan oleh suatu organisasi kepada pegawainya dimaksudkan untuk meningkatkan pengabdian dan semangat kerja. Apabila jaminan sosial pegawai mencukupi maka akan dapat menimbulkan kesenangan dalam bekerja sehingga mendorong pemanfaatan kemampuan yang dimiliki untuk meningkatkan produktivitas kerja, (8). Lingkungan dan Iklim Kerja.

Lingkungan dan iklim kerja yang baik akan mendorong pegawai agar senang bekerja dan meningkatkan rasa tanggung jawab untuk melakukan pekerjaan dengan lebih baik menuju ke arah peningkatan produktivitas, (9). Sarana Produksi

Mutu sarana produksi berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas apabila sarana produksi yang digunakan tidak baik, kadang-kadang dapat menimbulkan pemborosan bahan yang dipakai, Teknologi yang dipakai tepat dan lebih maju tingkatannya maka akan memungkinkan: (a) Tepat waktu dalam penyelesaian proses produksi, (b) Jumlah produksi yang dihasilkan lebih banyak dan bermutu. (c)Memperkecil terjadinya pemborosan bahan sisa, (d) Dengan memperhatikan hal tersebut, penerapan teknologi dapat mendukung peningkatan produktivitas.

J. Ravianto (1990 :11-12) faktor produktivitas kerja antara lain: (1) Latar belakang pendidikan latihan, (2) Alat produksi yang digunakan dan teknologi dalam proses produksi, (3) Value sistem nilai sosial masyarakat, (4) Lingkungan pekerjaan/iklim kerja, (5) Derajat kesehatan (kesehatan lingkungan), (6) Tingkat upah minimal yang berlaku

Faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja, menurut Basu Swastha D.H (1993 : 285) adalah: (1). Penghasilan dan jaminan sosial tenaga kerja, (2). Kesehatan, (3). Kesempatan kerja, (4). Organisasi tempat kerja, (5). Lingkungan kerja.

Indikasi turunnya semangat kerja karyawan menurut Alex S Nitisemito (1996:97) yaitu: (1). Turunnya produktivitas kerja, (2). Tingkat absensi tinggi, (3). LTO yang tinggi, (4). adanya pemogokan, (5). Kegelisahan yang terjadi, (6). Tuntutan yang seringkali terjadi, (7). Tingkat kerusakan yang tinggi

Atas dasar pengertian motivasi dan disiplin serta produktivitas kerja diatas maka dapat disimpulkan bahwa antara motivasi dan disiplin kerja dengan produktivitas kerja mempunyai hubungan yang sangat erat dan saling mempengaruhi sehingga keduanya saling menunjang dan menentukan kemajuan perusahaan.

Produktivitas dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti kesempatan memperoleh pendidikan dan pelatihan tambahan, penilaian produktivitas kerja yang adil, rasional, dan objektif, sistem imbalan dan berbagai faktor lainnya. Motivasi dan kepuasan kerja serta iklim organisasi merupakan bagian dari berbagai faktor tersebut yang sangat penting dilihat dari sudut pemeliharaan hubungan kerja dengan para karyawan.

Masalah motivasi bukanlah masalah yang mudah dipahami maupun diterapkan karena berbagai alasan dan pertimbangan. Hal ini dikalangan para teoritikus dan praktisi manajemen telah lama diketahui. Akan tetapi bagaimanapun sulitnya, dengan motivasi yang tepat para karyawan akan terdorong untuk berbuat semaksimal mungkin dalam mengerjakan atau melaksanakan tugasnya.

Motivasi dapat diartikan sebagai faktor pendorong yang berasal dari dalam diri manusia yang akan mempengaruhi cara bertindak seseorang, dengan demikian motivasi kerja akan berpengaruh terhadap performansi pekerja. Salah satu definisi mengemukakan bahwa motivasi berhubungan dengan (1) arah perilaku; (2) kekuatan respon (yaitu usaha) setelah seseorang memilih mengikuti tindakan tertentu, dan (3) kelangsungan perilaku atau seberapa lama orang tersebut berperilaku menurut cara tertentu (John P. Campbell, 1970:340).

Motivasi merupakan suatu proses psikologis, sehingga tidak dapat dihubungkan hanya dengan tindakan atau perilaku yang tampak nyata. Motivasi sesungguhnya merupakan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi, proses belajar dan pemecahan persoalan. Dengan demikian motivasi dianggap sebagai suatu istilah umum yang berkenaan dengan pengaturan tingkah laku individu oleh adanya stimulus atau dorongan dari dalam maupun dari luar untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Beberapa teori motivasi yang terkenal diantaranya adalah “Teori Harapan” Vroom, dalam bukunya yang berjudul “Work and Motivation” (Sondang P. Siagian, 2003). Dinyatakan dengan cara yang sangat sederhana, teori harapan berkata bahwa jika seseorang menginginkan sesuatu dan harapan untuk memperolehnya cukup besar, maka yang bersangkutan akan sangat terdorong untuk memperoleh hal yang sangat diinginkannya itu, demikian sebaliknya jika harapan memperoleh hal itu sangat tipis, maka motivasinya akan sangat rendah.

“Teori Kaitan Imbalan dengan Prestasi” (Sondang P. Siagian, 2003). merupakan salah satu teori motivasi yang berupaya menggabungkan teori-teori motivasi yang ada karena tidak satupun teori motivasi yang sempurna. Menurut model ini motivasi seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor internal maupun eksternal. Termasuk pada faktor-faktor internal adalah: (1) persepsi seseorang mengenai diri sendiri, (2) harga diri, (3) harapan pribadi, (4) kebutuhan, (5) keinginan, (6) kepuasan kerja, (7) produktivitas kerja.

Sedangkan faktor-faktor eksternal yang turut mempengaruhi motivasi kerja seseorang antara lain adalah: (1) jenis dan sifat pekerjaan, (2) kelompok kerja dimana seseorang bergabung, (3) organisasi tempat bekerja, (4) situasi lingkungan pada umumnya.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Merdeka Madiun Jl. Pahlawan No. 28 Madiun didesain sebagai Penelitian Kualitatif yang menggunakan data suatu kondisi tertentu (kondisi sosial, kondisi seseorang) yang lebih berkaitan dengan kualitas atau sifat dan perilakunya. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998). Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007)

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung yaitu sumber pertama atau responden langsung. Adapun data tersebut diperoleh dari berbagai cara, antara lain: observasi, wawancara dan angket atau kuesioner yang disebarkan langsung secara acak kepada beberapa karyawan tetap di Hotel Merdeka Madiun.

Data sekunder adalah data pendukung dari penelitian yang dilakukan. Data ini diperoleh dari beberapa sumber yaitu studi-studi kepustakaan, serta data-data yang diperoleh dari Hotel Merdeka Madiun yang berbentuk dokumen-dokumen atau laporan-laporan tertentu yang berkaitan dengan penelitian ini.

Pengumpulan Data

1. Wawancara

Penelitian melakukan wawancara untuk memperkuat memperkaya data yang diperoleh. Maksud diadakannya wawancara, (Lincoln dan Guba 1995), antara lain: Mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain, kebulatan; merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang telah diharapkan untuk dialami di masa yang akan datang; memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi); dan memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota (Maleong, 1989).

Wawancara baik secara formal maupun informal kepada para informan diantaranya adalah:

- a. General Manager Hotel Merdeka Madiun
- b. Human Resources manager Hotel Merdeka Madiun
- c. Karyawan yaitu karyawan yang bekerja di hotel Merdeka dengan penetapan kelipatan responden di setiap departemen

2. Observasi

Pengamatan langsung secara terbuka dan berperan serta terhadap objek yang ditelaah di Hotel Merdeka Madiun. dalam hal ini karyawan Hotel Merdeka Madiun. Hal ini berarti peneliti bisa melihat situasi dan kondisi yang dialami oleh orang yang diteliti.(Mulyana,2002)

3. Simak Dukumen

Data sekunder dalam bentuk soft copy mengenai data – data karyawan yang terkait record / laporan pengembangan karir karyawan hotel Merdeka di tiap tahun. Jadi dengan adanya data – data tersebut bisa dijadikan bukti kongkret dalam penelitian ini.

Analisis Data

Tahap analisis data merupakan usaha untuk memecahkan suatu masalah dan hipotesis dalam suatu penelitian. Agar tujuan dalam penelitian ini dapat tercapai maka dilakukan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan informasi dan menjawab permasalahan apakah jenjang karir, berperan terhadap tingkat produktivitas kerja karyawan Hotel Merdeka Madiun. Metode ini digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan dan menguraikan data yang terkumpul yang dilakukan dengan membaca angka – angka, tabel – tabel yang tersedia kemudian melakukan penafsiran dan penilaian tentang produktivitas kerja karyawan hotel Merdeka Madiun.

Tahap Penarikan Kesimpulan

Menarik suatu kesimpulan dalam penelitian harus berdasarkan pada data yang diperoleh dalam kegiatan penelitian dan telah dianalisa, sehingga dapat ditemukan jawaban dari permasalahan yang dikemukakan. Penelitian ini menggunakan metode induktif yang bertolak dari hal – hal khusus ke umum dan metode deduktif berangkat dari hal yang bersifat umum kemudian menilai suatu hal bersifat khusus yaitu mengenai masalah bagaimana peranan jenjang karir terhadap tingkat produktivitas kerja karyawan hotel Merdeka Madiun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Dari penelitian yang dilakukan, ada dua jenis pelatihan yang diberikan oleh pihak hotel terhadap karyawan, yaitu:

- a. Pelatihan internal, yaitu: pelatihan yang diberikan oleh pihak hotel tempat di mana karyawan itu bekerja, meliputi :
 - 1) Pelatihan peningkatan sikap karyawan pada waktu dan sesudah melayani tamu di restoran, kantor depan, bagian kamar, bagian pelayanan barang.
 - 2) Pelatihan tentang etika saat makan dan pelayanan makanan dan minuman. Dalam hal ini, karyawan melakukan demo di mana ada yang menjadi tamu dan ada yang bertindak sebagai karyawan. Manajer dan asisten manajer bertindak sebagai penilai, instruktur, dan penanggung jawab atas pelatihan. Hasil pelatihan itu diterapkan dalam melayani tamu sesuai dengan bidang tugas karyawan masing-masing. Jenis pelatihan ini sangat praktis, efektif, dan cenderung menimbulkan dampak positif secara langsung.
 - 3) Pelatihan kemampuan berkomunikasi lisan dan tulisan, yaitu bahasa asing (diantaranya: Inggris, Belanda, Jepang, Mandarin dan Perancis). Pemilihan bahasa asing itu disesuaikan dengan keinginan pasar dan pangsa pasar luar negeri. Instruktur pelatihan adalah karyawan senior yang menguasai bahasa asing. Namun, dalam pelaksanaan, yang paling dominan adalah pelatihan bahasa Inggris karena umumnya tamu dari Jepang, Perancis, dan Belanda pun memakai bahasa Inggris.
 - 4) Pelatihan kemampuan pengelolaan kantor depan, seperti cara menangani reservasi kamar, pindah kamar, pembatalan pesanan, registrasi tamu, cara mengisi berbagai form (formulir) dan pembayaran, cara pemberian diskon, cara menangani tamu perorangan, grup, VIP, tamu langganan dan walk-in guest (tamu masuk tanpa pesan kamar), cara mengoperasikan komputer, cara mencatat pesanan tamu dalam slip dan tabel, serta administrasi kantor depan.
 - 5) Pelatihan penanganan barang bawaan tamu oleh bell boy mulai dari mobil, registrasi sampai masuk kamar dan penjelasan fasilitas kamar.

- 6) Pelatihan tentang cara pembuatan laporan mingguan, bulanan dan tahunan, yang diberikan kepada karyawan di semua departemen di hotel, misalnya, Front Office, Housekeeping, Food And Beverage Service, Food Product, dan bagian sales dan marketing.
 - b. Pelatihan eksternal, yaitu: pelatihan yang diberikan oleh pihak dari luar hotel tempat di mana karyawan itu bekerja, meliputi :
 - 1) Pelatihan kepariwisataan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur dengan mengirimkan pimpinan maupun staf.
 - 2) Pelatihan kemampuan operational hotel yang dilaksanakan, misalnya, oleh PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restaurant Indonesia) Jawa Timur maupun
 - 3) Pelatihan dengan mendatangkan tenaga profesional sesama pengelola hotel dari luar. Diambil sebagai instruktur adalah hotel bintang 5 dan hotel non-bintang yang sudah maju di Malang dan Surabaya.
2. Pendapat Responden terhadap Tingkat Produktivitas Kerja di Hotel Merdeka Madiun sebagaimana dalam tabel 1:

Tabel 1
Pendapat Responden terhadap Tingkat Produktivitas Kerja

No. Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu – Ragu	Setuju	Sangat Setuju
1.	-	-	-	18	22
2.	6	29	-	5	-
3.	-	-	6	18	16
4.	21	10	-	9	-
5.	-	-	-	27	13
6.	18	22	-	-	-
7.	-	-	-	16	24
8.	10	18	-	12	-
9.	-	5	2	20	13
10.	10	12	-	15	3
TOTAL	65	96	7	140	91

Berdasarkan tabel di atas memberi gambaran bahwa karyawan di Hotel Merdeka memiliki tingkat produktivitas kerja yang tinggi ditunjukkan dengan jawaban setuju sebesar 140 poin dan jawaban sangat setuju sebesar 91 poin, sedangkan tingkat produktivitas kerja yang rendah ditunjukkan dengan jawaban tidak setuju sebesar 97 poin dan jawaban sangat tidak setuju sebesar 65 poin serta sisanya ialah 7 poin untuk jawaban ragu – ragu.

Berdasarkan data tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat produktivitas kerja karyawan Hotel Merdeka Madiun sudah cukup tinggi. Hal ini terjadi karena masing-masing karyawan sudah memahami akan tugas dan tanggung jawab masing-masing, walaupun ada beberapa karyawan yang merasa pembagian beban tugas dan tanggung jawab di hotel Merdeka Madiun dirasakan belum adil sesuai dengan standar gaji, jenjang pendidikan, dan lama bekerja atau senioritas.

Tingginya tingkat produktivitas kerja karyawan ini dapat disebabkan oleh adanya sikap mental yang dimiliki oleh tiap karyawan, yaitu berupa motivasi kerja. Motivasi adalah daya dorong yang dimiliki, baik secara intrinsik maupun secara ekstrinsik yang membuat karyawan mau dan rela untuk bekerja sekuat tenaga menggunakan seluruh kemampuan dalam mencapai tujuan (Dr. Sedarmayanti, M.Pd, 2001:72-76)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan merasa bersemangat dan termotivasi untuk tekun berkerja karena faktor lingkungan, iklim kerja dan manajemen yang baik. Lingkungan dan iklim kerja yang baik akan mendorong pegawai agar senang bekerja dan meningkatkan rasa tanggung jawab untuk melakukan pekerjaan dengan lebih baik menuju ke arah peningkatan produktivitas. Sedangkan apabila manajemennya tepat maka akan menimbulkan semangat yang lebih tinggi sehingga dapat mendorong pegawai untuk melakukan tindakan yang paling produktif. Pengertian manajemen disini dapat berkaitan dengan sistem yang diterapkan oleh pimpinan untuk mengelola ataupun memimpin serta mengandalkan staf atau bawahannya.

Pembahasan Hasil

Berdasarkan pendapat dari responden di lapangan, dengan terbatasnya peluang untuk mengembangkan jenjang karir yang hanya terdapat 5 jabatan di level top manager sehingga di hotel Merdeka terdapat adanya kompetisi untuk meningkatkan jenjang karir yaitu memperoleh promosi jabatan yang diinginkan sehingga timbul persaingan yang ketat tapi sehat dalam kinerjanya.

Mengenai pembagian beban tugas dan tanggung jawab di hotel Merdeka Madiun dirasakan belum adil sesuai dengan standar gaji, jenjang pendidikan, lama bekerja atau senioritas, jenis kelamin, usia, dan berdasarkan keahlian masing-masing. Front Office (FO), misalnya, memiliki tugas khusus menjual kamar, Housekeeping (HK) menyiapkan kamar yang ditempati tamu, Food and Beverage (FB) menyiapkan makanan dan minuman, dan Food Product (FP) mengelola bahan makanan. Beban tugas para pegawai terbagi menjadi 8 jam sehari dengan target pekerjaan yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh pihak hotel. Sebagai contoh, 1 karyawan di bagian HK harus membersihkan setidaknya 12 kamar setiap hari, demikian pula karyawan di bagian yang lain. Standar pembagian tugas dan tanggung jawab yang relatif kurang selama ini dipandang oleh para pegawai belum memadai

Berdasarkan data yang diperoleh, Hotel Merdeka sudah cukup baik dalam pemberian pelatihan kerja kepada karyawan. Dengan ada pelatihan, karyawan yang kurang memahami bidang kerjanya akan menjadi lebih memahami, dan karyawan yang memiliki produktivitas akan cenderung lebih tinggi lagi prestasinya. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara pelatihan

yang diberikan untuk peningkatan SDM dan kualitas kerja dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan di perusahaan yang bersangkutan. Karena besarnya arti penting seperti ini, pelatihan selalu diberikan oleh perusahaan terhadap karyawannya, termasuk di Hotel Merdeka Madiun.

PEMBAHASAN

1. Motivasi sebagai Proses Motivasi Kerja

Motivasi biasanya didefinisikan sebagai proses dimana perilaku diberikan energi dan diarahkan. Pihak manajemen hotel menerapkan prinsip motivasi sebagai proses kerja (Luthans 1992 : 147), “Motivasi terdiri dari tiga elemen yang saling berinteraksi dan saling tergantung, yaitu needs, drivers, incentives”.

- 1). Memenuhi factor needs (kebutuhan) adalah tekanan yang ditimbulkan dengan pertimbangan adanya kekurangan untuk menyebabkan seseorang berperilaku untuk mencapai suatu tujuan. Kekurangan tersebut mungkin bersifat fisiologis, psikologis atau sosial.
- 2). Memberikan drivers (dorongan) adalah suatu kondisi yang menyebabkan seseorang menjadi aktif. Suatu tindakan atau perilaku yang diarahkan dan memberi dorongan untuk mencapai tujuan punishment and reward secara adil kepada karyawan.
- 3) Memberikan incentives (rangsangan) secara adil kepada karyawan sebagai sesuatu yang merangsang atau mempunyai kecenderungan merangsang minat untuk bekerja untuk mencapai tujuan. Tujuan adalah segala sesuatu yang akan meringankan suatu kebutuhan dan memperkecil dorongan misalnya makanan dan kawan.

2. Disiplin Kerja.

Pemberlakuan Disiplin Kerja untuk meningkatkan etos kerja bahwa kemampuan dan kecakapan karyawan kurang berarti jika tidak diikuti moral kerja, kedisiplinan karyawan dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Disiplin yang baik mencerminkan besarnya rasa tanggung jawab seseorang terhadap tugas-tugas yang diberikan. Hal ini mendorong gairah kerja, semangat kerja dan mendorong terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Oleh sebab itu, setiap manajer selalu berusaha agar para bawahannya mempunyai disiplin yang baik.

Disiplin mempunyai arti begitu penting dan untuk mendapatkan apabila kedisiplinan tumbuh dari dan/atau sebagai kesadaran dan kesediaan seseorang dalam menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku Kedisiplinan baru berarti apabila diwujudkan dalam bentuk sikap tingkah laku dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan dan perusahaan baik yang tertulis maupun tidak tertulis”.

Jika setiap karyawan secara sukarela mewujudkan kedisiplinan maka keuntungan hotel adalah, hemat waktu, hemat bahan, proses berlangsung secara lancar. Penegakan disiplin kerja juga sebagai motivasi dan keadilan adalah suatu sikap seseorang yang secara sukarela menaati semua peraturan perusahaan yang ada. Sedangkan kedisiplinan kerja dalam suatu perusahaan dapat ditegakkan apabila karyawan mempunyai motivasi yang dapat melahirkan

tingkah laku untuk menyesuaikan diri dengan peraturan yang ada dalam perusahaan.

Dalam operasional sehari-hari, kedisiplinan diartikan bilamana karyawan selalu datang dan pulang tepat waktu, mengerjakan pekerjaan-pekerjaannya dengan baik, mentaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku, sedangkan tujuan yang sesungguhnya dari disiplin adalah mendorong para karyawan untuk mencapai standar produktivitas yang telah ditetapkan dan bagaimana cara berperilaku yang baik dan aman ditempat kerja.

Bagi karyawan kesediaan mewujudkan kedisiplinan mempunyai tujuan-tujuan:

- 1). Menghindari sanksi/hukuman
Sanksi hukuman berperan penting dalam memelihara kedisiplinan karyawan. Adanya sanksi hukuman yang berat, karyawan akan semakin takut untuk melanggar peraturan-peraturan perusahaan.
- 2). Meningkatkan Kesejahteraan
Menegakkan kedisiplinan perlu keseimbangan, yaitu tingkat kesejahteraan yang cukup, terutama upah yang diterima karyawan. Besarnya gaji / upah yang memadai akan membuat karyawan bekerja lebih tenang karena berbekal dari rasa kekhawatiran ekonominya dan akan dapat lebih disiplin.
- 3). Mengukur kemampuan
Mengukur kemampuan untuk mencapai tujuan. Tujuan yang akan dicapai harus jelas dan ditetapkan secara ideal serta cukup menantang bagi kemampuan karyawan. Artinya tujuan yang ditetapkan perusahaan harus sesuai dengan kemampuan karyawan, karena apabila tidak sesuai maka akan membuat kedisiplinan karyawan rendah.
- 4). Meningkatkan produktivitas kerja
Produktivitas kerja merupakan kebanggaan bagi karyawan, apalagi jika produktivitas kerja tersebut merupakan prestasi dan memperoleh pengharaggan, maka hal tersebut dapat menjadi cerita, setidaknya bagi keluarganya.
- 5). Membuka peluang karir
Harapan setiap karyawan mempunyai karir yang bagus, jembatan bagi karir karyawan adalah produktivitas.

SIMPULAN

1. Faktor-faktor yang mendorong peningkatan perproduktivitas kerja karyawan Hotel Merdeka Madiun adalah motivasi dan disiplin kerja yang diterapkan secara adil;
2. Sebagian besar karyawan merasa bersemangat dan termotivasi untuk giat berkerja karena faktor lingkungan, iklim kerja, kesempatan pengembangan jenjang karir dan manajemen yang baik sehingga dapt meningkatkan produktivitas kerja.

SARAN

Dari kesimpulan di atas, maka peneliti mengajukan rekomendasi sebagai berikut :

1. Karyawan diharapkan mampu mempertahankan produktivitas kerja masing-masing dengan

senantiasa mengatur dan merencanakan pekerjaan yang akan dikerjakan. Sehingga nantinya masing-masing karyawan dapat menunjukkan produktivitas yang akan berpengaruh baik terhadap karir dan gaji yang diterima.

2. Pihak manajemen hotel berusaha meningkatkan kualitas, kuantitas kompensasi dan jenjang karir dengan cara menyeleksi masing-masing karyawan dengan melihat prestasi, tingkat pendidikan, potensi serta senioritas karyawan dalam upaya meningkatkan produktivitas kerja dan persaingan yang sehat diantara karyawan, yang berdampak pada gairah kerja dan motivasi kerja.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi, (2000), Manajemen Penelitian. Jakarta : Rineka Cipta
- _____. (2002). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V. Jakarta : Rineka Cipta
- Drummond, Karen Eich (1990). Human Resource Management for The Hospitality Industry. New York : Van Nostrand Reinhold
- Flippo, Edwin B.(1984). Personnel Management (6 th ed.). Mc Graw-Hill International Student Edition
- Guelck, William F.(1982). Personnel a Diagnostic Approach (3 rd ed.). Plano Texas: Business Publication Inc.
- Handoko, T Hani.(1996). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia Yogyakarta : APFE.
- Herbert G., Schwab,Donald P.,Fossum,John A.,Dyer, Lee D. (1981). Managing Personnel and Human Resources. Dow Jones
- Jerris, Linda A. (1999). Human Resource Management for Hospitality. New Jersey : Pearson Education International.
- Kusmayadi, Ir & Ir Endar Sugiarto, MM. (200). Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Serdamayanti. (2001). Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung : Mandar Maju.
- Umar, Husein. (2003), Metode Riset Perilaku Organisasi. Jakarta : Gramedia.
- Uyanto, Stainslaus Suryadi, (2007), pengaruh Kompensasi, Benefit, Lingkungan Kerja serta jenjang Karir terhadap Komitmen Karyawan dalam Suatu Organisasi. Jakarta Selatan : Uni Atmika Jaya.

FAKTOR YANG MENENTUKAN JENJANG KARIR KARYAWAN DI HOTEL MERDEKA MADIUN

YUDA AGUSTIAN
Dosen Akpar Majapahit
Email: tians.yuda22@gmail.com

Abstrak

Keputusan penempatan para karyawan di Merdeka Madiun masih sangat didominasi oleh pemilik dan manajer. Namun, walau kadang menerapkan gaya kepemimpinan pribadi mereka, mekanisme penempatan karyawan hotel dapat dikatakan selama ini sesuai dengan jenjang pendidikan. Makin tinggi jenjang pendidikan, makin tinggi pula jenjang kedudukan kerja yang mungkin dapat mereka capai. Selain faktor senioritas dan lama bekerja berpeluang cukup besar untuk dapat meningkatkan jenjang karir. Dengan terbatasnya peluang untuk mengembangkan jenjang karir yang hanya terdapat 5 jabatan di level top manager sehingga di hotel Merdeka terdapat adanya kompetisi untuk meningkatkan jenjang karir yaitu memperoleh promosi jabatan yang diinginkan sehingga timbul persaingan yang ketat tapi sehat dalam kinerjanya, namun ada beberapa karyawan yang melakukan persaingan yang kurang sehat untuk mendapatkan promosi jabatan yang diinginkannya

Sebagian besar karyawan merasa bersemangat dan termotivasi untuk giat berkerja karena faktor lingkungan, iklim kerja, kesempatan pengembangan jenjang karir dan manajemen yang baik sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja. Diantara faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan jenjang karir tersebut diatas yang paling dominan dan berperan ialah pengalaman kerja, pendidikan, prestasi, dan produktivitas kerja karena sebagian besar perusahaan akan mengutamakan individu yang benar – benar berkualitas sehingga layak untuk mendapatkan jenjang karir yang sesuai.

Kata kunci: karir, motivasi, produktivitas kerja

PENDAHULUAN

Setiap karyawan dalam pasti mempunyai potensi untuk mencapai produktivitas dan karir. Mencapai karir yang mapan dan gaji yang tinggi adalah harapan setiap karyawan. Kebijakan mengenai pemberian kompensasi dan pengembangan karir sebagai timbal balik atas jasa yang diberikan karyawan terhadap perusahaan berbanding lurus dengan

produktivitas kerja karyawan. Ketidakpuasan karyawan atas kompensasi dan jenjang karir yang diterima akan menyebabkan semakin rendahnya tingkat produktivitas kerja karyawan.

Hotel Berbintang, masing-masing menerapkan kebijakan khusus terhadap pengembangan jenjang karir yang berawal dari level bawah, menengah sampai level puncak/top sesuai dengan ketersediaan jumlah jabatan dalam struktural organisasi hotel itu sendiri. Akan tetapi untuk hotel bintang dua ke bawah hanya memiliki beberapa posisi/jabatan strategis level menengah yang bisa diraih dalam karir, antara lain Manager Front Office, Manager Housekeeping, Manager Food & Beverage, dan Manager Personalia / HRD. Dengan kondisi tersebut maka setiap karyawan harus berupaya untuk mendapatkan peluang karir yang tersedia dengan persaingan yang ketat dan standarisasi kualifikasi yang selektif.

Produk hotel terdiri dari produk inti (core product), facilitating product, supporting product. Produk inti (core product), berupa 75 kamar dan augmented product, berupa facilitating product yaitu pelayanan (service) atau barang (goods) yang disediakan bagi tamu supaya dapat menggunakan produk inti,

Facilitating product yang disediakan hotel Merdeka meliputi restaurant. Restoran Dynasty Dinning Room Hotel Merdeka Madiun terletak di samping Phoenix Ball Room. Restoran ini melayani tamu selama 24 jam, baik yang makan dan minum di restoran ataupun untuk di antar ke kamar (room service) dengan menyajikan berbagai macam menu dan masakan dan minuman Indonesia dan China. Restoran Merdeka termasuk tipe informal restoran yang menyediakan 17 meja dengan 68 kursi yang juga biasa di pesan untuk acara-acara seperti pertemuan (meeting) atau pesta sederhana seperti ulang tahun, dan lain-lain.

Supporting product adalah produk ekstra yang ditawarkan untuk memberi nilai tambah kepada produk inti, antara lain fasilitas keamanan, room service. Selain itu hotel Merdeka juga memberikan kenyamanan yang diberikan baik kepada para karyawan maupun tamu hotel. Antara lain fasilitas sistem informasi, ruang tunggu di lobi, tempat parkir yang memadai.

Hotel Merdeka memiliki 40 orang karyawan tidak dapat membuat kebijakan tentang kompensasi dan pengembangan karir sebagai timbal balik yang berbanding lurus dengan produktivitas kerja karyawan, apalagi karir yang diperebutkan hanya jabatan di level menengah. Ketidakpuasan karyawan atas kompensasi dan jenjang karir yang diterima akan menyebabkan semakin rendahnya tingkat produktivitas kerja karyawan.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, masalah yang ingin diteliti dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :”Faktor-faktor apakah yang menjadi penentu jenjang karir karyawan Hotel Merdeka Madiun ?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini antara lain adalah untuk menemukan factor-faktor yang menjadi penentu jenjang karir karyawan Hotel Merdeka Madiun

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Gibson dkk (1995: 305) Karir adalah rangkaian sikap dan perilaku yang berkaitan dengan pengalaman dan aktivitas kerja selama rentang waktu kehidupan seseorang dan rangkaian aktivitas kerja yang berkelanjutan. Karir bisa secara individual dan dibatasi secara sosial, manusia tidak hanya memiliki atau mencetak karir dari pengalaman-pengalaman khusus mereka tetapi kesempatan-kesempatan karir yang diberikan dalam masyarakat juga mempengaruhi dan “membentuk” manusia. (Flippo, 1987 dan dalam mencanangkan perkembangan karir sangat diperlukan adanya pengetahuan tentang dorongan-dorongan dan kebutuhan-kebutuhan dasar karyawan.

Menurut Flippo (1987) program pengembangan karir yang direncanakan dan dirancang dengan tepat menyangkut 3 unsur utama: (1) Membantu karyawan-karyawan dalam menilai kebutuhan-kebutuhan internal mereka sendiri, (2) Mengembangkan dan menyiarkan kesempatan-kesempatan karir yang tersedia dalam organisasi itu, (3) Menghubungkan kebutuhan dan kemampuan-kemampuan karyawan dengan kesempatan-kesempatan karir

Menurut Flippo (1987) terdapat dua masalah karir masa kini, yaitu: (1) Personalia yang sudah mentok (palteued) Ledakan jumlah tenaga kerja yang tidak diiringi dengan kenaikan jumlah lapangan kerja pada tingkat tertentu, (2) menyebabkan “kepadatan” dalam jenjang karir. Hal ini menyebabkan kelambanan promosi yang mana akan mengakibatkan ketegangan karyawan, (3) Keluarga-keluarga berkarir ganda (dual- career)

Pasangan-pasangan berkarir ganda dapat mengambil satu dari tiga bentuk, yaitu: (1) Pasangan-pasangan yang mengikuti karir yang sama dan bekerja untuk perusahaan yang sam, (2)Pasangan-pasangan yang mengikuti karir-karir yang berbeda yang bekerja untuk perusahaan yang sama, misalnya seperti seorang profesor ekonomi dan seorang ahli teknik penelitian dalam ilmu-ilmu fisika, (3) Pasangan-pasangan yang bekerja untuk perusahaan-perusahaan yang berbeda tanpa memperhatikan kesamaan pilihan karirnya.

Menurut Flippo (1987) beberapa manfaat perencanaan karir yang dilakukan oleh perusahaan, antara lain: (1) Mengembangkan para karyawan yang dapat dipromosikan, (2) Menurunkan perputaran karyawan, (3) Mengungkap potensi karyawan, (4) Mendorong pertumbuhan, (5) Memuaskan kebutuhan karyawan, (6) Membantu pelaksanaan rencana kegiatan yang telah disetujui.. Menurut Flippo (1987) keberhasilan karir seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya : (1) Pendidikan formal dan informal, (2) Pengalaman kerja dan pendidikan, (3) Sikap atasan, (4) Produktivitas dan produktivitas kerja, (5) Bobot pekerjaan, (6) Lowongan jabatan, (7) Relasi

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Merdeka Madiun Jl. Pahlawan No. 28 Madiun didesain sebagai Penelitian Kualitatif yang menggunakan data suatu kondisi tertentu (kondisi sosial, kondisi seseorang) yang lebih berkaitan dengan kualitas atau sifat dan perilakunya. Pada pendekatan ini,

peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998). Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007)

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung yaitu sumber pertama atau responden langsung. Adapun data tersebut diperoleh dari berbagai cara, antara lain: observasi, wawancara dan angket atau kuesioner yang disebarakan langsung secara acak kepada beberapa karyawan tetap di Hotel Merdeka Madiun.

Data sekunder adalah data pendukung dari penelitian yang dilakukan. Data ini diperoleh dari beberapa sumber yaitu studi-studi kepustakaan, serta data-data yang diperoleh dari Hotel Merdeka Madiun yang berbentuk dokumen-dokumen atau laporan-laporan tertentu yang berkaitan dengan penelitian ini.

Pengumpulan Data

1. Wawancara.

Penelitian melakukan wawancara untuk memperkuat memperkaya data yang diperoleh. Maksud diadakannya wawancara, (Lincoln dan Guba 1995), antara lain: Mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain, kebulatan; merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang telah diharapkan untuk dialami di masa yang akan datang; memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi); dan memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota (Maleong, 1989).

Wawancara baik secara formal maupun informal kepada para informan diantaranya adalah:

- a. General Manager Hotel Merdeka Madiun
- b. Human Resources manager Hotel Merdeka Madiun
- c. Karyawan yaitu karyawan yang bekerja di hotel Merdeka dengan penetapan kelipatan responden di setiap departemen

2. Observasi

Pengamatan langsung secara terbuka dan berperan serta terhadap objek yang ditelaah di Hotel Merdeka Madiun. dalam hal ini karyawan Hotel Merdeka Madiun. Hal ini berarti peneliti bisa melihat situasi dan kondisi yang dialami oleh orang yang diteliti.(Mulyana,2002)

3. Simak Dukumen

Data sekunder dalam bentuk soft copy mengenai data – data karyawan yang terkait record / laporan pengembangan karir karyawan hotel Merdeka di tiap tahun. Jadi dengan adanya data – data tersebut bisa dijadikan bukti kongkret dalam penelitian ini.

Analisis Data

Tahap analisis data merupakan usaha untuk memecahkan suatu masalah dan hipotesis dalam suatu penelitian. Agar tujuan dalam penelitian ini dapat tercapai maka dilakukan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan informasi dan menjawab permasalahan apakah jenjang karir, berperan terhadap tingkat produktivitas kerja karyawan Hotel Merdeka Madiun. Metode ini digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan dan menguraikan data yang terkumpul yang dilakukan dengan membaca angka – angka, tabel – tabel yang tersedia kemudian melakukan penafsiran dan penilaian tentang produktivitas kerja karyawan hotel Merdeka Madiun.

Tahap Penarikan Kesimpulan

Menarik suatu kesimpulan dalam penelitian harus berdasarkan pada data yang diperoleh dalam kegiatan penelitian dan telah dianalisa, sehingga dapat ditemukan jawaban dari permasalahan yang dikemukakan. Penelitian ini menggunakan metode induktif yang bertolak dari hal – hal khusus ke umum dan metode deduktif berangkat dari hal yang bersifat umum kemudian menilai suatu hal bersifat khusus yaitu mengenai masalah bagaimana peranan jenjang karir terhadap tingkat produktivitas kerja karyawan hotel Merdeka Madiun.

Hasil dan Pembahasan

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Dari penelitian yang dilakukan, ada dua jenis pelatihan yang diberikan oleh pihak hotel terhadap karyawan, yaitu:

- a. Pelatihan internal, yaitu: pelatihan yang diberikan oleh pihak hotel tempat di mana karyawan itu bekerja, meliputi :
 - 1) Pelatihan peningkatan sikap karyawan pada waktu dan sesudah melayani tamu di restoran, kantor depan, bagian kamar, bagian pelayanan barang.
 - 2) Pelatihan tentang etika saat makan dan pelayanan makanan dan minuman. Dalam hal ini, karyawan melakukan demo di mana ada yang menjadi tamu dan ada yang bertindak sebagai karyawan. Manajer dan asisten manajer bertindak sebagai penilai, instruktur, dan penanggung jawab atas pelatihan. Hasil pelatihan itu diterapkan dalam melayani tamu sesuai dengan bidang tugas karyawan masing-masing. Jenis pelatihan ini sangat praktis, efektif, dan cenderung menimbulkan dampak positif secara langsung.
 - 3) Pelatihan kemampuan berkomunikasi lisan dan tulisan, yaitu bahasa asing (diantaranya: Inggris, Belanda, Jepang, Mandarin dan Perancis). Pemilihan bahasa asing itu disesuaikan dengan keinginan pasar dan pangsa pasar luar negeri. Instruktur pelatihan adalah karyawan senior yang menguasai bahasa asing. Namun, dalam pelaksanaan, yang paling dominan adalah pelatihan bahasa Inggris karena umumnya tamu dari Jepang, Perancis, dan Belanda pun memakai bahasa Inggris.

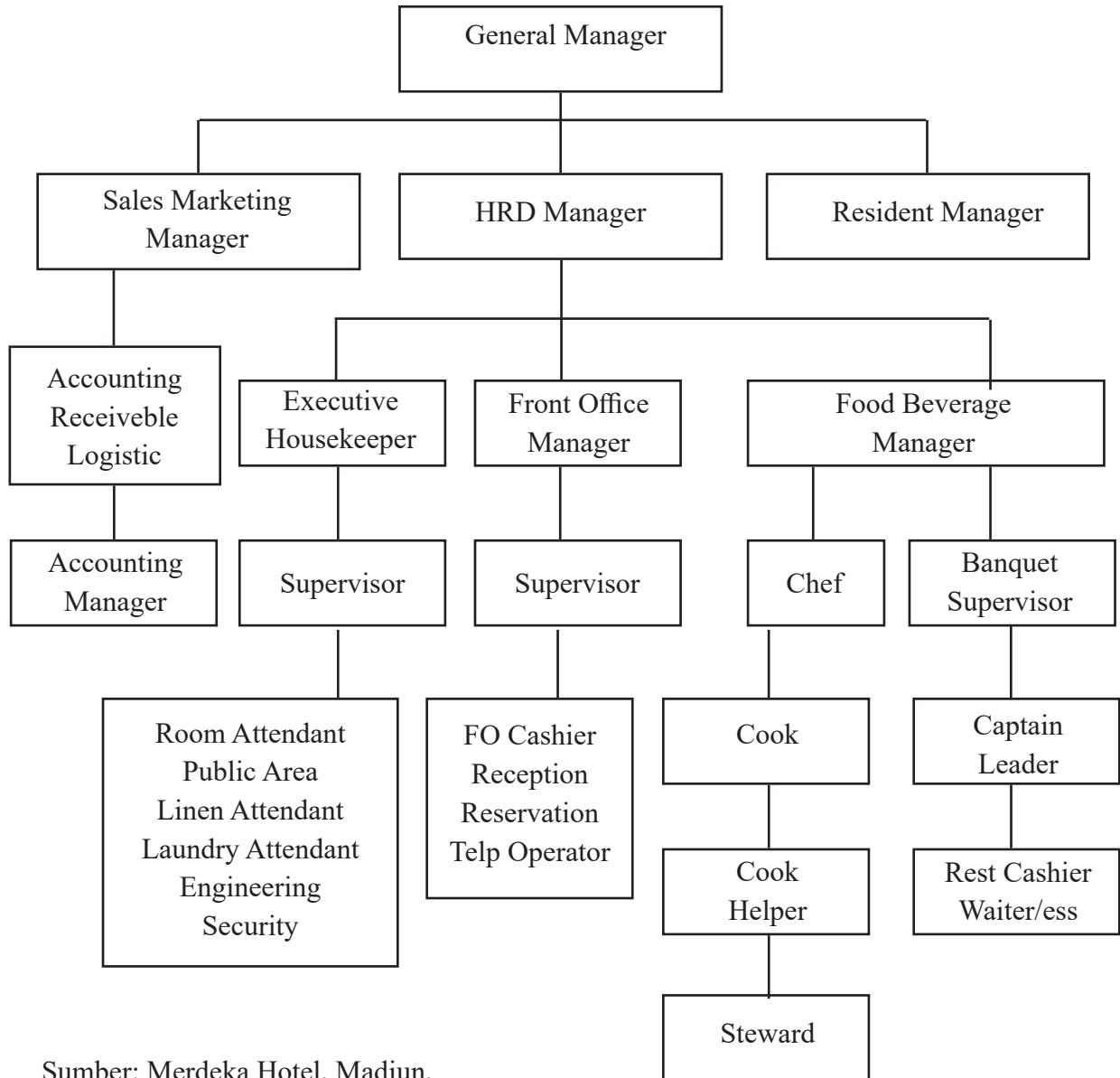
- 4) Pelatihan kemampuan pengelolaan kantor depan, seperti cara menangani reservasi kamar, pindah kamar, pembatalan pesanan, registrasi tamu, cara mengisi berbagai form (formulir) dan pembayaran, cara pemberian diskon, cara menangani tamu perorangan, grup, VIP, tamu langganan dan walk-in guest (tamu masuk tanpa pesan kamar), cara mengoperasikan komputer, cara mencatat pesanan tamu dalam slip dan tabel, serta administrasi kantor depan.
- 5) Pelatihan penanganan barang bawaan tamu oleh bell boy mulai dari mobil, registrasi sampai masuk kamar dan penjelasan fasilitas kamar.
- 6) Pelatihan tentang cara pembuatan laporan mingguan, bulanan dan tahunan, yang diberikan kepada karyawan di semua departemen di hotel, misalnya, Front Office, Housekeeping, Food And Beverage Service, Food Product, dan bagian sales dan marketing.
- 7) Pelatihan eksternal, yaitu: pelatihan yang diberikan oleh pihak dari luar hotel tempat di mana karyawan itu bekerja, meliputi :
 - a. Pelatihan kepariwisataan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur dengan mengirimkan pimpinan maupun staf.
 - b. Pelatihan kemampuan operational hotel yang dilaksanakan, misalnya, oleh PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restaurant Indonesia) Jawa Timur maupun
 - c. Pelatihan dengan mendatangkan tenaga profesional sesama pengelola hotel dari luar. Diambil sebagai instruktur adalah hotel bintang 5 dan hotel non-bintang yang sudah maju di Malang dan Surabaya.

2. Peluang Karir Di Hotel Merdeka

Struktur organisasi ini merupakan gambaran umum pekerjaan yang dilakukan oleh seluruh komponen area hotel. Adapun uraian struktur organisasi Merdeka hotel adalah sebagai berikut:

- a. General Manager
Bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap pengelolaan hotel dan pengevaluasian terhadap organisasi agar berjalan seperti rencana.
- b. Resident Manager
Merupakan wakil atau orang ke dua setelah General Manager, yang bertugas mengontrol, mengevaluasi operasional hotel, serta bertindak langsung sebagai sales and marketing.
- c. Sales Marketing
Bertugas menjalankan program pemasaran bersama resident manager sesuai dengan target yang telah ditentukan bersama dan bertanggung jawab kepada general manager
- d. Human Resources Department(Personalia)
Bagian ini bertugas dalam pengadaan tenaga kerja termasuk pengadaan pendidikan dan pelatihan terhadap tenaga kerja lama atau baru, serta mengadakan penelitian penilaian terhadap kecakapan tenaga kerja dalam pekerjaan. Personalia terdiri dari:

STRUKTUR ORGANISASI HOTEL MERDEKA MADIUN



Sumber: Merdeka Hotel, Madiun,

- 1) Security yang bertanggung jawab terhadap keamanan hotel secara keseluruhan.
 - 2) Driver bertanggung jawab terhadap perbaikan, perawatan dan pemeliharaan mobil hotel.
 - 3) Enggenering bertanggung jawab terhadap perbaikan, perawatan dan pemeliharaan kelengkapan dan peralatan hotel.
- e. Financial Controller / Accounting
Bagian ini bertugas mencatat, pembukuan semua kegiatan keluar masuknya uang yang ada di hotel. Accounting ini terdiri dari:

- 1) Accounting recieveble yang bertugas mencatat dan membukukan semua pemasukan penjualan yang ada di hotel dan melaporkan hasil pembukuannya ke pimpinan.
 - 2) Chasier bertugas menerima pembayaran yang di lakukan oleh tamu hotel.
 - 3) Logistic bertugas mengatur semua pembelanjaan yang di perlukan di departemen mana saja di hotel tersebut.
- f. Food and Beverage Departement
- Food and beverage department berfungsi menyediakan makanan dan minuman. Ada 4 sosok yang mendukung suksesnya Food and beverage dalam pekerjaanya, antara lain:
- 1) Waiter atau waitress bertugas melayani kebutuhan tamu sehingga tamu tidak akan kurang sesuatu apapun.
 - 2) Cook adalah petugas yang mengelola makanan dan minuman dan menyiapkan segala pesanan yang di pesan dari restoran
 - 3) Cook helper bertugas yang membantu meringankan pekerjaan cook.
 - 4) Steward adalah petugas yang membantu pekarjaan cook helper yang hanya di bagian cuci mencuci peralatan yang sudah di gunakan baik dari dapur maupun peralatan dari area restoran.
- g. Housekeeping Department
- Bertanggung jawab mengawasi dan mengarahkan, membimbing kelancaran jalannya operasional dan administrasi house keeping room division terdiri dari:
- 1) Room boy
Bertugas terhadap kebersihan, kerapian dan kenyamanan kamar
 - 2) Public Area Attendant
Bertugas terhadap kebersihan lokasi / area umum hotel
 - 3) Laundry Attendant
Bertugas terhadap pencucian pakaian tamu serta linen yang ada di hotel

Dari tabel berikut, responden yang mempersepsikan kebijakan terhadap jenjang karir di Hotel Merdeka dengan pendapat memuaskan yang ditunjukkan dengan jawaban setuju sebanyak 285 poin dan jawaban sangat setuju sebanyak 184 poin, sedangkan yang termasuk ke dalam kategori kurang memuaskan ditunjukkan dengan jawaban tidak setuju sebanyak 205 poin dan sangat tidak setuju sebanyak 37 poin.

Berdasarkan tabel tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa karyawan sudah cukup puas terhadap kebijakan terhadap jenjang karir yang diberikan oleh pihak hotel. Hasil kuesioner menyatakan bahwa sebagian besar karyawan menilai tugas dan tanggung jawab yang dibebankan oleh atasan sesuai dengan pendidikan dan kemampuan masing-masing karyawan.

PENDAPAT RESPONDEN TERHADAP KEBIJAKAN
JENJANG KARIR DI HOTEL MERDEKA MADIUN

Tabel 1
Pendapat Responden terhadap Kebijakan Jenjang Karir di Hotel Merdeka Madiun

No. Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu – Ragu	Setuju	Sangat Setuju
1.	-	11	-	29	-
2.	-	-	-	10	30
3.	-	15	10	10	5
4.	-	7	5	21	7
5.	-	3	-	27	10
6.	-	18	12	6	4
7.	7	13	-	15	5
8.	-	6	7	14	13
9.	11	15	9	5	-
10.	10	26	-	3	1
11.	6	11	1	12	10
12.	-	10	4	13	13
13.	-	-	11	20	9
14.	-	5	6	22	7
15.	1	9	7	17	6
16.	2	5	11	4	18
17.	-	17	-	12	11
18.	-	13	2	16	9
19.	-	3	4	12	21
20.	-	18	-	17	5
TOTAL	37	205	89	285	184

Keputusan penempatan para karyawan di Merdeka Madiun masih sangat didominasi oleh pemilik dan manajer. Namun, walau kadang menerapkan gaya kepemimpinan pribadi mereka, mekanisme penempatan karyawan hotel dapat dikatakan selama ini sesuai dengan jenjang pendidikan. Makin tinggi jenjang pendidikan, makin tinggi pula jenjang kedudukan kerja yang mungkin dapat mereka capai. Walau jenjang pendidikan itu sangat menentukan prioritas dalam penempatan para karyawan, ada faktor lainnya yang juga sangat menentukan mekanisme penempatan kerja para pegawai di hotel tersebut, terutama lama kerja atau senioritas. Asumsinya, makin lama atau senior seorang karyawan, makin luas dan tinggi pula pengalaman dan keahlian mereka dalam bekerja di bidang pelayanan hotel. Mekanisme ini dipandang memadai dan dapat mempertahankan kepuasan kerja para karyawan dalam bekerja.

3. Pembahasan Hasil

Berdasarkan pendapat karyawan, dengan terbatasnya peluang untuk mengembangkan jenjang karir yang hanya terdapat 5 jabatan di level top manager sehingga di hotel Merdeka terdapat adanya kompetisi untuk meningkatkan jenjang karir yaitu memperoleh promosi jabatan, sehingga timbul persaingan yang ketat tapi sehat dalam kinerjanya.

Persaingan yang kurang sehat untuk mendapatkan promosi jabatan yang diinginkannya, pembunuhan karakter terhadap karyawan sesama departemen dan terlalu mencari perhatian kepada manager departemen dan general manager. Dengan adanya hal tersebut karyawan lain merasa dirugikan karena pencemaran nama baik dan upaya illegal atas kepentingan pribadi sehingga timbul perselisihan yang juga diketahui oleh manager departemen dan manager personalia.

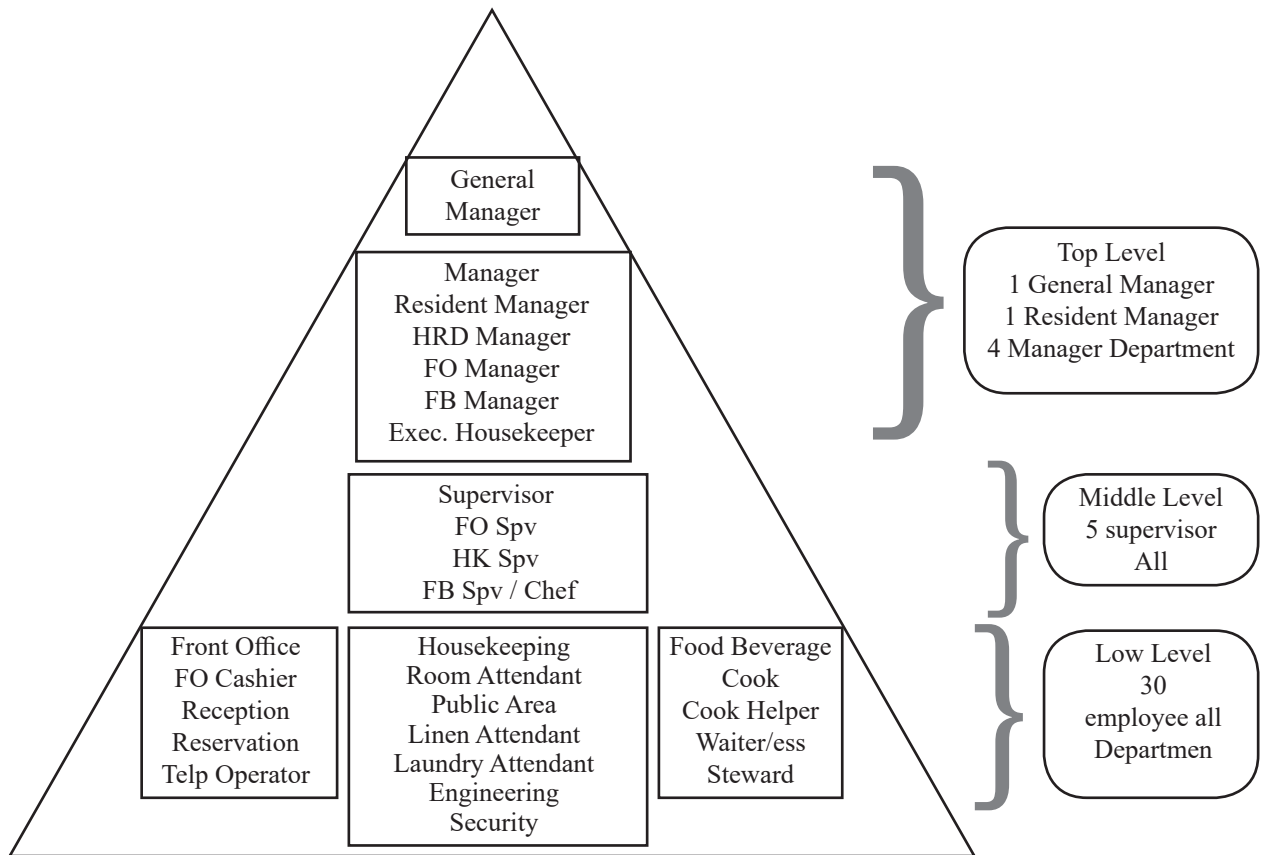
Berdasarkan diagram di atas, digambarkan suatu proses pengembangan jenjang karir di Hotel Merdeka yang dimulai dari Low Level (Level terendah), Middle Level (Level Menengah), dan Top Level (Level Atas). Diagram yang berbentuk kerucut tersebut di atas memberikan gambaran mengenai terbatasnya peluang untuk mendapatkan jenjang karir di Top Level (Level Puncak) yang hanya tersedia 5 jabatan Manager All Department dan selanjutnya 5 jabatan Supervisor All Department dengan berjumlah 30 karyawan / staf.

Situasi dan kondisi tersebut bisa diibaratkan seperti air yang dituangkan ke atas cerobong dengan lubang yang sangat kecil sehingga air yang keluar tidak sebesar yang dituangkannya. Maknanya jumlah karyawan yang cukup besar berupaya meningkatkan karir yang lebih tinggi dalam persaingan ketat dengan posisi jabatan strategis yang dibutuhkan sangat terbatas, sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat yang tidak jarang berujung pada kompetisi yang kurang sehat.

Mengenai pembagian beban tugas dan tanggung jawab di hotel Merdeka Madiundirasakan belum adil sesuai dengan standar gaji, jenjang pendidikan, lama bekerja atau senioritas, jenis kelamin, usia, dan berdasarkan keahlian masing-masing. Front Office (FO), misalnya, memiliki tugas khusus menjual kamar, Housekeeping (HK) menyiapkan kamar yang ditempati tamu, Food and Beverage (FB) menyiapkan makanan dan minuman, dan Food Product (FP) mengelola bahan makanan. Beban tugas para pegawai terbagi menjadi 8 jam sehari dengan target pekerjaan yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh pihak hotel. Sebagai contoh, 1 karyawan di bagian HK harus membersihkan setidaknya 12 kamar setiap hari, demikian pula karyawan di bagian yang lain. Standar pembagian tugas dan tanggung jawab yang relatif kurang selama ini dipandang oleh para pegawai belum memadai

Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar hotel non-bintang di Kota Madiun masih dikembangkan dengan tradisi kepemimpinan pribadi, yang pada gilirannya sangat berpengaruh terhadap jenjang karir para staf hotel di sana. Jenjang karir ditentukan penuh oleh pemilik dan manajer sebagai pengambil kebijakan. Akan tetapi, jaminan telah diterapkan, misalnya, karyawan senior dapat menduduki jabatan sebagai supervisor dan asisten manajer, bahkan jadi manajer. Di hotel Sulawesi, misalnya, supervisor kamar dapat diangkat menjadi manajer hotel. Demikian pula di hotel Rembangan, Safari, dan Panorama. Sementara itu, di hotel Rembangan, jenjang karir

DIAGRAM JENJANG KARIR HOTEL MERDEKA MADIUN



diawasi dan ada tes pada tingkat internal: hotel dan pihak kantor pariwisata Kabupaten Jember. Diperhatikan dari aspek jaminan ini, dapat dikatakan bahwa model jaminan tersebut kini masih cukup memuaskan karyawan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas pelayanan yang bisa mereka berikan dan memuaskan para tamu dan/atau pelanggan hotel.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, mekanisme reward dan punishment yang diterapkan di sebagian besar Merdeka Madiun sekarang sudah memadai dan dapat dikatakan dapat berjalan dengan baik. Sebagai contoh, bagi karyawan yang telah bekerja tanpa cacat diberi penghargaan berupa tali kasih dan piagam serta diumumkan di kalangan rekan kerja mereka. Sementara itu, para karyawan yang telah menciptakan kesalahan biasanya akan diberi peringatan oleh pihak hotel sebanyak 1 atau 2 kali. Namun, bila tetap tidak memperhatikan jenis peringatan ringan seperti itu, pihak hotel bahkan tidak segan akan mengeluarkan mereka dari pekerjaan di hotel. Dalam

banyak kasus, mekanisme reward dan punishment ini dapat meningkatkan kepuasan pegawai dalam bekerja di hotel, dalam pengertian lebih bersemangat dalam bekerja agar mendapat reward dan berhati-hari dalam bekerja agar tidak terkena hukuman (punishment) dalam bentuk peringatan ringan sekalipun.

Berdasarkan data yang diperoleh, Hotel Merdeka sudah cukup baik dalam pemberian pelatihan kerja kepada karyawan. Dengan ada pelatihan, karyawan yang kurang memahami bidang kerjanya akan menjadi lebih memahami, dan karyawan yang memiliki produktivitas akan cenderung lebih tinggi lagi prestasinya. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara pelatihan yang diberikan untuk peningkatan SDM dan kualitas kerja dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan di perusahaan yang bersangkutan. Karena besarnya arti penting seperti ini, pelatihan selalu diberikan oleh perusahaan terhadap karyawannya.

KESIMPULAN

Dari pembahasan atas hasil penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Keputusan penempatan para karyawan di Merdeka Madiun didominasi oleh pemilik dan manajer. Namun, walau kadang menerapkan gaya kepemimpinan pribadi mereka, mekanisme penempatan karyawan hotel masih sesuai dengan jenjang pendidikan dan kesesuaian pendidikan dengan bidang kerja.
2. Peluang karir di Hotel Merdeka Madiun sangat terbatas hanya terdapat 5 jabatan di level top manager sehingga di hotel Merdeka terdapat adanya kompetisi untuk meningkatkan jenjang karir yaitu memperoleh promosi jabatan yang diinginkan sehingga timbul persaingan yang ketat.

SARAN

1. Jika karir terbatas diharapkan kompensasi ditingkatkan agar karyawan diharapkan mampu mempertahankan produktivitas kerja.
2. Manajemen hotel berusaha meningkatkan kualitas, kuantitas kompensasi dan jenjang karir dengan cara menyeleksi masing-masing karyawan dengan melihat prestasi, tingkat pendidikan, potensi serta senioritas karyawan dalam upaya meningkatkan produktivitas kerja dan persaingan yang sehat diantara karyawan, yang berdampak pada gairah kerja dan motivasi kerja.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi, (2006), Manajemen Penelitian. Jakarta : Rineka Cipta
- _____. (2002). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V. Jakarta : Rineka Cipta
- Drummond, Karen Eich (2010). Human Resource Management for The Hospitality Industry. New York : Van Nostrand Reinhold
- Flippo, Edwin B.(2004). Personnel Management (6 th ed.). Mc Graw-Hill International Student Edition
- Guelck, William F.(1982). Personnel a Diagnostic Approach (3 rd ed.). Plano Texas: Business Publication Inc.
- Handoko, T Hani.(1996). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia Yogyakarta : APFE.
- Herbert G., Schwab,Donald P.,Fossum,John A.,Dyer, Lee D. (1981). Managing Personnel and Human Resources. Dow Jones
- Jerris, Linda A. (1999). Human Resource Management for Hospitality. New Jersey : Pearson Education International.
- Kusmayadi, Ir & Ir Endar Sugiarto, MM. (200). Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Serdamayanti. (2001). Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung : Mandar Maju.
- Umar, Husein. (2003), Metode Riset Perilaku Organisasi. Jakarta : Gramedia.
- Uyanto, Stainslaus Suryadi, (2007), pengaruh Kompensasi, Benefit, Lingkungan Kerja serta jenjang Karir terhadap Komitmen Karyawan dalam Suatu Organisasi. Jakarta Selatan : Uni Atmika Jaya.



PENGARUH KUALITAS LAYANAN GUEST LAUNDRY TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL MAJAPAHIT

ENDANG SRI RAHAJOE
Dosen Akpar Majapahit
Email: rahajoendang@gmail.com

Abstrak

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa Uji F membuktikan bahwa secara simultan atau serempak variabel reliability, responsiveness, assurance, dan tangibles berpengaruh nyata terhadap kualitas layanan guest laundry, Uji t membuktikan bahwa secara parsial, variabel reliability, responsiveness, assurance, dan tangibles berpengaruh nyata terhadap kualitas layanan guest laundry.

Kata kunci: *guest laundry, kualitas layanan.*

PENDAHULUAN

Hotel Oranje Surabaya dibangun oleh Lukas Marti Sarkies seorang warga keturunan Armenia. Sebelumnya pemilik hotel “ Embong Malang “ yang didirikan pada tahun 1872 serta hotel JMS Sarkies, Family Sarkies adalah keluarga yang memiliki reputasi nama yang baik di Asia dan pada saat ini kebanyakan dari family sarkies tinggal di USA, Belanda, Australia dan Iran. Pada tahun 1936 dilakukan renovasi hotel Oranje tampak dari Art Decostyle. Pada saat yang sama daerah disekeliling hotel juga berkembang dimana pada sisi kiri lantai bawah hotel berdiri toko “Van Dorp” dan pada sisi kanan lantai bawah hotel terdapat toko kue dan es krim “Hoen Kwee” (sesuai dengan nama pemiliknya). Selama 3,5 tahun masa penjajahan jepang di Indonesia Hotel Oranje diubah nama menjadi “Yamato Huteru” atau Hotel Yamato. Masyarakat Surabaya mengenal Hotel Yamato sebagai “liberty hotel” atau hotel merdeka karena di hotel terjadi peristiwa heroic penyobekan warna biru pada bendera Belanda dan pengibaran Merah Putih..

Pada tahun 1946 hotel dipegang kembali oleh family Sarkies dan berubah nama menjadi LMS (Lukas Martin Sarkies) dan nama - nama hotel LMS berubah menjadi Majapahit. Pada tanggal 29 April 1980 hotel Majapahit diambil alih PT. Sekar Grup, sebuah perusahaan mewah dan bisnis lainnya. Tiga bulan berikutnya, PT. Sekar Grup menandatangani perjanjian untuk manajemen hotel dan mendirikan perusahaan “ PT. Sekman Wisata “ bekerja sama dengan Mandarin Oriental dengan pembagian kepemilikan Mandarin Oriental 25% dan Sekar 75%.

Pada tanggal 19 Januari 1996, setelah dua tahun restorasi dengan biaya \$ 32 juta Mandarin Oriental Hotel Majapahit Surabaya dibuka kembali dengan standart Internasional.pada tahun 22

September 2006 Mandarin Oriental Hotel Group mengakhiri pengoprasianya di Surabaya dan sekarang dibuka kembali dengan nama hotel Majapahit Surabaya hotel bintang lima dengan standart Internasional.

Sebagai hotel berbintang lima bertaraf internasional yang sangat banyak di kunjungi para tamu, mulai dari para wisatawan, para pelaku bisnis dan pihak yang berasal dari instansi pemerintah maupun swasta, hotel Majapahit menyediakan fasilitas layanan lengkap.

Laundry departemen merupakan bagian dari Housekeeping department yang bertugas untuk menjaga kerapian dan kebersihan guest Laundry, linen-linen dan uniform karyawan. Laundry yang ditawarkan atau di jual kepada tamu harus benar-benar di perhatikan kebersihannya dan kenyamanan serta mempunyai daya tarik sehingga dapat menciptakan kepuasan bagi tamu. Laundry sangat di perlukan karena: 1) Laundry merupakan salah satu aset pendapatan; 2) Laundry juga sebagai aspek layanan terhadap tamu, 3) Dalam aspek layanan terhadap tamu Laundry juga memberikan layanan dalam bidang jasa informasi. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal maka Laundry departemen memiliki suatu strategi sebagai berikut: 1) Memiliki karyawan yang cakap dalam bekerja sehingga mendapatkan hasil kualitas prlayanan Laundry yang baik, 2) Karyawan mampu bergerak cepat dan cekatan dalam melakukan suatu pekerjaan, 3) bKaryawan harus mempunyai rasa tanggung jawab terhadap tugasnya dan dapat menggunakan waktu sebaik-baiknya.

Dari uraian diatas di harapkan terciptanya kepuasan tamu setelah mereka keluar akan kembali lagi. Untuk itu Housekeeping/Laundry departemen sebagai salah satu departemen atau bagian dari hotel yang bertanggung jawab atas kebersihan, kenyamanan dan daya tarik dari kamar tamu, public area dan pakaian tamu harus benar-benar di perhatikan.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah faktor-faktor Reability(x1), Responsive(x2), Tangible(x3), dan Anssurance(x4) secara silmultan dan partial berpengaruh terhadap kualitas layanan laundry guest (Y).
2. Diantara Variabel Reability(x1), Responsive(x2), Tangible(x3), dan Anssurance(x4). Variabel mana yang berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan laundry (Y) di Hotel Majapahit Surabaya.

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui apaka Variabel prosedur layanan berupa anssurance(jaminan),Reabilit y(kehandalan),Responsive (ketanggapan), dan Tangibel (berwujud) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kualitas layanan laundry di Hotel Majapahit Surabaya.
2. Untuk mengetahui diantara ke empat Variabel layanan di atas berupa Reability (kehandalan), Responsive (ketanggapan), Tangibel (berwujud) Anssurance (jaminan) manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kualitas layanan laundry

KAJIAN PUSTAKA

Dalam buku “Hotel floor Section” (2002) disebutkan bahwa hotel adalah bangunan yang

menyediakan kamar-kamar untuk menginap tamu, makanan dan minuman, serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan dan dikelola secara profesional untuk mendapatkan keuntungan” Yayuk Sri Perwani dalam bukunya “Teori dan Petunjuk Praktek Housekeeping untuk Akademi Perhotelan, make up Room (2001) adalah sebagai berikut: “Hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh layanan dan penginapan berikut makan dan minum.

Pelanggan harus mendapatkan layanan yang baik, semenjak dia reservation, dalam hotel dan pada saat chek out, melayani pelanggan, tidak ubahnya melayani manusia biasa lainnya dengan segala kebutuhannya, bahkan harus lebih di perhatikan. Hal tersebut wajar saja, karena dalam melakukan layanan terhadap pelanggan selama dia berada di ruang lingkup hotel, pelanggan mencari kesenangan, kenikmatan dan kepuasan, untuk itu dia bersedia membayar dengan harga seperti yang ditawarkan. Imbalan dari harga yang dibayar akan di kompensasi dengan kualitas layanan yang diberikan setiap departemen misal : kamar, restaurant dan F.O. (front office)

Layanan suatu bagian kepada bagian lain harus baik, karena kalau tidak, tidak ada jaminan bahwa layanan yang diberikan front office akan memuaskan tamu. Kalau hal tersebut tidak dilakukan, layanan pada tamu tidak seimbang. Jadi layanan yang baik itu dapat di ciptakan, kalau masing-masing bagian, tiap orang yang diberi tanggung jawab, menjalankan tugasnya dengan baik sesuai dengan sistem dan prosedur operasi yang sudah di susun (SPO) agar semua bisa berjalan dengan baik, maka tugas seorang supervisor akan sangat menentukan.

Kualitas layanan maka salah satu konsep yang harus dipahami bersama adalah : apakah yang dimaksud dengan layanan atau jasa ? serta bagaimana kaitannya antara layanan itu sendiri dengan pemasaran.

Dari beberapa pengalaman menunjukkan bahwa atas pemberian suatu kualitas jasa atau layanan tertentu akan menimbulkan penilaian yang berbeda dari setiap konsumen, karena tergantung dari bagaimana konsumen mengharapkan kualitas jasa atau layanan tersebut. Sehingga kualitas jasa atau pelayanan yang diterima konsumen (perceived service quality) diartikan oleh Valerie A. Zeithmal, dkk (1990:90) sebagai peredaan antara harapan atau keinginan konsumen (expected service) dengan persepsi mereka (perceived service).

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa pamusuraman, Zaithaml, dan Berry (1985) berhasil mengidentifikasi Sepuluh dimensi pokok kualitas jasa :

1. Rehabilitas, meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (performance) dan sifat dapat dipercaya (dependability). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal (right from the first time), memenuhi janjinya secara akurat dan andal (misal, mencapaikan jasa sesuai dengan janji yang disepakati). Menyampaikan data (record) secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.
2. Responssivitas atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat. Beerapa contoh diantara : ketepatan waktu pelayanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan menyampaikan layanan secara cepat.

3. Kompetensi, yaitu penguasaan ketrampilan dan pengetahuan yang diutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan keutuhan pelanggan. Termasuk didalamnya adalah pengetahuan dan ketrampilan karyawan kontak, pengetahuan dan ketrampilan personil dukungan oprasional, dan kapabilitas riset organisasi.
4. Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (approachability) dan kemudahan kontak. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi (contohnya, telepon, surat, email, fax, dan seterusnya), dan jam operasi nyaman.
5. Kesopanan (courtesy), meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak (seperti resepsionis, operator telepon, bell person, teller bank, kasir, dan lain – lain).
6. Komunikasi, artiya menyampaikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Termasuk didalamnya adalah penjelasan mengenai jasa atau layanan yang ditawarkan, biaya jasa, trade off antara jasa dan iaya, serta proses penanganan masalah potensial yang mungkin timbul.
7. Kredibilita, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan (hardselling versus soft selling approach).
8. Keamanan (security), yaitu bebas dari bahaya, resiko atau keraguan – keraguan. Termasuk didalamnya kemanan secara fisik (physical safety), keamanan financial (financial security), privasi, dan kerahasiaan (confidentiality).
9. Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan kerahasiaan (confidentiality).
10. Bukti fisik (tangibles), meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan–bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat, dan lain–lain).

Dalam riset selanjutnya Parasuraman Zeithaml, dan Berry (1988) menemukan adanya overlapping diantara beberapa dimensi diatas. Oleh sebab itu mereka sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok, kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (assurance). Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya, yaitu :

1. Reliabilitas (rebility), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya tanggap (responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (assurance), yakni perilaku para karyawan mampu menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para pelnggannya. Jaminan jasa berarti ahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai

- pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati (empathy), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
 5. Bukti fisik (tangibles), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Meningkatkan kualitas layanan Laundry adalah salah satu bagian yang penting di hotel, untuk menunjang keberhasilan dan kelancaran operasional hotel. Hal ini diperlukan agar layanan yang diberikan kepada tamu, karyawan dapat bekerja secara maksimal. Jika kualitas produk Laundry meningkat maka hasil yang didapat juga terbatas. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan kualitas layanan Laundry adalah bagaimana cara mendapatkan sumber daya manusia yang baik dan profesional, sementara prasarana yang mendukung operasional Laundry, karyawan juga harus memiliki jaminan layanan dan ketepatan harga. Penggunaan bahan kimia secara benar dapat juga meningkatkan kualitas layanan Laundry.

HIPOTESIS

1. Bahwa faktor–faktor dimensi meliputi reliability (keandalan), responsive (ketanggapan), tangibles (berwujud), dan assurance (jaminan) berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kualitas layanan laundry di Hotel Majapahit Surabaya.
2. Bahwa faktor – faktor reliability (kehandalan) mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kualitas layanan laundry di Hotel Majapahit Surabaya.

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian terhadap kualitas layanan guest laundry dilaksanakan di Hotel Majapahit Surabaya yaitu Hotel berbintang 5 (*****) bertaraf Internasional yang terletak di Jl. Tunjungan 65 Surabaya 60275, didesain sebagai penelitian kuantitatif dengan menggunakan regresi berganda.

1). Jenis Data

Data kuantitatif yang di kualitatifkan. Data kualitatif adalah jenis data yang berbebtuk tentang keandalan sifat, keterangan, penjelasan, gambaran dari objek penelitian dan tidak berupa angka-angka tetapi akan diubah menjadi bentuk angka-angka yang dapat dihitung dan diperoleh melalui penelitian, baik data primer maupun skunder.

2) Jenis dan Sumber Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan pihak pertama atau perseorangan misalnya: langkah kerja Housekeeping dalam menjaga kebersihan area hotel, data hasil observasi dan data hasil wawancara.

b. Data skunder

Data sekunder adalah secara tidak langsung atau data yang diperoleh suatu organisasi/ perusahaan yang berasal dari pihak lain yang telah mengumpulkan dan mengelolanya.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode angket adalah suatu cara untuk mendapatkan data dengan menyebarkan kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan oleh peneliti ini adalah kuesioner tipe pilihan tertutup dengan lima alternative pilihan, tipe ini memberikan kemudahan dalam jawaban serta singkatnya waktu untuk menjawab. Tipe pilihan disusun berdasarkan model Likert, menggunakan pengukuran skala ordinal untuk faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan, reability (kehandalan), responsiveness (daya tangkap), assurance (jaminan), tangible (berwujud), Hasil kuesioner akan tersusun dalam bentuk angka-angka, table-tabel, analisa statistic dan uraian serta kesimpulan hasil penelitian. “analisa data kuantitatif dilandaskan pada hasil kuesioner ini”,(Singarimbun 1999) penentuan skala Likert disajikan sebagai berikut jika tanggapan responden mengarah pada pilihan mendukung atribut berarti positif maka skornya 5, jika mengarah pada pilihan negatif, maka skornya 1.

3. Metode Analisa Data

1) Uji validitas

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur (kuesioner) itu dapat mengukur apa yang ingin diukur. Oleh karena itu suatu data yang valid harus mengandung unsur ketepatan dan kecermatan, tepat berarti mengenai sasaran dan cermat berarti mampu membedakan aspek sampai sekecil-kecilnya. Alat ukur dinyatakan valid apabila memiliki kemampuan untuk menyadap aspek-aspek (atau unsure-unsur, dimensi-dimensi) yang hendak diukur. Dalam penelitian ini menurut Hadi Sutrisno (1997) untuk uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi product moment model peorsenc yang dirumuskan sebagai berikut:

$$R_{XY} = \frac{N(\sum X) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}$$

Keterangan :

N = Banyak variable

X = Skor item X

Y = Skor item Y

Perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan program computer yaitu SPSS. Untuk menentukan kesahihan secara statistik, angka korelasi yang diperoleh (r

hitung) harus dibandingkan dengan angka kritis table kolerasi product moment (rtabel) pada taraf 5%. Bila angka kolerasi yang diperoleh berada dibawah angka kritis berarti item tersebut tidak sah.

2) Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten, apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Untuk reliabilitas dilakukan dengan melihat koefisien alpha cronbach (Gay, 1985) dirumuskan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{r}{1 + (K - 1)r}$$

Dimana :

α = keandalan alpha cronbach

k = jumlah pertanyaan dalam skala

r = rata-rata korelasi diantara butir pertanyaan

MKs = Mean Kuadrat antar butir

Teknik ini dilakukan pada pertanyaan sah, sedangkan criteria menurut Gay (1995) adalah jika hasilnya $\alpha > 0,07$ maka dinyatakan bahwa instrument tersebut realibilitasnya tinggi. Perhitungan realibilitas/kehandalan menggunakan program SPSS.

3) Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas produk kualitas layanan guest laundry baik secara serampak atau persial, peneliti menggunakan model analisis regresi linier berganda (Multiple Regression Analisis), dengan formula:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Kualitas layanan laundry guest

X_1 = Reability (kehandalan)

X_2 = Responsive (ketanggapan)

X_3 = Anssurance (jaminan)

X_4 = Tangible (berwujud)

B_0 = merupakan penggambaran pengaruh rata-rata semua variable yang tidak dimaksudkan ke dalam variable model terhadap Y b_1 b_2 b_3 b_4 = koefisiensi regresi.

e = merupakan faktor pengganggu.

- Didalam menguji hipotesis digunakan uji F dan uji t.
- 4) Uji F, yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi secara keseluruhan dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :
- Ho : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$**
H2 : minimal satu $b_i \neq 0$
- a. Pengujian melalui uji F atau variasinya adalah membandingkan F hitung (F_h) dengan F table (F_t) pada $\alpha = 0,05$. Apabila hasil perhitungan menunjukkan $F_h \geq F_t$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.
 Artinya dari model regresi berhasil menerangkan variasi variable bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variable terkait.
- b. $F_h \geq F_t$ maka H_0 diterima, H_a ditolak
 Artinya variasi dan model regresi tidak berhasil menerangkan variable bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruh terhadap variable terikat.
- 5) Uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi dengan rumus sebagai berikut :
- Ho : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$**
Ha : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$
- Pengujian dilakukan dengan uji t dengan membandingkan t hitung (t_h) dengan t table (t_b) pada $\alpha = 0,05$
- a. $t_h \geq t_b$, maka H_0 ditolak, H_a diterima
 Artinya Variabel bebas dapat menerangkan variable terikat dan ada pengaruh antara dua variable yang diuji.
- b. $t_h \leq t_b$, maka diterima, H_a ditolak
 Artinya Variabel bebas tidak dapat menerangkan variable terkaitnya dan pengaruh diantara dua variable diuji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Laundry Department merupakan bagian dari HK Departement yang memiliki tugas dan tanggung jawab terhadap kepuasan tamu.

1. Uji Kualitas Data

1). Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (dalam hal ini kuisioner). Uji validitas digunakan untuk mereduksi metode yang secara umum dipakai yaitu dengan mengkorelasikan antara skor individu yang diperoleh masing-masing item atau butir pertanyaan dengan skor total dari masing-masing item dengan menggunakan teknik Korelasi Pearson (Person Correlation).

Kriteria yang ditetapkan untuk mengukur valid tidaknya suatu data adalah r-hitung (koefisien korelasi) lebih besar dari r-tabel (nilai kritis) pada taraf signifikansi 5%

atau 0.05. Bila koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis maka alat pengukur tersebut dikatakan valid. Uji validitas ini menggunakan paket program SPSS for Windows dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas X

Item Pertanyaan	R (Koefisien Korelasi)	r Tabel	Sig	Validitas
Reliability (X1)				
X1.1	0.890	0.2353	0.000	Valid
X1.2	0.869	0.2353	0.000	Valid
Responsiveness (X2)				
X2.1	0.576	0.2353	0.000	Valid
X2.2	0.621	0.2353	0.000	Valid
Assurance (X3)				
X3.1	0.676	0.2353	0.000	Valid
X3.2	0.669	0.2353	0.000	Valid
Tangibles (X4)				
X4.1	0.450	0.2353	0.000	Valid
X4.2	0.637	0.2353	0.000	Valid
X4.3	0.531	0.2353	0.000	Valid
X4.4	0.501	0.2353	0.000	Valid
Kualitas layanan (Y)				
Y1	0.720	0.2353	0.000	Valid
Y2	0.749	0.2353	0.000	Valid
Y3	0.355	0.2353	0.000	Valid
Y4	0.516	0.2353	0.000	Valid
Y5	0.537	0.2353	0.000	Valid
Y6	0.749	0.2353	0.000	Valid
Y7	0.355	0.2353	0.011	Valid

Sumber: Data primer diolah

Keterangan : ** valid pada taraf signifikansi 0,01 (1%)
* valid pada taraf signifikansi 0,05 (5%)

Dari tabel 4.4 hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung dari masing-masing butir pertanyaan lebih besar dari r tabel (0.2353) pada taraf signifikansi < 0.05 yang diajukan pada 50 responden sehingga layak digunakan (valid) karena persyaratan yang diperlukan terpenuhi.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur gejala yang sama. Suatu instrumen dikatakan reliable jika mempunyai nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60 (Nunnally, 1969 dalam Ghozali, 2002). Teknik Cronbach Alpha menunjukkan indeks konsistensi internal yang akurat, cepat dan ekonomis. Di mana semakin besar nilai alpha maka alat pengukur yang digunakan semakin handal (reliable). Hasil pengujian realibilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Realibitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Reliability (X1)	0.7791	Reliabel
Responsiveness (X2)	0.7892	Reliabel
Assurance (X3)	0.7054	Reliabel
Tangibles (X4)	0.6947	Reliabel
Kualitas layanan (Y)	0.6500	Reliabel

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa kelima variabel tersebut reliabel, hal ini menunjukkan karena Cronbach Alpha lebih besa dari 0.60 (Nunnally, 1969 dalam Ghozali, 2002).

3. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk mengetahui pengaruh satu arah variabel terhadap variabel lain. Analisis digunakan untuk membuktikan apakah ada pengaruh dari variabel reliability, responsiveness, assurance, tangibles sebagai variabel independen terhadap kualitas layanan guest laundry.sebagai variabel dependen. Ringkasan hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 3
Ringkasan Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel Dependen	Variabel Independen	Koefisien Regresi	t hitung	t tabel	Sig.
Y	Konstanta	2.173	2.926	2.0106	0.005
	(X1)	1.152	19.673	2.0106	0.000
	(X2)	1.236	13.701	2.0106	0.000
	(X3)	0.835	9.160	2.0106	0.000
	(X4)	0.470	3.554	2.0106	0.001

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.173 + 1.152X1 + 1.236X2 + 0.835X3 + 0.470X4 + e$$

Keterangan :

- Y = Kualitas layanan
- X1 = Reliability
- X2 = Responsiveness
- X3 = Assurance
- X4 = Tangibles

Berdasarkan analisis regresi diatas, memberikan informasi sebagai berikut :

Nilai Intercept (β_0)

Pada persamaan diatas nilai intercept bertanda positif, sebesar 2.173 berarti bahwa tanpa kualitas layanan guest laundry., keseluruhan variabel akan berjalan dengan baik sebesar 2.173 satuan.

1) Koefisien Regresi Reliability (β_1)

Faktor Reliability berpengaruh positif, berarti dapat diterangkan bahwa apabila variabel reliability naik, maka dukungan atas kualitas layanan guest laundry. akan naik dan sebaliknya. Hasil perhitungan menunjukkan koefisien regresi sebesar 1.152. hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan variabel reliability sebesar satu satuan akan meningkatkan dukungan atas kualitas layanan guest laundry. sebesar 1.152 satuan.

2) Koefisien Regresi Responsiveness (β_2)

Faktor Responsiveness berpengaruh positif, berarti dapat diterangkan bahwa apabila variabel Responsiveness naik, maka dukungan atas kualitas layanan guest laundry. akan naik dan sebaliknya. Hasil perhitungan menunjukkan koefisien regresi sebesar 1.236. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan variabel Responsiveness sebesar

satu satuan akan meningkatkan dukungan atas kualitas layanan guest laundry sebesar 1.236 satuan.

3) Koefisien Regresi Assurance (β_3)

Faktor Assurance berpengaruh positif, berarti dapat diterangkan bahwa apabila variabel Assurance naik, maka dukungan atas kepuasan tamu akan naik dan sebaliknya. Hasil perhitungan menunjukkan koefisien regresi sebesar 0.835. hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan variabel Assurance sebesar satu satuan akan meningkatkan dukungan atas kualitas layanan guest laundry sebesar 0.835 satuan.

4) Koefisien Regresi Tangibles (β_4)

Faktor Tangibles berpengaruh positif, berarti dapat diterangkan bahwa apabila variabel Tangibles naik, maka dukungan atas kualitas layanan guest laundry akan naik dan sebaliknya. Hasil perhitungan menunjukkan koefisien regresi sebesar 0.470. hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan variabel Tangibles sebesar satu satuan akan meningkatkan dukungan atas kualitas layanan guest laundry sebesar 0.470 satuan.

5) Koefisien Korelasi (R)

Untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas digunakan koefisien korelasi (R) dalam perhitungan diperoleh koefisien korelasi sebesar 0.989. Hal ini dapat menunjukkan hubungan yang sangat erat antara variabel bebas dan variabel tidak bebas (tergantung) dimana hubungan dapat dikatakan erat jika koefisien korelasinya mendekati 1 (satu). Hal ini menunjukkan keeratan hubungan antara kualitas layanan guest laundry dengan keseluruhan variabel penelitian.

6) Koefisien Determinasi (R^2 - R Square)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas digunakan koefisien determinasi (R^2). Dalam perhitungan diperoleh koefisien determinasi sebesar 0.978. Hal ini berarti bahwa sumbangan naik turunnya variabel bebas (Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Tangibles) terhadap naik turunnya variabel tidak bebas (kualitas layanan guest laundry) sebesar 97.8 % sedangkan sisanya 2.2 % dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel bebas yang ada pada persamaan regresi.

7) Koefisien Determinasi Yang Disesuaikan (Adjustmen R^2)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, bila variabel bebasnya lebih dari satu dan telah dibebaskan dari pengaruh derajat bebasnya dipergunakan koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjustmen R^2). Dalam perhitungan diperoleh koefisien determinasi yang disesuaikan sebesar 0.978. Hal ini berarti bahwa sumbangan naik turunnya variabel bebas (Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Tangibles) terhadap naik turunnya variabel tidak bebas (kualitas layanan guest laundry) sebesar 97.8 % sedangkan sisanya 2.2 % disebabkan oleh variabel lain yang bersama-sama variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap kualitas layanan guest laundry..

a. Pengujian Hipotesis dengan Uji-t

Tes hipotesis uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikan (α) 5%. Dengan jumlah data sebanyak 50 dan nilai kritis t tabel sebesar 2.0106.

Hasil perhitungan uji t dengan menggunakan program SPSS for Windows dapat dilihat pada tabel 4.7. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa t hitung paling besar 19.673 maka dapat disimpulkan bahwa variabel reliability paling berpengaruh terhadap kualitas layanan guest laundry. Penjelasan lebih lengkapnya adalah sebagai berikut :

1) Variabel Reliability (X1)

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai t hitung = 19.673 sehingga t hitung > t Tabel artinya bahwa secara parsial variabel reliability berpengaruh terhadap kualitas layanan guest laundry.

2) Variabel Responsiveness (X2)

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai t hitung = 13.701 sehingga t hitung > t Tabel artinya bahwa secara parsial variabel Responsiveness berpengaruh terhadap kualitas layanan guest laundry.

3) Variabel Anssurance (X3)

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai t hitung = 9.160 sehingga t hitung > t Tabel artinya bahwa secara parsial variabel Anssurance berpengaruh terhadap kualitas layanan guest laundry.

4) Variabel Tangibles (X3)

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai t hitung = 3.554 sehingga t hitung > t Tabel artinya bahwa secara parsial variabel Tangibles berpengaruh terhadap kualitas layanan guest laundry.

b. Pengujian Hipotesis dengan Uji-F

Tes hipotesis uji-F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau serempak. Pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikan (α) 5%. Dengan jumlah data sebanyak 50 dan nilai kritis F tabel sebesar 2.5787.

Adapun hasil perhitungan uji F dengan menggunakan program SPSS for Windows dapat diketahui bahwa F hitung lebih besar dari F tabel yaitu sebesar $490.81 > 2.5787$ dan tingkat probabilitas lebih kecil dari α yaitu $0,000 < 0,05$. Karena F hitung lebih besar dari F tabel dan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi kesimpulannya variabel reliability, responsiveness, anssurance, tangible memiliki pengaruh secara simultan terhadap kualitas layanan .

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Uji F membuktikan bahwa secara simultan atau serempak variabel reliability, responsiveness, assurance, dan tangibles berpengaruh nyata terhadap kualitas layanan guest laundry
2. Uji t membuktikan bahwa secara parsial variabel reliability, responsiveness, assurance, dan tangibles berpengaruh nyata terhadap kualitas layanan guest laundry.

SARAN

Hasil dari penelitian ini memang tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasan. Untuk itu peneliti menyarankan berbagai hal untuk pengembangan penelitian ini:

1. Untuk meningkatkan kehandalan petugas laundry attendant maka sebaiknya dilakukan pelatihan yang berkaitan dengan bidangnya serta pengetahuan lainnya.
2. Peralatan yang lengkap dan berkualitas sangat berpengaruh terhadap fasilitas kerja laundry attendant, maka ada baiknya untuk laundry departement lebih ditingkatkan.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel untuk dapat mencari faktor lain di luar kualitas layanan laundry yang mempengaruhi di Hotel Majapahit Surabaya.

DAFTAR RUJUKAN

- Agusnawar, 2000. Operaional Tata Graha Hotel (Hotel Housekeeping Operasional). Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Alan Suraclan Dimiyati, SH, Pengetahuan Dasar Perhotelan, Devisi Gonan, Jakarta, 1989.
- Bagyono. 2006. Manajemen Housekeeping Hotel. Solo: CV. Alfabeta.
- Darsono, Agustinus. 1995. Tata Graha Hotel (Housekeeping). Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Kumekso. Housekeeping Hotel Floor Section.
- Kotler, Philip. Gary Armstrong. 2001. Prinsip – prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Sulistyono. 1999. Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Yoeti, H. Oka A. Drs. MBA. 1999. _____. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2005. Service, Quality Satisfaction. Yogyakarta : Andi.
- Umar. H, 1997, Metodologi Penelitian – Aplikasi dalam Pemasaran, Cetakan Pertama, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.



**OPINI WISATAWAN TERHADAP OBYEK WISATA
MINAT KHUSUS PETILASAN SRI AJI JOYOBOYO
KEDIRI**

RENNY SAVITRI
Dosen Akpar Majapahit
Email: savitrirenny@yahoo.com

Abstrak

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap opini wisatawan diperoleh bahwa, Secara geografi wisatawan didominasi dari dalam Kota/Kabupaten Kediri, 73% wisatawan berusia diatas 36 tahun, 68% diikuti wisatawan berjenis kelamin laki-laki, 51% bermata pencaharian sebagai pekerja swasta, 71% berpendidikan SLTA dan berdasarkan statusnya 66% telah menikah, Obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo mempunyai daya tarik yang kuat untuk dikunjungi lebih dipengaruhi oleh domain pendorong seperti penyediaan fasilitas ruang ganti/kamar mandi, persepsi wisatawan terhadap Petilasan yang penuh dengan misteri, kental dengan mistik dan teramat keramat. Aktivitas utama wisatawan adalah berziarah.

Faktor penghambat tercapainya tujuan wisatawan, antara lain bentuk kunjungan lebih banyak dalam bentuk group/rombongan sehingga kegiatan yang dilakukan di lokasi Petilasan kurang maksimal karena harus bergiliran atau bahkan hanya dari beberapa orang saja yang melakukan kegiatan ritual, peralatan untuk ziarah diperoleh dengan membeli disekitar lokasi sehingga bisa disimpulkan bahwa motivasi timbul setelah berada di lokasi Petilasan, manfaat yang dirasakan wisatawan adalah tercapainya tujuan bukan semata-mata ingin sekedar berziarah, length of stay yang singkat yaitu 1-3 jam, frekuensi kunjungan dalam satu tahun hanya sekali, terdapat hambatan dalam melaksanakan kegiatan di lokasi seperti tempat ritual yang sempit.

Kata kunci: minat khusus, ziarah, mistis, semedi

PENDAHULUAN

Obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo, terletak sekitar 10 km, ± 5 menit dari Kota Kediri. Bangunan loka moksa ini dikelilingi oleh pagar beton bertulang dilengkapi tiga buah pintu, yang menggambarkan tingkatan hidup manusia yaitu lahir dan batin. Situs ini dipercayai sebagai tempat moksa Prabu Sri Aji Joyoboyo. Situs-situs yang ada di kawasan budaya ini seperti Sendang Tirto Kamandanu, Palinggihan Mpu Bharada, dan juga Arca Totok Kerot. Situs-situs ini yang ramai dikunjungi wisatawan pada malam 1 Suro.

Sendang Tirto Kamandanu merupakan bagian yang tak terpisahkan dari petilasan Sang Prabu Sri Aji Joyoboyo dengan lokasinya yang berjarak ± 500 meter arah timur laut petilasan.

Sendang adalah kolam asli yang sumber airnya berasal dari mata air. Air ini mempunyai kegunaan yang beraneka ragam bagi kehidupan, demikian pula Sendang Tirto Kamandanu. Masyarakat mempunyai kepercayaan bahwa air sendang tersebut punya suatu keistimewaan, yaitu dapat menambah kekuatan lahir batin manusia. Dalam kenyataannya, semakin besar kekuatan yang dimiliki suatu sumber, semakin tinggi pula nilainya bagi masyarakat dan semakin ramai dikunjunginya. Hal yang demikian ini biasanya mempunyai hubungan sejarah yang kuat dengan peristiwa besar masa lampau.

Bangunan utama, kolam pemandian yang airnya selalu mengalir melalui tiga tingkatan. Yaitu sumber, tempat penampungan, dan kolam pemandian. Kolam ini dilengkapi dengan Arca Syiwa Harihara (perdamaian) dan Ganesha. Selain itu, tempat ganti pakaian, gapura, tempat mengambil air, dan pagar. Sendang bangunan pelengkap terdiri dari halaman, gapura utama (Kori Agung dan Candi Bentar), dan pagar dengan patung dewa di masing-masing sudut, Bathara Wisnu, Brahma, Bayu, dan Indra.

Bangunan berupa lingga dan yoni mengandung arti bahwa sesungguhnya Tuhan menciptakan makhluknya terdiri dari laki-laki dan perempuan. Demikian agama mengajarkan pada kita. Keduanya ditakdirkan untuk hidup berpasang-pasangan dan mengembangkan keturunan dan memang inilah harkat tertinggi dari hidup berpasang-pasangan dan mengembangkan keturunan dan memang inilah harkat tertinggi dari hidup dan kehidupan itu.

Bentuk lingga dan yoni mempunyai pengertian pula sebagai wadah dan isi, lahir dan batin, jiwa dan raga, yang tampak dan tidak tampak, dan sebagainya, yang menyangkut segala sesuatu yang dua tetapi satu. Atau satu tetapi sebenarnya terdiri atas dua dan ini akan berlangsung sepanjang jaman.

Pemugaran Sendang Tirto Kamandanu juga bertujuan memuliakan keluhuran sang Prabu Sri Aji Joyoboyo sebagai seorang pemimpin besar dan tersohor, titisan dewa Wisnu, agar kemudian hari dapat dikenal dan dikenang oleh anak cucu atau generasi mendatang bahwasanya kita adalah bangsa yang besar dan luhur. Secara fisik mempunyai prospek yang nyata bagi perkembangan sosial ekonomi dan kultur masyarakat yaitu; (a) Melestarikan sumber air, (b) Meningkatkan daya guna air, untuk kebutuhan pengairan dan air bersih, (c) Menambah perbendaharaan monumen sejarah sebagai obyek wisata dan pendidikan. Secara non fisik (spiritual) memberikan prospek nyata bagi perkembangan bangsa dan negara, yaitu: (a) Meningkatkan nilai spiritual dalam proses pembentukan karakter dan kepribadian bangsa melalui pengenalan dan penghayatan terhadap nilai luhur nenek moyang bangsa Indonesia, (b) Mewadahi hasrat spiritual masyarakat menurut kepercayaannya masing-masing, (c) Menambah kekayaan nilai budaya bangsa, (d) Melestarikan kelangsungan sejarah bangsa dan negara Indonesia.

Obyek wisata minat khusus peninggalan Sri Aji Joyoboyo mengandung suasana mistis dan dikunjungi wisatawan, terutama pada setiap acara ritual yang digelar meskipun dengan fasilitas yang masih sangat sederhana, sehingga tidak mudah mengenal tipologi wisatawan yang berkunjung.

RUMUSAN MASALAH

Bagaimanakah persepsi dan opini wisatawan terhadap obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo Kabupaten Kediri?

TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengungkapkan persepsi dan opini wisatawan terhadap obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo Kabupaten Kediri.

KAJIAN PUSTAKA

Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari 2 kata yaitu “Pari” berarti banyak, berkali-kali dan “wisata” berarti perjalanan atau bepergian. Menurut Robert Christie Mill, “Pariwisata adalah bukan industri, meskipun pariwisata meningkatkan beragam industri. Pariwisata adalah aktivitas yang dilibatkan oleh orang-orang yang melakukan perjalanan”

Esensi pariwisata adalah (a) Perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, (b) Perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, (c) Perjalanan itu dalam bentuk apapun harus dikaitkan dengan rekreasi atau bersenang-senang, (d) Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjungi dan semata-mata sebagai konsumen di tempat tersebut.

Ciri-ciri kegiatan pariwisata adalah (a) Pariwisata timbul dari perpindahan orang-orang yang tinggalnya di berbagai daerah tujuan wisata, (b) Adanya dua elemen dalam pariwisata yaitu perpindahan dari daerah tujuan melakukan semua kegiatan selama tinggal di daerah tersebut. (c) Perjalanan dan tinggalnya orang asing di daerah tujuan, yang tentunya di luar daerah di mana mereka biasanya tinggal dan bekerja, sehingga segala tingkah laku dan kegiatan mereka akan berbeda dengan masyarakat setempat, (d) Perpindahan tersebut bersifat sementara dan adanya keinginan untuk kembali ke daerah asal, (e) Tujuan perpindahan itu tidak untuk bekerja atau memperoleh penghasilan.

Sehingga pariwisata dapat disimpulkan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan sementara waktu yang diselenggarakan dari satu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk mencari penghasilan di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Istilah pariwisata minat khusus diterjemahkan dari Special Interest Tourism menurut Chafid Fandeli (2002) adalah pariwisata yang terfokus pada:

1. Aspek budaya, wisatawan terfokus perhatiannya pada tarian, musik, seni, kerajinan, arsitektur, pola tradisi masyarakat, aktivitas ekonomi yang spesifik, arkeologi dan sejarah.
2. Aspek alam, wisatawan dapat terfokus perhatiannya pada flora, fauna, geologi, taman nasional, hutan, sungai, danau, pantai, laut dan perilaku ekosistem tertentu.

Pariwisata minat khusus mempunyai kaitan dengan adventure atau petualangan. Dalam pariwisata petualangan, wisatawan secara fisik mengeluarkan dan menguras tenaga dan ada unsur tantangan yang harus dilakukan. Adapun bentuk dari adventuring tourism, antara lain safari didaerah terpencil, trekking, hiking, pendakian gunung, rafting disungai, penelusuran gua (caving) dan berperahu.

Hall dan Weiler (1992) menyatakan bahwa “the special interest traveller wants to experience something new, whether it is history, food, sport, customs or the outdoors. Many wish to appreciate the new sight, sound, smells, tastes and to understand and place and it’s people”.(Wisata minat khusus merupakan perjalanan aktif dan memberi pengalaman baru. Wisata itu meliputi wisata sosial, wisata pendidikan, berwisata yang berbasis alam atau wisata yang bertujuan untuk pelestarian).

Pariwisata ada karena ada wisatawan (Pitana dan Gayatri, 2005). Wisatawan adalah subyek (pelaku) wisata, yaitu orang atau kelompok orang yang melakukan kegiatan wisata. UN Convention Concerning Customs Facilities For Touring (1954) merumuskan pengertian wisatawan adalah orang yang mengunjungi suatu negara secara sah dan tidak untuk keperluan bermigrasi dengan tinggal setidaknya-tidaknya 24 jam dan selama-lamanya 6 bulan dalam tahun yang sama. Menurut World Tourism Organization (WTO) wisatawan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan ke satu atau beberapa di luar tempat tinggal biasanya (home base) untuk periode kurang dari 12 bulan dan mempunyai tujuan untuk melakukan berbagai kegiatan wisata.

Wisatawan domestic (World Tourism Organization), adalah setiap orang yang tinggal dalam sebuah negara tanpa menghiraukan kewarganegaraannya, yang melakukan perjalanan ke sebuah tempat dalam negara tersebut selain dari tempat tinggalnya selama kurun waktu tidak kurang dari 24 jam atau semalam untuk keperluan selain aktivitas yang mendapat bayaran di tempat yang dikunjunginya. Sedangkan wisatawan asing” adalah setiap orang yang mengunjungi sebuah negara, selain dari negara yang biasa dia tinggali untuk kurun waktu paling tidak 24 jam.

Orang-orang yang dianggap sebagai wisatawan, (a) Orang yang melakukan perjalanan untuk kesenangan, karena alasan keluarga, untuk alasan kesehatan, dan sebagainya. (b) Orang yang melakukan perjalanan untuk pertemuan-pertemuan, atau dalam kapasitasnya sebagai perwakilan (ilmu pengetahuan, administrasi, diplomatik, atletik dan sebagainya), (c) Orang yang melakukan perjalanan karena alasan bisnis, (d) Orang yang tiba dengan kapal laut, bahkan meskipun mereka tinggal kurang dari 24 jam (yang terakhir ini hendaknya dianggap sebagai kelompok yang terpisah, tanpa menghiraukan tempat tinggal yang biasa mereka pergunakan)

Orang-orang yang tidak dianggap sebagai wisatawan: (a) Orang yang tiba, dengan atau tanpa kontrak kerja, untuk mengisi sebuah posisi atau terlibat dalam kegiatan bisnis dalam sebuah Negara, (b) Orang lain yang datang untuk mendirikan tempat tinggal dalam negara itu, (c) Mahasiswa/mahasiswi dan orang lain yang bersekolah, (d) Penduduk yang tinggal di zona asing dan orang yang berdomisili di sebuah negara dan bekerja pada negara yang berdampingan, (e) Pejalan yang melintasi sebuah negara tanpa berhenti, bahkan jika perjalanan itu membutuhkan waktu lebih dari 24 jam.

Stephen LJ Smith (1998, dalam Bambang Sunaryo, 2013) membuat klasifikasi perjalanan wisata dan bukan perjalanan wisata berdasar fenomena perjalanannya sebagai berikut:

Pertama, perjalanan seseorang yang fenomenanya tercatat dalam statistic kepariwisataan, dalam lingkungan keimigrasian pada saat memasuki wilayah Negara lain, penerbangan pada saat menggunakan transportasi udara, pelabuhan pada saat menggunakan transportasi laut, perhotelan pada saat menggunakan akomodasi atau di suatu destinasi wisata tertentu pada saat membeli tiket masuk. Mereka ini disebut tamu (visitor) yang dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu, tamu yang menginap atau tinggal lebih dari 24 jam (stay overnigh), menginap di penginapan komersial yang ada didestinas disebut wisatawan (tourist) dan tamu yang lama tinggalnya kurang dari 24 jam dan tidak menginap di penginapan komersial di destinasi wisata disebut some day visitor menurut WTO disebut excursionist atau pelancong. Kedua perjalanan seseorang yang fenomena perjalanannya tidak tercatat dalam statistic kepariwisataan disebut other travelers, termasuk other travelers adalah para komuter, kaum migrant, nomaden, pengungsi, diplomat, dan penumpang transit.

J Smith (1989) mengelompokkan wisatawan berdasarkan karakteristik jenis perjalanannya dan berdasarkan socio demografi geografi, perilaku, sosiologis psikologis dan pengklasifikasian wisatawan dapat dilakukan berdasar deskripsi wisatawan (tourist descriptor). Deskripsi terhadap wisatawan dilakukan dengan cara memfokuskan pada perbedaan wisatawan berdasarkan latar belakang karakteristik sosio demografis dan untuk memilah dan menggolongkan wisatawan berdasarkan parameter-parameter social demografi meliputi aspek jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, kelas social, status ekonomi, status perkawinan dan ukuran keluarga. Bambang Sunayo (2013) mengadaptasi Stephen J Smith (1989).

Motivasi kunjungan wisatawan maupun pelancong bervariasi, untuk tujuan-tujuan yang bersifat rekreasi (recreation, leasure, pleasure, refreshing) atau kemudian berkembang menjadi urusan bisnis serta untuk tujuan-tujuan yang bersifat khusus, menghadiri rapat (meeting), menghadiri konferensi, pameran, perjalanan incentive, karya wisata, maupun jenis-jenis perjalanan khusus yang lain, wisata ziarah, wisata religi (pilgrimates). Plog (1972, dalam Pitana, 2005) mengelompokkan tipologi wisatawan berdasarkan pola perilaku dan pilihan kunjungan ke suatu destinasi menjadi 3 tipe, yaitu:

- 1) Allocentris, yaitu wisatawan yang hanya ingin mengunjungi tempat-tempat yang belum diketahui, kunjungannya bersifat petualangan dan mau memanfaatkan fasilitas yang disediakan masyarakat setempat.
- 2) Psychocentis, yaitu wisatawan yang hanya ingin mengunjungi daerah tujuan wisata yang mempunyai fasilitas yang standarnya sama dengan dinegaranya
- 3) Mid-Centris, yaaitu kelompok wiasatawan yang terletak di antara wisatawan Allocentris dan Psychocentris.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan area dalam Obyek Wisata Minat Khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo Kabupaten Kediri, Jawa Timur, dalam waktu 1 bulan, dengan metode pendekatan kualitatif yaitu suatu pendekatan penelitian menggunakan data berupa kalimat atau lisan, pendapat, fenomena, hipotesis serta sumber pustaka tentang wisata budaya minat khusus.

Populasi penelitian seluruh wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata, karena jumlah wisatawan pada tahun berjalan belum diketahui, maka untuk menentukan jumlah responden digunakan asumsi bahwa jumlah wisatawan tahun berjalan dianggap sama dengan jumlah wisatawan pada tahun sebelumnya. Untuk menetapkan jumlah sampel menggunakan metode perhitungan responden dengan memperhatikan tingkat ketelitian dan jumlah populasi yang ada dalam kawasan dan waktu tertentu (Sevilla dkk, 1993) dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = ukuran sample / jumlah responden

N = ukuran populasi / jumlah responden dalam kawasan dan waktu tertentu

e = nilai kritis (batas penelitian) 0,1 untuk populasi besar
dan 0,2 untuk populasi kecil.

Mengingat ukuran N dalam waktu tertentu untuk masing-masing populasi tidak sama maka tergolong sedang dan kecil maka nilai ditetapkan sebesar 0,15 untuk populasi sedang, dan 0,1 untuk populasi kecil.

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Accidental Sampling yang terdiri dari wisatawan yang dijumpai pada saat penelitian dilaksanakan (Suharsimi Arikunto, 2006) dan intensitas sampling berdasarkan data kunjungan wisatawan dalam tahun 2015, pada setiap bulannya rata – rata pengunjung mencapai 495 orang dan musim kunjungan ramai pada hari Jum'at Legi dan Selasa Kliwon dengan asumsi pada hari tersebut sebanyak 70 %, dan ditetapkan sebagai nilai N = 495 dan e = 0,15, maka dihasilkan n atau jumlah intensitas sampling sebanyak $495 : (1+(495 \times 0,0225)) = 40,78$ atau dibulatkan menjadi 41 responden.

Pengumpulan data menggunakan metode kuisisioner, melalui penyebaran kuisisioner kepada responden. Kuisisioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden secara langsung. Analisis data adalah proses mengatur urusan data, mengorganisasikan kedalam suatu pola, kategori serta uraian data sehingga dapat dirumuskan hipotesis kerja yang disarankan oleh data (Moloeng, 2002: 103). Teknik analisis yang digunakan adalah analisis domain yaitu mendeskripsikan temuan – temuan ditahapan penelitian dengan pendekatan teori – teori yang dipilih untuk dilakukan persepsi langsung terhadap perilaku-perilaku yang terjadi pada kunjungan wisatawan dengan mencari faktor dominan yang paling banyak ditemui. Pengolahan data kuesioner

diolah dengan cara scoring kualitatif sedangkan pengolahan data hasil dari wawancara yaitu menjadikan jawaban responden sebagai reverensi uji tahap hasil dari kuisisioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Jumlah Kunjungan

TABEL 1
REKAPITULASI JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN OBYEK DAN DAYA TARIK
WISATA MINAT KHUSUS PETILASAN SRI AJI JOYOBOYO
TAHUN 2011-2015

Bulan	Tahun 2011		Tahun 2012		Tahun 2013		Tahun 2014	Tahun 2015
	Wisnu	Wisman	Wisnu	Wisman	Wisnu	Wisman		
Januari	2782	-	17920	1	250	4	600	1600
Pebruari	7184	12	265	2	398	-	1000	200
Maret	2374	2	316	1	465	-	120	900
April	2150	1	852	1	532	-	420	-
Mei	1983	-	543	1	765	1	700	800
Juni	3939	-	854	1	893	-	300	500
Juli	3744	-	234	2	634	-	-	600
Agustus	2541	-	349	-	412	-	700	600
September	2343	-	673	2	450	4	400	-
Oktober	2699	-	1983	2	698	2	400	-
Nopember	1873	-	348	2	575	-	300	-
Desember	4096	-	2900	2	1345	5	1000	-
Total	37708	15	27237	17	7417	16	5940	5200
Grandtotal	37723		27254		7433		5940	5200

Sumber: Pengelola obyek

Sumber: Kantor Pengelola Petilasan Sri Aji Joyoboyo

2. Deskripsi Opini Wisatawan terhadap petilasan Sri Aji Joyoboyo

Berdasarkan opini wisatawan terhadap Petilasan Sri Aji Joyoboyo seperti yang tertuang dalam tabel di halaman sebelumnya maka peneliti Petilasan Sri Aji Joyoboyo mencari nilai skor rata-rata.

TABEL 2
Deskripsi Opini Wisatawan terhadap petilasan Sri Aji Joyoboyo

No	Pertanyaan	Rating			Skor	Reliability	Ranking
		3	2	1			
1.	Persepsi saudara terhadap obyek wisata petilasan Sri Aji Joyoboyo ?	Kental dengan misteri dan mistik	Kemegahan	Angker	121		2
		40	-	1			
2.	Motivasi / maksud saudara berkunjung ke petilasan Sri Aji Joyoboyo ?		Rating		109		6
		3	2	1			
		Semedi / Ziarah	Menenangkan diri	Lain-lain			
		31	6	4			
3.	Berapa lama saudara berkunjung ke petilasan Sri Aji Joyoboyo ?		Rating		72		11
		3	2	1			
		≤ 1 jam	1 - 3 jam	≥ 4 jam			
		11	29	1			
4.	Berapa kali saudara berkunjung ke petilasan Sri Aji Joyoboyo dalam 1 tahun ?		Rating		69	1482 ----- 15	12
		3	2	1			
		Sekali	Dua kali	≥ 3 kali			
		23	8	10			

No	Pertanyaan	Rating			Skor	Reliability	Ranking
		3	2	1			
5.	Bentuk kunjungan saudara ke petilasan Sri Aji Joyoboyo ?	Perorangan	Group/ Rombongan	Lain-lain	98		8
		16	25	-			
6.	Menggunakan jasa transportasi apakah saudara berkunjung ke petilasan Sri Aji Joyoboyo ?	Rating			113		5
		3	2	1			
		Kendaraan Pribadi	Travel	Lain-lain			
		36	-	5			

Sumber: Olah data primer

Berdasarkan tabel tersebut, maka opini wisatawan yang memiliki tingkat kehandalan adalah penyediaan ruang ganti/kamar mandi, persepsi wisatawan terhadap Petilasan (121), sumber informasi tentang Petilasan (116), tercapainya tujuan wisatawan (115), jasa transportasi yang digunakan (113), suasana disekitar Petilasan pada saat ziarah/semadi (113), kepuasan wisatawan (113), motivasi wisatawan (109), lamanya wisatawan mengetahui Petilasan Sri Aji Joyoboyo (99), bentuk kunjungan wisatawan (98), cara memperoleh peralatan ziarah (90), manfaat ziarah (85), waktu yang dihabiskan dilokasi (72), frekuensi kunjungan wisatawan (69), hambatan pada saat melaksanakan kegiatan di lokasi Petilasan (47).

SIMPULAN

1. Secara geografi wisatawan didominasi dari dalam Kota/Kabupaten Kediri, 73% wisatawan berusia diatas 36 tahun, 68% diikuti wisatawan berjenis kelamin laki-laki, 51% bermata pencaharian sebagai pekerja swasta, 71% berpendidikan SLTA dan berdasarkan statusnya 66% telah menikah.
2. Obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo mempunyai daya tarik yang kuat untuk dikunjungi lebih dipengaruhi oleh domain pendorong seperti penyediaan fasilitas ruang ganti/kamar mandi, persepsi wisatawan terhadap Petilasan yang penuh dengan misteri, kental dengan mistik dan teramat keramat ditimbulkan oleh kelebihan/kewaskitannya mampu melihat jauh kedepan tentang segala sesuatu yang akan terjadi ratusan tahun berikutnya dan yang lebih kita kenal dengan “ramalan Joyoboyo” yang sangat termasyur, lokasi Petilasan

yang secara tidak langsung dipromosikan dari mulut ke mulut oleh wisatawan yang lebih dulu mengunjunginya yang kemudian berkunjung lagi dengan mengajak keluarga/teman dengan harapan mendapatkan berkah dari Sang Prabu Joyoboyo titisan Betara Wisnu(dewa pemelihara keselamatan dan kesejahteraan dunia), kepuasan wisatawan yaitu tercapainya tujuan wisatawan di lokasi Petilasan Joyoboyo, kendaraan pribadi menjadi alat transportasi pilihan wisatawan untuk berkunjung ke Petilasan Joyoboyo, suasana tenang/hening di sekitar lokasi Petilasan sehingga wisatawan bisa melaksanakan kegiatan spiritualnya dengan sempurna, Obyek wisata minat khusus Petilasan Joyoboyo sangat sudah terkenal di kalangan masyarakat terbukti dari hasil responden wisatawan ≥ 5 tahun mengetahui Petilasan.

3. Terdapat juga faktor penghambat tercapainya tujuan wisatawan, antara lain bentuk kunjungan lebih banyak dalam bentuk group/rombongan sehingga kegiatan yang dilakukan di lokasi Petilasan kurang maksimal karena harus bergiliran atau bahkan hanya dari beberapa orang saja yang melakukan kegiatan ritual, peralatan untuk ziarah diperoleh dengan membeli disekitar lokasi sehingga bisa disimpulkan bahwa motivasi timbul setelah berada di lokasi Petilasan, manfaat yang dirasakan wisatawan adalah tercapainya tujuan bukan semata-mata ingin sekedar berziarah, length of stay yang singkat yaitu 1-3 jam, frekuensi kunjungan dalam satu tahun hanya sekali, terdapat hambatan dalam melaksanakan kegiatan di lokasi seperti tempat ritual yang sempit.

SARAN

1. Kepada pihak pengelola untuk lebih meningkatkan domain pendorong agar obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo tetap diminati wisatawan baik dari dalam Kota/ Kabupaten Kediri maupun wisatawan yang berasal dari berbagai penjuru atau bahkan wisatawan mancanegara.
2. Memperbaiki hal-hal yang menjadi hambatan bagi wisatawan yaitu pada domain penghambat dan beberapa saran dari responden wisatawan seperti penyediaan information center disekitar lokasi, penyediaan jasa pemandu, pemasangan papan penunjuk, memenuhi kriteria yang menjadi syarat mutlak suatu obyek wisata minat khusus yaitu something to do, something to be dan something to buy (penyediaan shouvenir shop) agar length of stay wisatawan lebih lama, meningkatkan kebersihan di lokasi, perbaikan tempat parkir dan fasilitas yang kurang layak pakai.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto.2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Cristie, Mill Robert, 2000, *Tourism in International Business*, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta;
- Kotler, Philip, 1997, *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementaations and Control*, Prentice Hall, Inc
- Fandeli, Chafid, *Perencanaan Pariwisata*. Yogyakarta: Pelajar
- Gartner, W. C.. 1996. *Tourism Development*. New York: International Thomson Publishing Company.
- Kotler, Philip. (1997), *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control*, 19th Ed.New Jersey, Prentice Hall International, Inc.
- Kusmayadi, Ir., 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Marpaung, Happy, Drs., Herman Bahar, 2002. *Pengantar Pariwisata*, Bandung : Alfabeta
- Muljadi, 2009, *Kepariwisataaan dan Perjalanan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Pareek, U. dan Khanna, S, (2011) *Understanding organizational behavior*, 3rd Ed. UK. Oxford University Press
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Yogyakarta: Pradnya Paramitha.
- Pitana, I Gde 2005. *Pengantar Ilmu Pariwisata*.Penerbit: Penerbit Andi.
- .Schiffman, L. G. dan Kanuk LL. (2007), *Consumer Behavior*, 9th.Ed, New Jersey, Prentice Hall.
- Soekadijo, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*.Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal, SH.. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : ANDI.
- Wahab, Salah, 1997. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta : PT. Padnya Paramita
- Yoeti, Oka A, H. Drs. MBA., 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: PT. Angkasa



**DESKRIPSI AKTIVITAS WISATAWAN OBYEK WISATA MINAT KHUSUS
PETILASAN SRI AJI JOYOBOYO
KEDIRI**

HARIS SUSENO
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit
Email: haris_suseno@yahoo.com

Abstrak

:Obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo yang dikeramatkan oleh masyarakat, bersuasana mistis, penuh dengan misteri. Wisatawan yang datang untuk berziarah dengan aktivitas yang didominasi oleh aktivitas spiritual, yang bertujuan untuk mencapai sesuatu atau sekedar untuk menenangkan diri.

Suasana sekitar lokasi Petilasan yang tenang/hening sangat kondusif bagi wisatawan dalam melaksanakan kegiatan spiritualnya. Peralatan untuk ziarah diperoleh dengan membeli disekitar lokasi sehingga memberi manfaat bagi masyarakat local, sedangkan manfaat yang dirasakan wisatawan adalah tercapainya tujuan yang diinginkan.

Faktor penghambat utama adalah tempat ritual yang sempit, sehingga harus bergantian, adanya kunjungan dalam bentuk group/rombongan sehingga kegiatan yang dilakukan di lokasi Petilasan kurang maksimal karena harus bergiliran atau bahkan hanya dari beberapa orang saja yang melakukan kegiatan ritual, .

Kata kunci: aktivitas, wisatawan, minat khusus, ziarah

PENDAHULUAN

Dalam ajaran agama Hindu kematian yang sempurna adalah mukso (muksa). Untuk mencapai kamuksan tidak mudah, harus menjalanan tahapan ritual yang berat, antara lain upanisa, kabumian dan upawasa, sehingga hanya orang-orang yang mempunyai kehidupan spiritual tinggi saja yang bisa mencapai kamuksan jati. Sri Aji Joyoboyo adalah orang yang berhasil mencapai kamuksan, sehingga petilasannya dikenal dengan nama Loka Muksa dan dijadikan obyek wisata minat khusus.

Lokasi obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo, terletak sekitar 10 km, ± 5 menit dari Kota Kediri. Bangunan loka moksa ini dikelilingi oleh pagar beton bertulang yang tembus pandang dan dilengkapi tiga buah pintu, yang menggambarkan tingkatan hidup manusia yaitu lahir dan batin. Situs ini dipercayai sebagai tempat moksa Prabu Sri Aji Joyoboyo. Situs-situs yang ada di kawasan budaya ini seperti Sendang Tirto Kamandanu, Palinggihan Mpu Bharada, dan juga Arca Totok Kerot. Situs-situs ini yang ramai dikunjungi wisatawan pada malam 1 Suro.

Sendang Tirto Kamandanu merupakan bagian yang tak terpisahkan dari petilasan Sang Prabu Sri Aji Joyoboyo dengan lokasinya yang berjarak \pm 500 meter arah timur laut petilasan. Sendang adalah kolam asli yang sumber airnya berasal dari mata air. Air ini mempunyai kegunaan yang beraneka ragam bagi kehidupan, demikian pula Sendang Tirto Kamandanu. Masyarakat mempunyai kepercayaan bahwa air sendang tersebut punya suatu keistimewaan, yaitu dapat menambah kekuatan lahir batin manusia. Dalam kenyataannya, semakin besar kekuatan yang dimiliki suatu sumber, semakin tinggi pula nilainya bagi masyarakat dan semakin ramai dikunjunginya. Hal yang demikian ini biasanya mempunyai hubungan sejarah yang kuat dengan peristiwa besar masa lampau.

Bangunan utama, kolam pemandian yang airnya selalu mengalir melalui tiga tingkatan. Yaitu sumber, tempat penampungan, dan kolam pemandian. Kolam ini dilengkapi dengan Arca Syiwa Harihara (perdamaian) dan Ganesha. Selain itu, tempat ganti pakaian, gapura, tempat mengambil air, dan pagar. Sedang bangunan pelengkap terdiri dari halaman, gapura utama (Kori Agung dan Candi Bentar), dan pagar dengan patung dewa di masing-masing sudut, Bathara Wisnu, Brahma, Bayu, dan Indra.

Bangunan berupa lingga dan yoni mengandung arti bahwa sesungguhnya Tuhan menciptakan makhluknya terdiri dari laki-laki dan perempuan. Demikian agama mengajarkan pada kita. Keduanya ditakdirkan untuk hidup berpasang-pasangan dan mengembangkan keturunan dan memang inilah harkat tertinggi dari hidup berpasang-pasangan dan mengembangkan keturunan dan memang inilah harkat tertinggi dari hidup dan kehidupan itu.

Bentuk lingga dan yoni mempunyai pengertian pula sebagai wadah dan isi, lahir dan batin, jiwa dan raga, yang tampak dan tidak tampak, dan sebagainya, yang menyangkut segala sesuatu yang dua tetapi satu. Atau satu tetapi sebenarnya terdiri atas dua dan ini akan berlangsung sepanjang jaman.

Pemugaran Sendang Tirto Kamandanu juga bertujuan memuliakan keluhuran sang Prabu Sri Aji Joyoboyo sebagai seorang pemimpin besar dan tersohor, titisan Wisnu, agar kemudian hari dapat dikenal dan dikenang oleh anak cucu atau generasi mendatang bahwasanya kita adalah bangsa yang besar dan luhur. Secara fisik mempunyai prospek yang nyata bagi perkembangan sosial ekonomi dan kultur masyarakat yaitu; (a) Melestarikan sumber air, (b) Meningkatkan daya guna air, untuk kebutuhan pengairan dan air bersih, (c) Menambah perbendaharaan monumen sejarah sebagai obyek wisata dan pendidikan. Secara non fisik (spiritual) memberikan prospek nyata bagi perkembangan bangsa dan negara, yaitu: (a) Meningkatkan nilai spiritual dalam proses pembentukan karakter dan kepribadian bangsa melalui pengenalan dan penghayatan terhadap nilai luhur nenek moyang bangsa Indonesia, (b) Mewadahi hasrat spiritual masyarakat menurut kepercayaannya masing-masing, (c) Menambah kekayaan nilai budaya bangsa, (d) Melestarikan kelangsungan sejarah bangsa dan negara Indonesia.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimanakah aktivitas wisatawan di obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo Kabupaten Kediri?

2. Apakah faktor-faktor yang mendorong dan menghambat aktivitas wisatawan obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Jayabaya Kabupaten Kediri?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengungkapkan faktor-faktor yang mendorong motivasi kunjungan wisatawan di obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengungkapkan aktivitas wisatawan di obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo Kabupaten Kediri.

KAJIAN PUSTAKA

Pariwisata ada karena ada wisatawan (Pitana, 2007). Robert Christie Mill, menyatakan bahwa pariwisata adalah bukan industri, meskipun pariwisata meningkatkan beragam industri. Pariwisata adalah aktivitas yang dilibatkan oleh orang-orang yang melakukan perjalanan.” Aktivitas adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang dapat diamati secara langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar (Notoatmodjo: 2003)

Pariwisata minat khusus mempunyai kaitan dengan adventure atau petualangan. Dalam pariwisata petualangan, wisatawan secara fisik mengeluarkan dan menguras tenaga dan ada unsur tantangan yang harus dilakukan. Adapun bentuk dari adventuring tourism, antara lain safari didaerah terpencil, trekking, hiking, pendakian gunung, rafting disungai, penelusuran gua (caving) dan berperahu.

Menurut Hall dan Weiler (1992: 4) menyatakan bahwa “the special interest traveller wants to experience something new, whether it is history, food, sport, customs or the outdoors. Many wish to appreciate the new sight, sound, smells, tastes and to understand and place and it’s people“. (Wisata minat khusus merupakan perjalanan aktif dan memberi pengalaman baru. Wisata itu meliputi wisata sosial, wisata pendidikan, berwisata yang berbasis alam atau wisata yang bertujuan untuk pelestarian).

Bentuk pariwisata minat khusus diterjemahkan dari Special Interest Tourism, menurut Chafid Fandeli (2002) pariwisata minat khusus terfokus pada:

1. Aspek budaya, wisatawan terfokus perhatiannya pada tarian, musik, seni, kerajinan, arsitektur, pola tradisi masyarakat, aktivitas ekonomi yang spesifik, arkeologi dan sejarah.
2. Aspek alam, wisatawan dapat terfokus perhatiannya pada flora, fauna, geologi, taman nasional, hutan, sungai, danau, pantai, laut dan perilaku ekosistem tertentu.

Aktivitas wisatawan di obyek wisata sangat dipengaruhi motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini acapkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri (Sharpley, 1994; Wahab, 1975)

Motivasi perjalanan seseorang dipengaruhi oleh faktor internal wisatawan itu sendiri (intrinsic motivation) dan faktor eksternal (extrinsic motivation). Secara intrinsic, motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan dan/atau keinginan dari manusia itu sendiri, sesuai dengan teori hirarki

kebutuhan Maslow, konsep Maslow tentang hirarki kebutuhan dimulai dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan prestise, dan kebutuhan akan aktualisasi diri.

Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang terbentuknya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti norma sosial, pengaruh atau tekanan keluarga, dan situasi kerja yang terinternalisasi, dan kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis. Dari perspektif fungsionalisme, motivasi wisatawan untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin yang berfungsi untuk mengembalikan harmoni dimasyarakat, sehingga pariwisata dapat dipandang sebagai salah satu bentuk terapi sosial (Krippendorff, 1986; Sharpley, 1994).

Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal. Apapun motivasi seseorang melakukan perjalanan, maka bagi seorang wisatawan, perjalanan tersebut akan mempunyai beberapa manfaat atau akibat seperti dibawah ini (Krippendorff, 1997).

1. Travel is recuperation and regeneration (perjalanan wisata merupakan wahana penyegaran dan regenerasi fisik dan mental).
2. Travel is compensation and social integration (perjalanan wisata merupakan kompensasi terhadap berbagai hal yang melelahkan, sekaligus juga berfungsi sebagai wahana integrasi sosial bagi mereka yang dirumahnya merasa teralienasi).
3. Travel is escape (perjalanan wisata merupakan “ pelarian “ dari situasi keseharian yang penuh ketegangan, rutinitas yang menjemukan, atau kejenuhan-kejenuhan karena beban kerja).
4. Travel is communication (perjalanan wisata merupakan mekanisme bagi seseorang untuk dapat mengeluarkan perasaannya, melalui komunikasi dengan orang lain, termasuk dengan masyarakat lokal).
5. Travel broadens the mind (perjalanan wisata merupakan wahana untuk mengembangkan wawasan).
6. Travel is freedom and self determination (perjalanan wisata merupakan wahana untuk mendapatkan kebebasan dengan berbagai secular ritual, ataupun dengan berbagai “ inversi “ yang dapat dilakukan).
7. Travel is self realization (perjalanan wisata merupakan wahana untuk realisasi diri).
8. Travel is happiness (perjalanan wisata memang merupakan sesuatu yang menyenangkan, membuat hidup lebih bahagia).

Motivasi yang mendorong perjalanan, McIntosh (1977) dan Murphy (1985, cf. Sharpley, 1994) mengatakan bahwa motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut :

1. Physical or physiological motivation (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai, dan sebagainya.
2. Cultural motivation (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai obyek tinggalan budaya (monumen bersejarah).

3. Social motivation atau interpersonal motivation (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga (VFR, Visiting friends and relatives), menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan, dan seterusnya.
4. Fantasy motivation (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa didaerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan ego-enhancement yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai status and prestige motivation.

Aktivitas wisatawan di obyek wisata juga ditentukan oleh atraksi wisata yang ditawarkan obyek yang dikunjungi. Setiap obyek wisata menawarkan;

1. Something to see, suatu daya tarik yang berbeda dengan yang dimiliki oleh daerah lain atau daya tarik khusus untuk dapat dilihat oleh wisatawan.
2. Something to hear, setelah melihat maka dari situ akan memperoleh penjelasan dari apa yang dilihatnya contoh seperti penjelasan tentang obyek wisata atau penjelasan tentang pembuatan batik atau penjelasan di museum yang diberikan oleh guide.
3. Something to do and to be, bahwa di daerah tujuan wisata bisa melakukan sesuatu dan/atau menjadi bagian dari aktivitas di obyek wisata, misalnya membuat batik sendiri, belajar cara membuat batik, atau seperti datang ke desa dengan berbaur menjadi warga desa, memakai pakaian layaknya orang desa dan melakukan kegiatan seperti ke sawah dan lain-lain merupakan kegiatan melakukan sesuatu dan telah menjadi bagian dari sesuatu tersebut.
4. Something to buy and get, obyek dan daya tarik tersebut harus menyediakan fasilitas untuk belanja barang souvenir dan kerajinan rakyat dan dari hasilnya dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi wisatawan, misalnya membeli kain batik yang telah dibuat sendiri oleh karena itu ada pengetahuan dan pengalaman yang dia peroleh dari cara membuat, pewarnaan, sampai penjemuran yang dilakukan sendiri dan ada rasa kebanggaan yang diperoleh setelah wisatawan tersebut kembali ke daerah asalnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian etnografis dengan metode deskriptif, penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan/melukiskan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat tentang aktivitas wisatawan di obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo.

Penelitian dilakukan area dalam Obyek Wisata Minat Khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo Kabupaten Kediri, Jawa Timur, dalam waktu 1 bulan, dengan metode pendekatan kualitatif yaitu suatu pendekatan penelitian menggunakan data berupa kalimat atau lisan, pendapat, fenomena, hipotesis serta sumber pustaka tentang wisata minat khusus, dengan informan yang ditentukan secara purposive sampling yaitu menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dipandang dapat memberikan data secara maksimal. (Suharsimi Arikunto, 2006) terdiri:

- a. Wisatawan di obyek wisata Petilasan Sri Aji Joyoboyo, yang telah menjalankan aktivitas spiritualnya, terutama pada hari Selasa Kliwon atau Jumat Legi .

- b. Pihak Pengelola.
- c. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri.

Pengumpulan data menggunakan metode observasi, indepth interview, (wawancara mendalam) dengan informan (nara sumber) sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis domain yaitu mendeskripsikan temuan – temuan di tahapan penelitian dengan pendekatan teori – teori yang dipilih untuk dilakukan persepsi langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang terjadi pada kunjungan wisatawan dengan mencari faktor dominan yang paling banyak ditemui.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Data Kunjungan

Data kunjungan wisatawan sebagaimana dalam tabel 1 dibawah ini:

TABEL 1
REKAPITULASI JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN OBYEK DAN DAYA TARIK
WISATA MINAT KHUSUS PETILASAN SRI AJI JOYOBOYO
TAHUN 2012-2016

Bulan	Tahun 2012		Tahun 2013		Tahun 2014		Tahun 2015	Tahun 2016
	Wisnu	Wisman	Wisnu	Wisman	Wisnu	Wisman		
Januari	2782	-	17920	1	250	4	600	1600
Pebruari	7184	12	265	2	398	-	1000	200
Maret	2374	2	316	1	465	-	120	900
April	2150	1	852	1	532	-	420	-
Mei	1983	-	543	1	765	1	700	800
Juni	3939	-	854	1	893	-	300	500
Juli	3744	-	234	2	634	-	-	600
Agustus	2541	-	349	-	412	-	700	600
September	2343	-	673	2	450	4	400	-
Oktober	2699	-	1983	2	698	2	400	-
Nopember	1873	-	348	2	575	-	300	-
Desember	4096	-	2900	2	1345	5	1000	-
Total	37708	15	27237	17	7417	16	5940	5200
Grandtotal	37723		27254		7433		5940	5200

Sumber: Yayasan Hodotento

2. Analisis Diskripsi Kualitatif

2.1 Analisis Diskripsi Kualitatif Menurut Indept Interview Dengan Pengelola Petilasan Sri Aji Joyoboyo

Berdasarkan hasil indept interview yang telah dibahas sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai result (r):

Pada dasarnya aktivitas wisatawan yang berkunjung mayoritas untuk ziarah dan hampir setiap hari tidak pernah sepi, biasanya pada waktu dini hari pengunjung semakin ramai. Pada musim menjelang pemilihan legislatif, pemilihan kepala daerah dan acara-acara yang berbau politik lainnya banyak sekali pejabat yang berziarah, mereka yang datang berasal dari berbagai kota (1.3.1.r)

Menurut mbah Atin, bahwa tata cara ritual ada berbagai macam tidak harus duduk di depan tempat ritual, akan tetapi ritual bisa dilakukan dengan hanya mandi di Sendang Tirto Kamandanu dan tidak harus dengan membawa kembang setaman. Namun ada beberapa orang yang memulai ritual dengan membersihkan diri di sendang tirto kamandanu kemudian dilanjutkan dengan ziarah di makam Sri Aji Joyoboyo. Mayoritas wisatawan berkunjung dalam bentuk group/rombongan, baik rombongan dari kalangan masyarakat biasa sampai pejabat, bahkan hal ini sudah menjadi kegiatan rutinitasnya (1.3.2.r)

Bahwa pengelolaan Petilasan sebelum dipugar dikelola sendiri oleh yayasan Hondodento dan setelah dipugar pengelolaanya diserahkan PEMDA Kabupaten Kediri akan tetapi pada saat acara ritual 1 Suro yang menjadi penyelenggara tetap dilakukan oleh keluarga besar Hondotento dibantu warga sekitar (1.3.3.r)

Untuk hasil dari pungutan retribusi dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri (1.3.4.r)

2.2 Analisis Diskripsi Kualitatif Menurut Indept Interview Dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri

Berdasarkan hasil indept interview yang telah dibahas sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai result (r):

Regulasi yang mengatur tentang pengelolaan retribusi di Petilasan Sri Aji Joyoboyo adalah PERATURAN BUPATI Kediri Nomor 20 tahun 2007 tentang petunjuk pelaksanaan PERDA Kabupaten Kediri nomor 5 tahun 2007 tentang retribusi tempat rekreasi dan olah raga, didalam peraturan tersebut menjelaskan tentang pembagian hasil penerimaan retribusi tempat rekreasi dan olah raga di Kabupaten Kediri, kemudian hasil yang disetorkan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata akan dikembalikan lagi untuk pengelolaan obyek tersebut, seperti penyediaan tempat sampah dan lain-lainnya (1.4.1.r).

Bentuk promosi yang sudah pernah dilakukan sangat banyak sekali. Seperti mengikuti pameran-pameran pariwisata. Untuk lebih detailnya di tanyakan saja kepada Kepala bidang pemasaran pariwisata (1.4.2.r)

Bentuk promosi yang sudah pernah dilakukan seperti mengikuti pameran-pameran pariwisata seperti MTF (Majapahit Travel Fair) yang diselenggarakan oleh Dinas Propinsi Jawa Timur setiap tahun di Surabaya, mempromosikan di media masa dan elektronik, pembuatan brosur, internet, pembuatan buku informasi pariwisata dan mengadakan kerja sama dengan biro perjalanan yang ada (1.4.2.r)

Bentuk dari pemberdayaan masyarakat sekitar adalah petugas operasional obyek yang direkrut berasal dari masyarakat sekitar Petilasan. Berdasarkan literatur yang ada, peneliti menemukan bahwa masyarakat telah dilibatkan oleh pimpinan desa dalam musyawarah desa untuk memutuskan penggunaan tanah yang digunakan untuk pemugaran Petilasan seluas ± 1650 m². Dan keputusan tersebut disahkan dengan keputusan Desa Menang, tertanggal 20 Pebruari 1975 model “E” nomer 24.

3. Analisis Domain Opini Wisatawan Terhadap Petilasan Sri Aji Joyoboyo

Analisis Domain Pendorong

Analisis domain pendorong diperoleh berdasarkan skoring untuk memperoleh skor rata-rata yang dijadikan nilai reliability, skor yang lebih besar dari reliability disebut handal/faktor pendorong/domain pendorong.

Tabel 2

Analisis Domain Pendorong Opini Wisatawan Terhadap Petilasan Sri Aji Joyoboyo Kabupaten Kediri

NO	DOMAIN PENDORONG	DESKRIPSI
1.	Penyediaan fasilitas ruang ganti / kamar mandi bagi pengunjung	Penyediaan fasilitas kamar mandi / ruang ganti bagi pengunjung menjadi faktor pendorong karena fasilitas tersebut sangat bermanfaat bagi pengunjung yang akan mengganti pakaian sebelum ziarah
2.	Persepsi wisatawan	Kelebihan meramalkan masa depan yang dimiliki Prabu Sri Aji Joyoboyo menimbulkan persepsi wisatawan terhadap Petilasannya yang kental dengan misteri dan mistik
3.	Sumber informasi wisatawan mengenai Petilasan Sri Aji Joyoboyo	Wisatawan mendapatkan informasi mengenai Petilasan Sri Aji Joyoboyo dari teman/keluarga yang lebih dulu mengunjunginya
4.	Kepuasan wisatawan	Tercapainya tujuan wisatawan yang berkunjung sehingga Petilasan tersebut tidak pernah sepi pengunjung
5.	Alat transportasi	Kendaraan pribadi menjadi pilihan wisatawan untuk berkunjung ke Petilasan

NO	DOMAIN PENDORONG	DESKRIPSI
6.	Suasana di sekitar lokasi Petilasan	Suasana hening / tenang pada saat pengunjung berziarah
7.	Kepuasan wisatawan	Pengunjung merasa puas setelah berkunjung di Petilasan
8.	Lamanya wisatawan mengetahui Petilasan	Mayoritas wisatawan mengetahui Petilasan antara ≥ 5 tahun

3.2 Analisis Domain Penghambat

Analisis domain pendorong diperoleh berdasarkan skoring untuk memperoleh skor rata-rata yang dijadikan nilai reliability, skor yang lebih kecil dari reliability disebut faktor penghambat/domain penghambat

Tabel 3

Analisis Domain Penghambat Opini Wisatawan Terhadap Petilasan Sri Aji Joyoboyo Kabupaten Kediri

NO	DOMAIN PENGHAMBAT	DESKRIPSI
1.	Bentuk kunjungan	Mayoritas bentuk kunjungan wisatawan group/ rombongan
2.	Peralatan untuk ziarah	Wisatawan memperoleh peralatan yang digunakan untuk ziarah dari membeli disekitar lokasi Petilasan
3.	Manfaat ziarah	Manfaat ziarah bagi wisatawan adalah tercapainya tujuan yang diharapkan
4.	Waktu yang dihabiskan di lokasi (length of stay)	Wisatawan menghabiskan waktu dilokasi antara 1-3 jam
5.	Frekuensi kunjungan dalam satu tahun	Mayoritas wisatawan berkunjung ke Petilasan hanya sekali dalam waktu satu tahun
6.	Hambatan selama melaksanakan kegiatan dilokasi	Tempat ritual yang sempit membuat pengunjung harus bergiliran untuk melaksanakan kegiatan ritual di pemuksan Joyoboyo

KESIMPULAN

Perilaku wisatawan lebih didominasi oleh wisata spiritual/minat khusus, terbukti dari hasil responden wisatawan 31 orang mempunyai motivasi untuk berziarah.

1. Obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo mempunyai daya tarik yang kuat untuk dikunjungi lebih dipengaruhi oleh domain pendorong seperti penyediaan fasilitas ruang ganti/kamar mandi, persepsi wisatawan terhadap Petilasan yang penuh dengan misteri, kental dengan mistik dan teramat keramat ditimbulkan oleh kelebihan/kewaskitannya mampu melihat jauh kedepan tentang segala sesuatu yang akan terjadi ratusan tahun berikutnya dan yang lebih kita kenal dengan “ramalan Joyoboyo” yang sangat termasyur,
2. Petilasan yang secara tidak langsung dipromosikan dari mulut ke mulut oleh wisatawan yang lebih dulu mengunjunginya yang kemudian berkunjung lagi dengan mengajak keluarga/teman dengan harapan mendapatkan berkah dari Sang Prabu Joyoboyo titisan Betara Wisnu (dewa pemelihara keselamatan dan kesejahteraan dunia), kepuasan wisatawan yaitu tercapainya tujuan wisatawan di lokasi
3. Terdapat juga faktor penghambat tercapainya tujuan wisatawan, antara lain bentuk kunjungan lebih banyak dalam bentuk group/rombongan sehingga kegiatan yang dilakukan di lokasi Petilasan kurang maksimal karena harus bergiliran atau bahkan hanya dari beberapa orang saja yang melakukan kegiatan ritual, peralatan untuk ziarah diperoleh dengan membeli disekitar lokasi sehingga bisa disimpulkan bahwa motivasi timbul setelah berada di lokasi Petilasan, manfaat yang dirasakan wisatawan adalah tercapainya tujuan bukan semata-mata ingin sekedar berziarah, lengh of stay yang singkat yaitu 1-3 jam, frekuensi kunjungan dalam satu tahun hanya sekali, terdapat hambatan dalam melaksanakan kegiatan di lokasi seperti tempat ritual yang sempit.

SARAN

1. Kepada pihak pengelola untuk lebih meningkatkan domain pendorong agar obyek wisata minat khusus Petilasan Sri Aji Joyoboyo tetap diminati wisatawan baik dari dalam Kota/ Kabupaten Kediri maupun wisatawan yang berasal dari berbagai penjuru atau bahkan wisatawan mancanegara.
2. Memperbaiki hal-hal yang menjadi hambatan bagi wisatawan yaitu pada domain penghambat dan beberapa saran dari responden wisatawan seperti penyediaan information center disekitar lokasi, penyediaan jasa pemandu, pemasangan papan penunjuk,memenuhi kriteria yang menjadi syarat mutlak suatu obyek wisata minat khusus yaitu something to do, something to be dan something to buy (penyediaan shouvenir shop) agar lengh of stay wisatawan lebih lama, meningkatkan kebersihan di lokasi, perbaikan tempat parkir dan fasilitas yang kurang layak pakai.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto.2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Cristie, Mill Robert, 2000, *Tourism in International Business*, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta;
- Kotler, Philip, 1997, *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementaations and Control*, Prentice Hall, Inc
- Fandeli, Chafid, *Perencanaan Pariwisata*. Yogyakarta: Pelajar
- Gartner, W. C.. 1996. *Tourism Development*. New York: International Thomson Publishing Company.
- Kotler, Philip. (1997), *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control*, 19th Ed.New Jersey, Prentice Hall International, Inc.
- Kusmayadi, Ir., 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Marpaung, Happy, Drs., Herman Bahar, 2002. *Pengantar Pariwisata*, Bandung : Alfabeta
- Muljadi, 2009, *Kepariwisataan dan Perjalanan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Pareek, U. dan Khanna, S, (2011) *Understanding organizational behavior*, 3rd Ed. UK. Oxford University Press
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Yogyakarta: Pradnya Paramitha.
- Pitana, I Gde 2005. *Pengantar Ilmu Pariwisata*.Penerbit: Penerbit Andi.
- Schiffman, L. G. dan Kanuk LL. (2007), *Consumer Behavior*, 9th.Ed, New Jersey, Prentice Hall.
- Soekadijo, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*.Bandung: Alfabeta.



Suwantoro, Gamal, SH.. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta : ANDI.

Wahab, Salah, 1997. Pemasaran Pariwisata. Jakarta : PT. Padnya Paramita

Yoeti, Oka A, H. Drs. MBA., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: PT. Angkasa

IMPLEMENTASI KOMPOSISI GARNISH UNTUK MENGHASILKAN WEDDING CAKE BERKUALITAS

OTJE HERMAN WIBOWO
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit
Email:otjewibowo@yahoo.com

Abstrak

Kualitas wedding cake ditentukan, antara lain oleh keindahan bentuk, komposisi antar bagian dalam wedding cake warna, hiasan, penampilan dan keserasian diantaranya. Untuk membuat wedding cake yang berkualitas diperlukan ide, imajinasi, keahlian, kreativitas untuk mewujudkan ide dengan menggunakan komposisi garnish menjadi inovasi.

Kesesuaian komposisi antar bagian wedding cake memperoleh kriteria cukup sesuai, Kesesuaian ukuran hiasan pada wedding cake memperoleh kriteria cukup sesuai, Kesesuaian peletakan hiasan dengan wedding cake memperoleh kriteria sesuai, Kesesuaian motif dan warna memperoleh kriteria sesuai, Kesesuaian hasil jadi dengan desain memperoleh kriteria sesuai, Kesesuaian hasil jadi dengan penempatan kriteria sesuai.

Kata kunci: -.

PENDAHULUAN

Industri kuliner berkembang pesat sejalan dengan perkembangan industry pariwisata. Rilis dinas perindustrian dan Perdagangan Kota tahun 2016, bisnis di bidang food and beverage menguasai 15–16% dari perekonomian di Surabaya. Outlet atau gerai yang khusus menjual produk bakery/pastry, baik secara waralaba atau franchise maupun milik perorangan, misalnya Dunkin Donuts, Baskin & Robin, Bread Talk, J.Co, Roti Boy, Frans Bakery, Jesslyn K. Cakes, The Harvest, Holland Bakery, Igor's Pastry, dan masih banyak lagi.

Persaingan ketat terjadi, setiap outlet berusaha keras untuk menjadi yang terbaik. Setiap outlet berlomba, menggunakan kreatifitas, menciptakan produk baru atau sekedar mengembangkan, memodifikasi produk yang telah ada, memperbaiki resep memakai bahan–bahan berkualitas terbaik, menambahkan atau mengganti dengan bahan lain yang belum umum dipakai, atau mencoba suatu jenis produk dengan bahan yang sama tetapi teknik yang berbeda, menggunakan bahan berkualitas terbaik misalnya sayuran organik, susu yang telah diproses dengan Ultra High Temperature, atau bahan–bahan yang masih segar, menambah atau mengganti dengan bahan lain yang belum umum dipakai dapat dijadikan alternatif untuk memperoleh rasa yang lezat menekan cost atau menarik perhatian konsumen agar tidak jenuh dengan jenis produk yang sama. Selain memperbaiki rasa

masakan yang tidak kalah penting untuk menghiasi dan mempercantik penampilan masakan dengan garnish yang berbeda.

Garnish, khususnya pada produk bakery, dapat diibaratkan seperti ‘wajah’, yaitu sebagai daya tarik visual utama yang bertujuan menarik perhatian serta menggugah selera makan setiap orang yang melihat agar ingin mencobanya. Karena itu dengan membuat garnish yang indah dan unik, berbeda dari produk sejenis membutuhkan kreatifitas tinggi. Implementasi komposisi garnish dalam menciptakan “wedding cake” yang berkualitas membutuhkan keahlian, imajinasi dan kreatifitas yang tinggi.

RUMUSAN MASALAH

Apakah implementasi fungsi komposisi garnish yang meliputi bahan, warna, bentuk, dan penampilan dalam pembuatan wedding cake yang berkualitas ?

TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui apakah implementasi fungsi komposisi garnish, dalam hal ini meliputi bahan, warna, bentuk, dan penampilan garnish, dapat menciptakan wedding cake yang berkualitas

KAJIAN PUSTAKA

Encyclopedia Americana, (1993: 522) pastry adalah ”a baked food made from flour, water, and shortening. It may be differentiated from cake, cookies, rolls and other hot breads in that it does not use a leavening agent and most often is thin and flaky. Danish pastries and certain French pastries are exceptions because they use yeast. The three principal types of pastry are plain (pie crust), flaky (strudels), and puff (patty shells)” dalam bahasa Indonesia berarti makanan yang dibakar yang terbuat dari tepung, air dan lemak. Pastry dapat dibedakan dari cake, kue kering, dan berbagai jenis roti lainnya, yang di dalamnya tidak menggunakan bahan yang menghasilkan fermentasi dan sering kali bentuknya tipis dan renyah berlapis–lapis. Tiga tipe utama dari pastry adalah plain (pie crust), flaky (strudels), and puff (patty shells).

Bakery (Morris 1985: 152) adalah “a place where products such as bread, cake, and pastries are baked or sold” yang berarti tempat di mana produk seperti roti, cake, dan pastry dibakar atau dijual. Berdasarkan definisi–definisi di atas, dapat digambarkan secara umum produk pastry dan bakery berupa kue dan roti. Meskipun disebutkan bahwa dibedakan dari cake, kue kering, berbagai jenis roti, dan beberapa jenis pastry tertentu, seperti Danish pastry dan French pastry, namun pada operasionalnya, baik di hotel maupun restoran, bagian pastry dan bakery menangani seluruh produk yang berupa kue, roti dan dessert.

Garnish pada produk pastry dan bakery dapat diibaratkan sebagai wajah atau penampilan fisik pada manusia. Melalui garnish, konsumen maupun calon konsumen sedikit atau banyak akan menilai dan mendapatkan bayangan atau gambaran rasa dari produk–produk tersebut.

Garnish menurut Morris dalam kamus yang berjudul *The American Heritage Dictionary* (1985: 548) adalah “a. To furnish with beautifying details; embellish. b. To provide (food) with a garnish” yang bila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia berarti melengkapi dengan detail

yang indah; menghias atau menyediakan, menyajikan (makanan) dengan hiasan, Hernanto (1996: 1) mendefinisikan garnish sebagai hiasan untuk makanan. Hiasan dalam hal ini adalah segala sesuatu yang umumnya bisa dimakan yang dibuat sedemikian rupa sehingga menunjang penampilan suatu hidangan, sekaligus menggugah selera makan seseorang.

Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa garnish adalah bahan yang digunakan sebagai hiasan atau dekorasi pada makanan atau minuman. Pada kondisi tertentu, garnish dapat memberi rasa yang melengkapi atau berlawanan dengan produk utamanya, tetapi garnish yang khas atau unik digunakan untuk memperbesar pengaruh yang kuat secara visual dari penyajiannya, bukan hanya untuk memperkuat rasanya saja.

Garnish membuat makanan atau minuman tampak lebih menarik secara visual. Terkadang, garnish dapat menjadi identitas suatu makanan, sehingga mungkin makanan tertentu tampak kurang lengkap tanpa garnish. Contohnya black forest cake yang identik dengan garnish berupa coklat blok yang menutupi seluruh permukaan kue, baik yang diserut maupun berbentuk lempengan, whipped cream, dan buah cherry merah.

Komposisi garnish pada produk pastry dan bakery dapat dibagi atas empat faktor, yaitu bahan, warna, bentuk, dan penampilan. Definisi dari masing-masing faktor komposisi garnish tersebut adalah sebagai berikut:

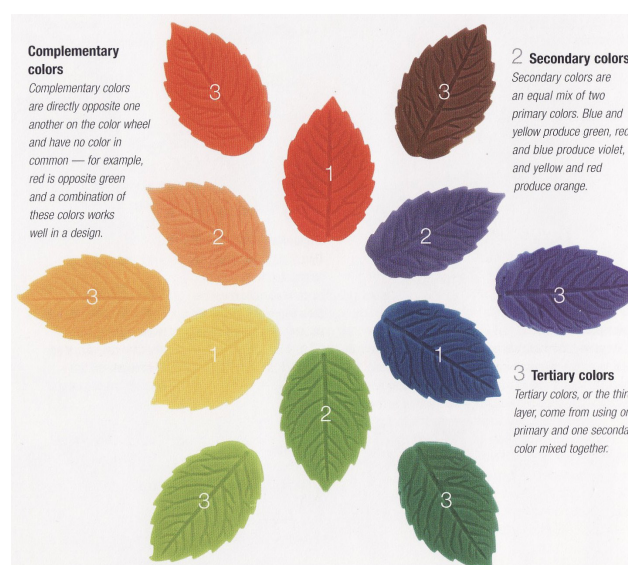
1. Bahan yang digunakan untuk membuat garnish sangat beragam, pada umumnya terbuat dari bahan yang dapat dimakan atau edible, terdiri:
 - 1) Permen atau marshmallow yang tersedia dalam aneka warna, bentuk, dan rasa yang menarik. Biasanya digunakan pada ginger bread yang dibentuk menjadi ginger house yang dijual pada waktu tertentu, seperti menjelang Natal atau Paskah.
 - 2) Coklat. Ada berbagai macam jenis coklat, seperti cooking chocolate, coating chocolate, chocolate chips, chocolate rice, coklat bubuk atau chocolate powder. Cooking chocolate dapat diserut atau dilelehkan dan dibentuk menjadi berbagai macam garnish, seperti segitiga, persegi, spiral, atau bentuk abstrak, pada umumnya cooking chocolate tersedia dalam tiga jenis, yaitu white, dark, dan compound chocolate, tetapi ada beberapa perusahaan yang memproduksinya dengan beberapa warna dan rasa, seperti warna merah untuk strawberry dan hijau untuk apel. White chocolate dapat dilelehkan dan diberi warna dengan chocolate colour. Coating chocolate digunakan untuk melapisi seluruh permukaan produk dengan hasil yang lebih mengkilat dibandingkan bila menggunakan cooking chocolate. Coklat bubuk digunakan untuk memberi rasa coklat pada produk atau sebagai garnish dengan cara ditaburkan di atas permukaan produk dengan menggunakan shaker.
 - 3) Ganache merupakan campuran antara cooking chocolate dengan whipping cream. Sebelum mengeras, ganache digunakan untuk melapisi permukaan sacher cake. Bila telah dingin dan mengeras, ganache dapat disemprotkan dengan menggunakan piping bag dan piping tube seperti pada butter cream atau royal icing.
 - 4) Karamel terbuat dari gula yang dilelehkan hingga berwarna kecoklatan. Sebelum kembali mengeras, karamel dapat dibentuk dan hasil akhirnya menyerupai pecahan kaca.

- 5) Royal icing, butter cream, whipped cream. Bahan–bahan yang berupa cream ini dapat digunakan untuk menghias produk, disempromatkan dengan menggunakan piping bag dan piping tube.
- 6) Fondant atau sugar paste.
- 7) Buah–buahan yang memiliki warna menarik, seperti strawberry, cherry, jeruk, peach, aprikot, kiwi, dan lain–lain.

Ada kemungkinan untuk menggunakan bahan–bahan lain sesuai dengan kreatifitas dan keahlian seorang chef misalnya bahan garnish yang tidak dapat dimakan yang terbuat dari kayu, plastik, logam, beads atau manik–manik yang dirangkai dengan kawat tipis, pastillage atau gumpaste, dan bahan–bahan lainnya.

2. Warna adalah fenomena yang terjadi karena adanya tiga unsur, yaitu cahaya, objek dan observer yang dapat berupa mata maupun alat ukur (Dameria, 2007). Dalam pembagian warna digunakan color wheel ataulingkaran warna yang terdiri atas tiga bagian, yaitu:
 - 1) Warna primer yang merupakan warna dasar dalam lingkaran warna. Warna primer terdiri atas warna merah, kuning, dan biru.
 - 2) Warna sekunder merupakan pencampuran dua warna primer dengan perbandingan yang sama. Contohnya adalah oranye, hijau, dan ungu.
 - 3) Warna tersier merupakan pencampuran antara warna primer dan warna sekunder di sebelahnya dengan perbandingan yang sama. Contohnya adalah hijau limau atau lime green, hijau toska, dan indigo.

Gambar 1
Lingkaran Warna



Sumber: Lampkin, 2007






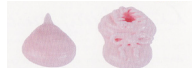

“Colours are more than just decoration, though, as different colours create different mood. There are both positive and negative symbolic aspects associated with colours.” Warna-warna memiliki makna lebih dari sekedar dekorasi, karena warna yang berbeda menciptakan suasana yang berbeda pula. Ada dua aspek simbolik, baik positif maupun negatif, yang berhubungan dengan warna. Berikut ini adalah beberapa asosiasi dan psikologi warna menurut Anne Dameria (2007):

- 1) Biru secara positif bermakna kebenaran, kontemplatif, damai, intelegensi tinggi, meditatif. Sedangkan secara negatif bermakna emosional, egosentris, dan racun.
- 2) Hijau secara positif bermakna sensitif, segar, stabil, formal, toleran, harmonis, dan keberuntungan. Sedangkan secara negatif bermakna pahit.
- 3) Kuning secara positif bermakna segar, cepat, jujur, adil, tajam, dan cerdas. Sedangkan secara negatif bermakna sinis, kritis, tidak eksklusif.
- 4) Hitam secara positif bermakna kuat, anggun, kreatifitas, magis, idealis, fokus. Sedangkan secara negatif bermakna terlalu kuat (dominan), superior, merusak, menekan.
- 5) Ungu secara positif bermakna mewah, artistik, personal, mistis, dan spiritual. Sedangkan secara negatif bermakna angkuh, sombong, diktator.
- 6) Pink atau merah muda cenderung mengarah pada kelembutan, ceria, jiwa muda, feminin, sensitif dan romantis.
- 7) Oranye secara positif bermakna muda, kreatif, keakraban, dinamis, persahabatan. Sedangkan secara negatif bermakna dominan dan arogan.
- 8) Merah secara positif bermakna kuat, cerah, pemimpin, keberanian, gairah, dan sensualitas. Sedangkan secara negatif bermakna panas, bahaya, emosi yang meledak, agresif, dan brutal.
- 9) Coklat adalah warna tanah dan kayu, menimbulkan perasaan dekat dengan lingkungan alam, namun berbeda dengan hijau yang menyejukkan, coklat lebih memiliki karakter hangat. Coklat juga merupakan simbol dari sifat positif dan stabilitas, dihubungkan dengan kesederhanaan, tradisi dan kebudayaan.
- 10) Putih secara positif bermakna sakral, jujur, tulus, bersih, polos, dan higienis. Sedangkan secara negatif bermakna kaku dan monoton.

3. Bentuk

Bentuk dari garnish sangat beragam, bergantung pada bahan dan alat yang digunakan, serta teknik dan kreatifitas seorang pastry chef atau cook dalam menciptakan garnish. Ada tujuh bentuk dasar dalam membuat garnish dengan teknik piping, yaitu teknik yang dilakukan dengan menyemprotkan royal icing atau butter cream menggunakan piping bag dan piping tube. Bentuk-bentuk dasar tersebut yaitu bead, line, scroll, cornelli, twisted rope, pressure piping dan zigzag (Lampkin, 2007).

Gambar 2
Bentuk garnish dengan teknik piping

- 1) Bead

- 2) Line

- 3) Scroll

- 4) Cornelli

- 5) Twisted rope

- 6) Pressure piping

- 7) Zigzag


Sumber: Lampkin, 2007

Selain bentuk-bentuk dasar yang telah disebutkan di atas, masih banyak variasi bentuk lainnya bergantung pada jenis piping tube yang digunakan. Ada juga teknik carving dan sculpting, yaitu mengukir atau membentuk bahan makanan seperti buah, sayur, atau es batu menjadi suatu bentuk yang menarik dengan menggunakan pisau dan alat-alat khusus, tetapi pada umumnya teknik tersebut digunakan pada produk dari garde manger.

4. Penampilan

Penampilan adalah proses, perbuatan, cara menampilkan (KBBI 1985: 892). Dalam hal ini, penampilan berkaitan dengan tata letak bahan-bahan yang digunakan dalam garnish tersebut.

METODE PENELITIAN

Kualitas wedding cake ditentukan, antara lain oleh keindahan bentuk, warna, hiasan, penampilan dan keserasian diantaranya. Untuk membuat wedding cake yang berkualitas diperlukan ide, imajinasi, keahlian, kreativitas untuk mewujudkan ide dengan menggunakan komposisi garnish menjadi inovasi. Penelitian ini merupakan penilaian terhadap hasil rekayasa dalam bidang pembuatan Wedding Cake, yang dimulai dengan:

1. Metode Pengambilan Data

Hasil jadi wedding cake dipajang di lobby laboratorium praktik Akademi Pariwisata Majapahit. Penilaian menggunakan metode observasi yang menggunakan lembar instrumen yang berisi indikator-indikator hasil jadi wedding cake. Observer berjumlah 9 orang, terdiri atas:

- 3 orang dosen pastry,
- 3 orang instruktur;
- 3 orang tamu yang berminat menjadi observer.

2. Instrumen Penilaian

Instrumen penilaian meliputi indikator terhadap hasil jadi wedding cake sebagai implementasi komposisi garnish adalah kuesioner menggunakan skala 1,2,3,4,5, yaitu:

- Sangat sesuai (5)
- Sesuai (4)
- Cukup Sesuai (3)
- Kurang sesuai (2)
- Tidak sesuai (1)

Instrumen penilaian dalam mengobservasi wedding cake meliputi:

1. Keserasian komposisi antar bagian wedding cake
2. Kesesuaian ukuran hiasan dengan bidang wedding cake .
3. Kesesuaian peletakan hiasan pada wedding cake.
4. Kesesuaian motif dan warna hiasan pada wedding cake.
5. Kesesuaian hasil jadi dengan desain wedding cake
6. Kesesuaian wedding cake dengan penempatan

3. Analisis Data

Analisis data dilakukan agar mengetahui hasil dari pembuatan wedding cake yang telah dilakukan. Analisis didapatkan dengan presentase yaitu data yang diperoleh dibagi skor total dikali 100% :

Rumus = data yang diperoleh : skor total maksimal x 100

Jadi dapat disimpulkan data yang diperoleh dibagi skor total dikali 100% maka akan ditemukan hasil presentase instrumen pengambilan data tersebut.

4. Kategori Nilai Rata-Rata

Kategori nilai rata-rata untuk mengetahui hasil setiap yang sesuai dibatasi dengan melihat kategori sebagai berikut:

- Sangat sesuai 4,1 - 5
- Sesuai 3,1 - 4

- ▶ Cukup sesuai 2,1 - 3
- ▶ Kurang sesuai 1,1 - 2
- ▶ Sangat tidak sesuai 0,1 - 1

HASIL DAN PEMBAHASAN

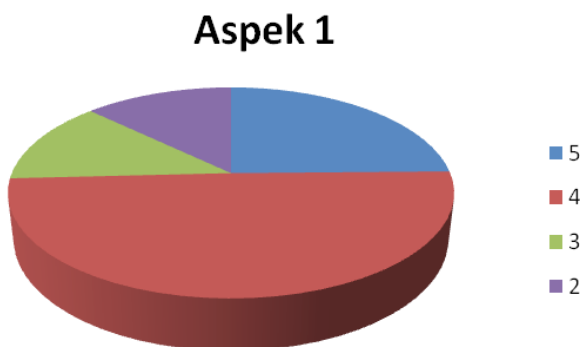
Hasil penilaian dari tiap aspek dapat dilihat melalui tabel dan diagram pie berikut ini:

1. Hasil pengambilan data dari para observer untuk aspek no.1 (Keserasian komposisi antar bagian wedding cake)

Tabel 1
Interprestasi Koefisien Korelasi

No.	Aspek Penilaian	Kategori				
		Sangat Sesuai	Sesuai	Cukup Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat Tidak Sesuai
		5	4	3	2	1
1.	Keserasian komposisi antar bagian wedding cake	2 25,55	5 51,11	1 13,33	1 13,33	-
2.	Kesesuaian ukuran hiasan dengan bidang wedding cake	2 25,55	5 51,11	1 13,33	1 13,33	-
3.	Kesesuaian peletakan hiasan pada wedding cake	4 50,00	3 37,77	2 25,55	-	-
4.	Kesesuaian motif dan warna hiasan pada wedding cake	-	5 51,11	3 37,77	1 13,33	-
5.	Kesesuaian hasil jadi dengan desain wedding cake	2 25,55	5 51,11	2 25,55	-	-
6.	Kesesuaian wedding cake dengan penempatan	1 13,33	7 53,33	1 13,33	-	-

Dari tabel 2 diperoleh hasil dalam diagram pie dibawah ini :



Gambar: 2
Diagram Pie Presentase Aspek No.1

Tabel 2
 Hasil Pengambilan Data dari Observer untuk Aspek No. 1

No.	Aspek Penilaian	Kategori				
		Sangat Sesuai	Sesuai	Cukup Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat Tidak Sesuai
		5	4	3	2	1
1.	Keserasian komposisi antar bagian wedding cake	2 25,55	5 51,11	1 13,33	1 13,33	-

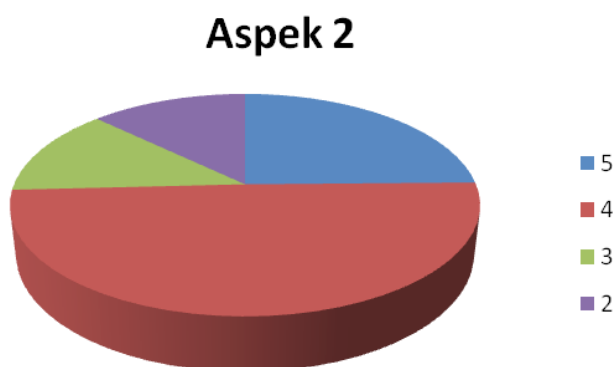
Berdasarkan gambar diagram pie 2 tentang kedudukan aspek no.1 yaitu Keserasian komposisi antar bagian wedding cake dari 9 observer yang memilih sangat sesuai 25,55, sesuai 51,11, cukup sesuai, 13,33, dan kurang sesuai 13,33, tidak ada observer yang memilih tidak sesuai.

2. Hasil pengambilan data dari para observer untuk aspek no.2 (Kesesuaian ukuran hiasan dengan bidang wedding cake).

Tabel 3
 Hasil pengambilan data dari observer untuk aspek no.2

No.	Aspek Penilaian	Kategori				
		Sangat Sesuai	Sesuai	Cukup Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat Tidak Sesuai
		5	4	3	2	1
1.	Kesesuaian ukuran hiasan dengan bidang wedding cake	2 25,55	5 51,11	1 13,33	1 13,33	-

Dari tabel 4.3 diperoleh hasil dalam diagram pie dibawah ini :



Gambar 3
 Diagram pie presentase aspek no.2

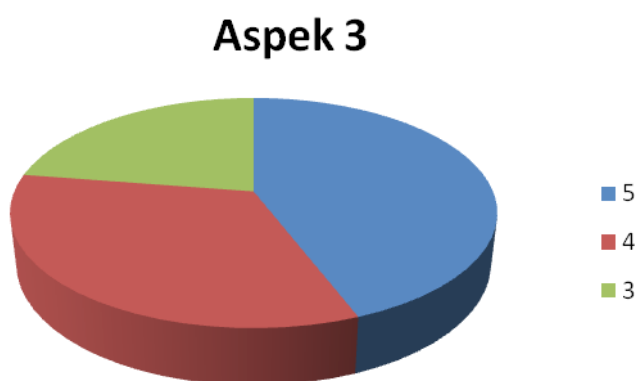
Berdasarkan gambar diagram pie 3 tentang kedudukan aspek no.2 yaitu Kesesuaian ukuran hiasan dengan bidang wedding cake dari 9 observer yang memilih sangat sesuai 25,55, sesuai 51,11, cukup sesuai, 13,33, dan kurang sesuai 13,33, tidak ada observer yang memilih sangat tidak sesuai.

3. Hasil pengambilan data dari para observer untuk aspek no.3 (Kesesuaian peletakan hiasan pada wedding cake).

Tabel 4
Hasil pengambilan data dari observer untuk aspek no.3

No.	Aspek Penilaian	Kategori				
		Sangat Sesuai	Sesuai	Cukup Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat Tidak Sesuai
		5	4	3	2	1
1.	Kesesuaian peletakan hiasan pada wedding cake	4 50,00	3 37,77	2 25,55	-	-

Dari tabel .4 diperoleh hasil dalam diagram pie dibawah ini :



Gambar 4
Diagram pie presentase aspek no.3

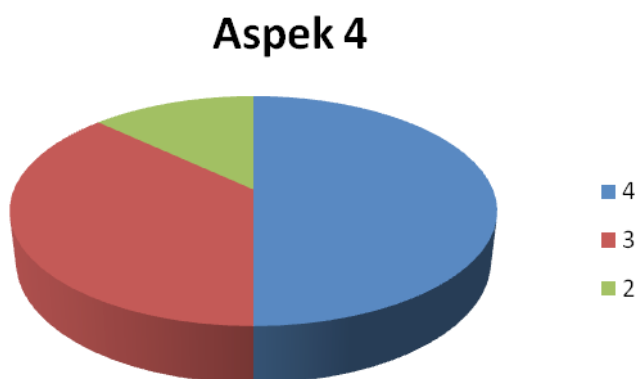
Berdasarkan gambar diagram pie 4 tentang kedudukan aspek no.3 yaitu Kesesuaian peletakan hiasan pada wedding cake, dari 9 observer yang memilih sangat sesuai 50,00, sesuai 37,77, dan cukup sesuai 25,55, tidak ada observer yang memilih kurang sesuai dan sangat tidak sesuai.

4. Hasil pengambilan data dari para observer untuk aspek no.4 (Kesesuaian motif dan warna hiasan pada wedding cake)

Tabel 5
Hasil pengambilan data dari observer untuk aspek no.4

No.	Aspek Penilaian	Kategori				
		Sangat Sesuai	Sesuai	Cukup Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat Tidak Sesuai
		5	4	3	2	1
1.	Kesesuaian motif dan warna hiasan pada wedding cake	-	5 51,11	3 37,77	1 13,33	-

Dari tabel 5 diperoleh hasil dalam diagram pie dibawah ini :



Gambar 5
Diagram pie presentase aspek no.4

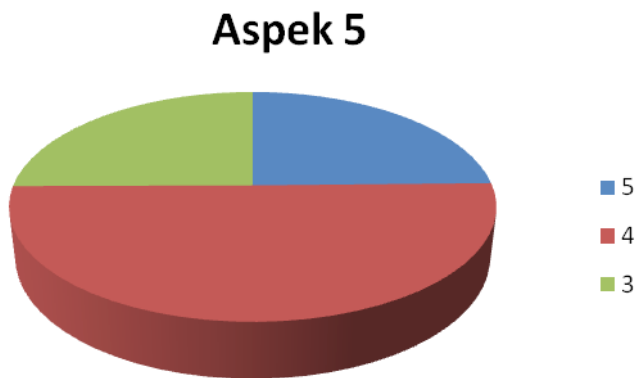
Berdasarkan gambar diagram pie 5 tentang kedudukan aspek no.4 yaitu Kesesuaian motif dan warna hiasan pada wedding cake, dari 9 observer yang memilih sesuai 51,11, cukup sesuai 36,77, kurang sesuai, 13,33, tidak ada observer yang memilih sangat sesuai dan sangat tidak sesuai.

5. Hasil pengambilan data dari para observer untuk aspek no.5 (Kesesuaian hasil jadi dengan desain wedding cake).

Tabel 6
Hasil pengambilan data dari observer untuk aspek no.5

No.	Aspek Penilaian	Kategori				
		Sangat Sesuai	Sesuai	Cukup Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat Tidak Sesuai
		5	4	3	2	1
1.	Kesesuaian hasil jadi dengan desain wedding cake	2 25,55	5 51,11	2 25,55	-	-

Dari tabel 6 diperoleh hasil dalam diagram pie dibawah ini :



Gambar 6
Diagram pie presentase aspek no.5

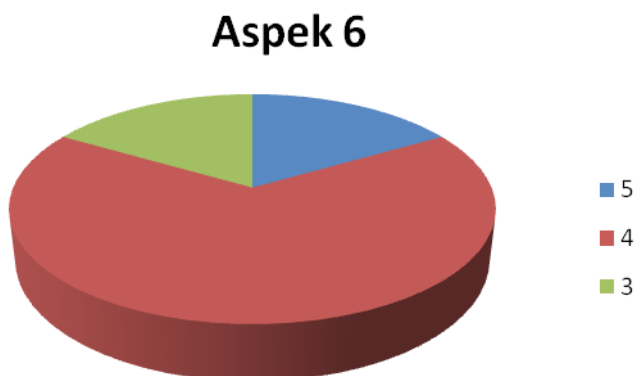
Berdasarkan gambar diagram pie 6 tentang kedudukan aspek no.5 yaitu Kesesuaian hasil jadi dengan desain wedding cake, dari 9 observer yang memilih sangat sesuai 25,55, sesuai 51,11, cukup sesuai 23,33, tidak ada observer yang memilih kurang sesuai dan sangat tidak sesuai.

6. Hasil pengambilan data dari para observer untuk aspek no.6 (Kesesuaian hasil jadi dengan tema acara).

Tabel 7
Hasil pengambilan data dari observer untuk aspek no.6

No.	Aspek Penilaian	Kategori				
		Sangat Sesuai	Sesuai	Cukup Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat Tidak Sesuai
		5	4	3	2	1
1.	Kesesuaian wedding cake dengan penempatan	1 13,33	7 53,33	1 13,33	-	-

Dari tabel 7 diperoleh hasil dalam diagram piedibawah ini :



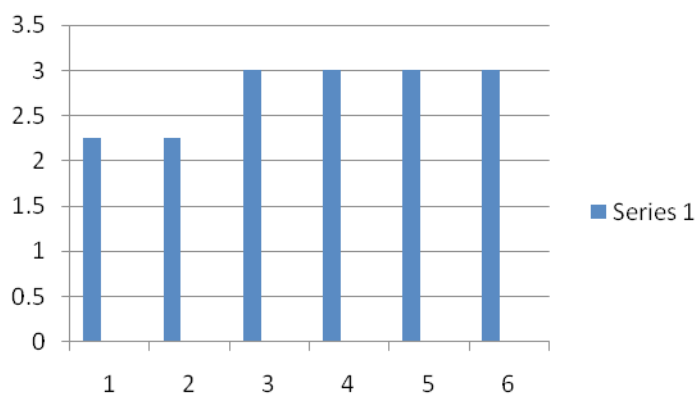
Gambar 7
Diagram pie presentase aspek no.6

Berdasarkan gambar diagram pie 7 tentang kedudukan aspek no. 6 yaitu Kesesuaian wedding cake dengan penempatan, dari 9 observer yang memilih sangat sesuai 13,33, sesuai 53,33, cukup sesuai, tidak ada observer yang memilih kurang sesuai dan sangat tidak sesuai.

Tabel 8
Rata-rata hasil jadi wedding cake

No.	Aspek Penilaian	Kategori					Rata-Rata
		Sangat Sesuai	Sesuai	Cukup Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat Tidak Sesuai	
		5	4	3	2	1	
1.	Keserasian komposisi antar bagian wedding cake	2 25,55	5 51,11	1 13,33	1 13,33	-	2,25
2.	Kesesuaian ukuran hiasan dengan bidang wedding cake	2 25,55	5 51,11	1 13,33	1 13,33	-	2,25
3.	Kesesuaian peletakan hiasan pada wedding cake	4 50,00	3 37,77	2 25,55	-	-	3,0
4.	Kesesuaian motif dan warna hiasan pada wedding cake	-	5 51,11	3 37,77	1 13,33	-	3,0
5.	Kesesuaian hasil jadi dengan desain wedding cake	2 25,55	5 51,11	2 25,55	-	-	3,0
6.	Kesesuaian wedding cake dengan penempatan	1 13,33	7 53,33	1 13,33	-	-	3,0

Berdasarkan Tabel 8 diatas dapat dilihat hasil perhitungan perbandingan perolehan data sebagai berikut:



SIMPULAN

1. Kesesuaian komposisi antar bagian wedding cake memperoleh kriteria cukup sesuai
2. Kesesuaian ukuran hiasan pada wedding cake memperoleh kriteria cukup sesuai
3. Kesesuaian peletakan hiasan dengan wedding cake memperoleh kriteria sesuai
4. Kesesuaian motif dan warna memperoleh kriteria sesuai
5. Kesesuaian hasil jadi dengan desain memperoleh kriteria sesuai.
6. Kesesuaian hasil jadi dengan penempatan kriteria sesuai

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Jakarta : Rineka Cipta
- Drummond, Karen Eich (1990). *Human Resource Management for The Hospitality Industry*. New York : Van Nostrand Reinhold
- Flippo, Edwin B.(1984). *Personnel Management (6 th ed.)*. Mc Graw-Hill International Student Edition
- Guelck, William F.(1982). *Personnel a Diagnostic Approach (3 rd ed.)*. Plano Texas: Business Publication Inc.
- Handoko, T Hani.(1996). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia* Yogyakarta : APFE.
- Herbert G., Schwab,Donald P.,Fossum,John A.,Dyer, Lee D. (1981). *Managing Personnel and Human Resources*. Dow Jones
- Jerris, Linda A. (1999). *Human Resource Management for Hospitality*. New Jersey : Pearson Education International.

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI MUSEUM TROWULAN MOJOKERTO

SRI DWI UTARI

Dosen Akpar Majapahit

E-mail: angel.tarie@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Daya Tarik Wisata (X3) terhadap Kepuasan Wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto (Y). Dalam penelitian ini sampel dikumpulkan dari 60 orang responden. Diambil secara accidental dari populasi yang datanya tidak diketahui. Kemudian dilakukan analisis data berupa analisa kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis dengan uji t dan uji F serta uji analisis koefisien determinasi (R²). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda melalui SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan wisatawan, (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, (3) Daya Tarik Wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata

ABSTRACT

This research is conducted to find out the influence of Promotion (X1), Service Quality (X2), and Tourism Attraction (X3) on Tourist's satisfaction level at Trowulan Museum Mojokerto (Y).

In this research, sample is taken from 60 respondents, which is taken from unknown population randomly. Then, the data is analyzed using Quantitative Analysis which includes Validity Test, Reliability Test, Hypothesis Test with T & F Test, and Coefficient Determinant Analysis Test (R²). Data Analysis methods that is used in this research uses Double Linear Regression Analysis through SPSS.

The result shows that (1) Promotion affects positively and significant to Tourist Satisfaction level, (2) Service Quality affects positively, but is not significant to Tourist Satisfaction level, (3) Tourism Attraction affects positively and is significant to Tourist Satisfaction level.

Keywords : Promotion, Service Quality, Tourism Attraction

PENDAHULUAN

Keunggulan suatu objek wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, kualitas objek wisata yang bersangkutan dan kualitas layanan pendukungnya. Tingkat pelayanan yang baik dimata pengunjung secara tidak langsung mampu melahirkan aktifitas promosi yaitu saat pengunjung mengalami kepuasan dalam kunjungan suatu objek wisata tertentu maka pengunjung tersebut akan merekomendasikan kepada orang lain. Hal seperti ini tentu bermanfaat bagi pengelola wisata, karena mendapatkan tambahan pengunjung dengan bantuan promosi dari pengunjung sebelumnya.

Keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata tertentu bukan semata-mata berdasarkan informasi yang diterima, tetapi juga dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen tentang kualitas pelayanan dan nilai lebih lain yang dimiliki oleh objek wisata tersebut. Kualitas pelayanan yang baik, yang bisa tersampaikan ke wisatawan, maka dimata wisatawan akan menciptakan image yang baik pula sehingga nilai positifnya wisatawan akan merasa puas dan hal ini akan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung lagi atau merekomendasikannya ke orang lain.

Pada umumnya masyarakat masih memandang bahwa museum adalah sebuah tempatatau lembaga yang bernuansa statis, kuno dan hanya tentang hal hal atau benda-benda masa lampau. Bangunan museum biasanya identik dengan bangunan yang menyeramkan, suasana sunyi dan kondisi bangunan yang seadanya dan kurang terawat. Kondisi demikian menyebabkan kurangnya minat pengunjung baru, serta menyebabkan kejenuhan terhadap kunjungan yang hanya melihat barang itu-itu saja. Padahal fungsi museum sebenarnya bukan hanya tentang mengurus benda purbakala saja tetapi museum juga sebagai sarana untuk memperkenalkan proses perkembangan sosial budaya dari suatu lingkungan kepada masyarakat. Selain itu juga masyarakat bisa menggunakan museum sebagai tempat rekreasi dan sarana belajar guna menambah ilmu pengetahuan khususnya tentang sejarah.

Museum Trowulan adalah salah satu museum arkeolog di indonesia yang terletak di desa Trowulan, kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Keberadaanya sampai saat ini masih tetap dipertahankan. Museum Trowulan ini terletak di bekas pusat ibu kota Kerajaan Majapahit sehingga di sekitar museum banyak terdapat peninggalan lainnya seperti Segaran, Candi Minak Jinggo dan situs bersejarah lainnya. Selain sebagai objek wisata, museum Trowulan merupakan sebagai bukti sejarah penting tentang keberadaan kerajaan Majapahit. Museum Trowulan memiliki koleksi benda purbakala dengan jumlah dan jenis yang banyak. Seharusnya hal ini bisa menjadi salah satu faktor dan daya tarik wisata bagi pengunjung. Namun selama ini masyarakat kurang memaksimalkan fungsi dari museum Trowulan yang menyajikan informasi dan pengetahuan masa lalu. Beberapa pengunjung yang datang bahkan tidak memiliki tujuan yang jelas mengapa datang ke museum, selain hanya untuk berwisata dan melihat-lihat benda koleksi tanpa kesan apa-apa..

Museum Trowulan adalah salah satu objek wisata yang bersifat edukasi namun jumlah kunjungan ke tempat ini kurang maksimal. Hal ini dikarenakan karena kurangnya motivasi dalam berkunjung ke objek wisata tersebut. Kurangnya promosi wisata juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan di obyek wisata ini. Kurangnya minat kunjungan wisata

masyarakat adalah karena kurangnya tingkat informasi yang diberikan sehingga masyarakat tidak familiar dan kurang tertarik untuk berkunjung dan menikmati objek wisata di museum Trowulan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan keanekaragaman benda koleksi di museum Trowulan melalui penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto”.

RUMUSAN MASALAH

Adapun perumusan masalah dari latar belakang masalah adalah sebagai berikut :

- 1 Apakah ada pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan di museum Trowulan Mojokerto
- 2 Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto
- 3 Apakah ada pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di museum Trowulan Mojokerto
- 4 Apakah ada pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trowulan Mojokerto

TUJUAN PENELITIAN

- 1 Menganalisis dan menjelaskan adanya pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan di museum trowulan mojokerto.
- 2 Menganalisis dan menjelaskan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di museum Trowulan Mojokerto.
- 3 Menganalisis dan menjelaskan adanya pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung wisatawan di museum trowulan mojokerto
- 4 Menganalisis dan menjelaskan adanya pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan.

KAJIAN TEORITIS

MUSEUM

Museum adalah lembaga yang diperuntukkan bagi masyarakat umum yang berfungsi untuk mengumpulkan, menjaga dan merawat, serta menyajikan dan melestarikan warisan budaya masyarakat untuk tujuan studi, penelitian serta kesenangan atau hiburan. Menurut kamus besar bahasa indonesia (1990) museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapat perhatian umum seperti peninggalan sejarah, seni, ilmu dan barang kuno. Berdasarkan dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa museum sebagai tempat preverfasi dan meneliti koleksi yang mereka miliki dan kemudian diinformasikan kepada masyarakat. Keberadaan museum merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dalam proses pembelajaran tentang hal yang berkaitan dengan sejarah perkembangan manusia, budaya dan lingkungannya.

PROMOSI

Promosi merupakan merupakan kegiatan yang terpenting dan berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan meningkatkan manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, perusahaan sebelumnya harus menentukan dengan tepat dan cermat alat media apa yang akan digunakan dan dengan strategi promosi yang seperti apa agar dapat tercapai keberhasilan dalam penjualan

Menurut (Amstrong, 2008) menjelaskan dimensi-dimensi dari promosi, yaitu :

- 1 Penjualan Tatap Muka (Personal selling) adalah komunikasi langsung antara penjual dengan calon pembeli yang potensial dengan cara memberikan informasi tentang suatu produk atau jasa, kemudian membentuk suatu pemahaman pelanggan terhadap produk atau jasa sehingga mereka akan tertarik untuk mencoba atau membelinya
- 2 Periklanan (Advertising) adalah bentuk komunikasi yang dilakukan pemasar untuk menginformasikan, dan membujuk pasar dan target pasaran.
- 3 Sales Promotion adalah insentif jangka panjang yang ditawarkan kepada pelanggan ataupun masyarakat dan perantara untuk merangsang datangnya pembelian produk tersebut.
- 4 Public Relations adalah usaha atau upaya untuk menarik perhatian yang positif dari masyarakat terhadap perusahaan tersebut serta produk-produknya dengan adanya berita baru, konferensi pers di event-event tertentu, melaksanakan kegiatan-kegiatan yang dapat menarik perhatian para masyarakat.
- 5 Direct Marketing adalah suatu bentuk promosi secara langsung dengan cara memasarkan produk atau barang agar mendapatkan reaksi secara langsung dari konsumen. Pemasaran langsung bukan berarti harus face to face tetapi lebih kepada pemasaran yang ditujukan secara langsung kepada konsumen tertentu.

KUALITAS PELAYANAN

Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Lupiyadi (2007), menjelaskan bahwa pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain. Terdapat lima kelompok karakteristik yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi kualitas jasa yaitu:

- 1 Tangibles atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu penyelenggara jasa dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- 2 Reliability atau keandalan yaitu kemampuan penyelenggara jasa untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3 Responsiveness atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

- 4 Assurance atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para penyelenggara jasa untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan. Empathy yaitu memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi dan diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginannya.

DAYA TARIK WISATA

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No 10 tahun 2009, daya tarik wisata adalah sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan. Definisi lain dari daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu (Yoeti, 2006). Yoety berpendapat bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya suatu kawasan wisata sangat tergantung pada 4 A yaitu :

1 Attraction

Atraksi dapat menentukan pilihan konsumen dan mempengaruhi motivasi para wisatawan untuk datang berkunjung. Atraksi ini terdiri dari atraksi wisata alam, atraksi adalah produk utama dalam sebuah destinasi wisata.

2 Accesbility

Adalah sarana dan infrastruktur yang sudah disediakan untuk menuju tempat wisata. Contohnya infrastruktur, jalan, bandara, pelabuhan, faktor operasional seperti jalur atau rute, harga yang dikenakan dan peraturan pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

3 Amenity

adalah tersedianya fasilitas pendukung disekitar tempat wisata. Amenitas berkaitan dengan akomodasi untuk menginap, restoran, tersedianya toilet umum, sarana ibadah atau yang lain.

4 Ancillary Service

adalah sebuah organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisata. Organisasi ini mendukung kepariwisataan sehingga kegiatan kepariwisataan bisa tercapai dengan baik.

KEPUASAN WISATAWAN

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif Kuantitatif karena penelitian ini mempunyai tujuan untuk memperoleh jawaban yang terkait pendapat, tanggapan dan persepsi seseorang sehingga pembahasannya harus jelas. penelitian deskriptif berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data-data dengan jenis metode ini akan didapatkan hasil

penelitian yang berdasarkan data-data yang ada. Tempat penelitian adalah di museum Trowulan. Letaknya di Jl pendopo Agung, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur sedangkan waktu penelitian adalah bulan Maret 2017 sampai September 2017. Objek populasi yang dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang mengunjungi Museum Trowulan Mojokerto. Sampel yang digunakan adalah sebesar 60 Responden menggunakan teknik accidental sampling yaitu teknik dimana subjek dipilih karena aksesibilitas nyaman dan kedekatan mereka kepada peneliti.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data dengan cara :

- 1 Metode observasi yaitu suatu metode penelitian yang dijalankan secara sistematis dengan sengaja, diadakan dengan menggunakan alat indera sebagai alat untuk menangkap secara langsung kejadian-kejadian pada waktu peristiwa terjadi. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung maupun tidak tentang hal-hal yang diamati, kemudian mencatatnya pada alat observasi.
- 2 Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Iskandar, 2008)
- 3 Metode wawancara atau interview mencakup cara yang dipergunakan kalau seseorang mempunyai tujuan untuk tugas tertentu, mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari seorang responden, dengan bercakap-cakap, berhadapan muka dengan orang lain . Pengambilan waktu yang tepat kepada para pengunjung adalah hal yang penting untuk menghindari rasa ketidaknyamanan yang ditimbulkan kepada para pengunjung.

UJI KELAYAKAN INSTRUMEN

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu tes. Suatu tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur apa yang hendak diukur. Tes memiliki validitas yang tinggi apabila hasilnya sesuai dengan kriteria dalam arti memiliki kesejajaran antara tes dan kriteria. Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

UJI RELIABILITAS

Reliabilitas tes merupakan tingkat konsistensi suatu tes, yakni sejauh mana suatu tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang relatif dan tidak berubah walaupun diteskan pada situasi yang berbeda-beda. Menurut Sujarweni (2014) reliabilitas atau keandalan adalah merupakan suatu ukuran kestabilan dan konsistensi dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner.

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk memodelkan hubungan antara variabel dependent dengan variabel independen dengan jumlah variabel independent lebih dari satu. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan :

- Y' : Variabel dependen (Nilai yang diprediksikan)
- X1 dan X2 : Variabel Independen
- a : Konstanta (Nilai Y apabila X1, X2.....Xn = 0)
- b : Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Koefisien β Standardized

Digunakan untuk menentukan pengaruh variabel independent mana yang berpengaruh paling besar terhadap variabel dependen

Koefisien Determinasi (R^2)

Analisa koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar perubahan atau variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain atau dengan kata lain seberapa besar kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase dengan rumusnya adalah :

$$R^2 = \frac{(b_1\sum x_1y + b_2\sum x_2y + b_3\sum x_3y + b_4\sum x_4y)}{\sum y^2}$$

Keterangan :

b_1, b_2, b_3, b_4 = koefisien regresi x_1, x_2, x_3, x_4

dimana R^2 terletak diantara 0 dan 1, $0 < R^2$

Bila $R^2 = 1$: berarti variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent.

Bila $R^2 = 0$: berarti kemampuan variabel independent memberikan menjelaskan variabel dependent amat terbatas.

Uji t

Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji signifikan antara variabel X dan Y. Apakah variabel X1, X2, X3, (promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan wisatawan) secara terpisah atau parsial.

Uji F

Uji-F dapat digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independent terhadap variabel dependent, uji- f statistic dalam regresi linear berganda dapat digunakan untuk menguji signifikansi koefisien determinasi R^2 . Nilai f statistic dengan demikian dapat digunakan untuk mengevaluasi hipotesis bahwa apakah tidak ada variabel independent yang menjelaskan variasi Y disekitar nilai rata-ratanya dengan derajat kepercayaan k-1 dan n-k tertentu.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α) atau F hitung $< F$ tabel berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak bila dilakukan secara simultan.
- Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ (α) atau F hitung $> F$ tabel berarti hipotesis terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima bila dilakukan secara simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Dari hasil kuesioner yang disebar, diperoleh data responden sebagai berikut:

Tabel 1.

Jenis Kelamin		Usia			Pendidikan			Kunjungan		KTP		Status			
L	P	Usia > 20 th	Usia 20 - 40	Usia < 40 th	SD	SMP	SMA	S1	1 kali	> 1 kali	Mojokerto	Luar Mojokerto	Pelajar/Mahasiswa	Karyawan	Wirasaha
25	35	30	26	4	0	4	36	18	30	30	48	12	25	23	12

Hasil Uji Validitas

Hasil SPSS untuk uji validitas yang di jabarkan dalam tabel berikut :

Tabel 2

No	Pernyataan	Hasil Analisis	Data	Kategori
1	Pernyataan 1	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,460 0,000	Valid
2	Pernyataan 2	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,565 0,000	Valid
3	Pernyataan 3	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,566 0,000	Valid
4	Pernyataan 4	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,458 0,000	Valid
5	Pernyataan 5	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,523 0,000	Valid
6	Pernyataan 6	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,686 0,000	Valid
7	Pernyataan 7	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,633 0,000	Valid
8	Pernyataan 8	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,627 0,000	Valid
9	Pernyataan 9	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,617 0,000	Valid
10	Pernyataan 10	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,452 0,000	Valid
11	Pernyataan 11	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,691 0,000	Valid
12	Pernyataan 12	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,463 0,000	Valid
13	Pernyataan 13	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,556 0,000	Valid
14	Pernyataan 14	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,600 0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Tabel 3

Uji Validitas Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Hasil Analisis	Data	Kategori
1	Pernyataan 1	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,589 0,000	Valid
2	Pernyataan 2	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,799 0,000	Valid
3	Pernyataan 3	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,726 0,000	Valid
4	Pernyataan 4	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,723 0,000	Valid
5	Pernyataan 5	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,508 0,000	Valid
6	Pernyataan 6	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,646 0,000	Valid
7	Pernyataan 7	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,729 0,000	Valid
8	Pernyataan 8	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,619 0,000	Valid
9	Pernyataan 9	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,592 0,000	Valid
10	Pernyataan 10	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,564 0,000	Valid
11	Pernyataan 11	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,644 0,000	Valid
12	Pernyataan 12	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,691 0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Tabel 4

Uji Validitas Pernyataan Variabel Daya Tarik Wisata

No	Pernyataan	Hasil Analisis	Data	Kategori
1	Pernyataan 1	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,381 0,000	Valid
2	Pernyataan 2	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,667 0,000	Valid
3	Pernyataan 3	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,343 0,007	Valid
4	Pernyataan 4	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,441 0,000	Valid
5	Pernyataan 5	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,497 0,000	Valid
6	Pernyataan 6	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,640 0,000	Valid
7	Pernyataan 7	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,497 0,000	Valid
8	Pernyataan 8	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,538 0,000	Valid
9	Pernyataan 9	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,604 0,000	Valid
10	Pernyataan 10	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,591 0,000	Valid
11	Pernyataan 11	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,478 0,000	Valid
12	Pernyataan 12	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,636 0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Tabel 5

Uji Validitas Pernyataan Variabel Kepuasan Wisatawan

No	Pernyataan	Hasil Analisis	Data	Kategori
1	Pernyataan 1	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,602 0,000	Valid
2	Pernyataan 2	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,756 0,000	Valid
3	Pernyataan 3	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,435 0,000	Valid
4	Pernyataan 4	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,493 0,000	Valid
5	Pernyataan 5	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,613 0,000	Valid
6	Pernyataan 6	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,541 0,000	Valid
7	Pernyataan 7	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,660 0,000	Valid
8	Pernyataan 8	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,601 0,000	Valid
9	Pernyataan 9	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,689 0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Dari hasil uji validitas skor pernyataan terhadap variabel promosi, kualitas pelayanan, daya tarik wisata dan variabel kepuasan menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki signifikansi atau Sig (2-tailed) dibawah 0.05, hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan valid untuk variabel promosi, pelayanan, daya tarik wisata dan variabel kepuasan wisatawan.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 6

Uji Reliabilitas Skor Pernyataan

No	Pernyataan	Alpha Cronbach	Persyaratan	Kriteria
1	Pernyataan Variabel Promosi	0,835	>0,60	Reliable
2	Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan	0,878	>0,60	Reliable
3	Pernyataan Variabel Daya Tarik Wisata	0,754	>0,60	Reliable
4	Pernyataan Variabel Kepuasan Wisata	0,777	>0,60	Reliable

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa Koefisien Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60 artinya bahwa kuesioner adalah reliable atau dapat diandalkan dan jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu.

Hasil Analisis Data

Regresi Berganda

Hasil regresi linear berganda ditunjukkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 7

Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstand ardized	Coefficient s	Standardize d Coefficient s	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.947	2.410		.393	.696
X ₁ Promosi	.287	.063	.447	4.552	.000
X ₂ Kualitas Pelayanan	.130	.083	.201	1.569	.122
X ₃ Daya Tarik Wisata	.258	.113	.290	2.280	.029

Dependent Variabel : Kepuasan konsumen

Hasil regresi menunjukkan bahwa promosi (X₁) memiliki koefisien positif sebesar 0,447. Hal ini menunjukkan semakin berkualitas sebuah promosi akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan.

Hasil regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X₂) memiliki koefisien positif sebesar 0,201 . Hal ini menunjukkan semakin berkualitas pelayanan akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan

Hasil regresi menunjukkan bahwa daya tarik wisata (X₃) memiliki koefisien positif sebesar 0,290 artinya semakin berkualitas daya tarik wisata akan meningkatkan kepuasan wisatawan. Semua variabel bebas (independent) dalam penelitian ini, yaitu Promosi (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), dan Daya Tarik Wisata (X₃) menunjukkan hubungan positif

Uji Model

Hasil analisis menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 8

Ringkasan Model

Model	R	R Squares	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.691	.674	2,6442

Predictors (Constant), Daya Tarik Wisata (X₃), Promosi (X₁), Pelayanan (X₂)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0.674 yang berarti bahwa 67,4% kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh pengaruh dari variabel independent yaitu Promosi (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂) dan Daya Tarik Wisata (X₃), sedangkan sisanya sebesar 32,6% disebabkan karena variabel lain yang tidak diajukan atau dijelaskan dalam model penelitian ini. Nilai ketiga variabel lebih dari 50% sehingga model yang memadukan tiga variabel promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata sebagai variabel yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dapat dikatakan cukup baik.

Uji Hipotesis

Uji t

1 Pengajuan hipotesis pertama

Hipotesis pertama menguji pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,447 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto. Dapat dikatakan pula bahwa Promosi (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

2 Pengajuan hipotesis kedua

Hipotesis kedua menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,201 dan nilai signifikansi sebesar 0,122. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua ditolak. Artinya ada pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto. Dapat dikatakan pula bahwa Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara positif tapi signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y).

3 Pengajuan hipotesis ketiga

Hipotesis ketiga menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,113 dan nilai signifikansi sebesar 0,026 hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima/ditolak. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto. Dapat dikatakan pula bahwa Daya Tarik Wisata (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y).

Uji f

Analisis selanjutnya adalah analisis untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel bebas secara bersama-sama, yaitu antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hal tersebut dapat kita lihat pada tabel 4.19, yaitu pada tabel ANOVA di bawah ini :

ANNOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	875.381	3	291.794	41.732	.000 ^b
Residual	391.553	56	6.992		
Total	1266.933	59			

Dependent variabel : Kepuasan Wisatawan

Predictors : (constant), Daya Tarik Wisata, Promosi, Kualitas pelayanan

Pada Tabel dari persamaan yang menggunakan semua variabel bebas, yaitu promosi (X1), kualitas pelayanan (X2) dan daya tarik wisata (X3) didapatkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti memang terdapat pengaruh secara bersama-sama antara promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Variabel promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Daya Tarik Wisata (X3) secara bersama-sama merupakan variabel yang baik dan tepat untuk mengukur perubahan dalam variabel Kepuasan wisatawan (Y).

SIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1 Promosi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto, semakin bagus promosi yang diberikan semakin meningkat pula kepuasan Wisatawan
- 2 Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto, semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula kepuasan wisatawan
- 3 Daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto, semakin baik daya tarik wisata yang ditawarkan maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan wisatawan.
- 4 Promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto dan yang memberikan pengaruh yang paling besar adalah promosi, kemudian diikuti dengan daya tarik wisata dan kualitas pelayanan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro
- Iskandar. 2008. Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif). Jakarta: GP Press
- Kotler, Philip, Armstrong, Garry. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Indeks-Prentice Hall
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1996. Jakarta: Balai Pustaka.
- Lupiyadi, Rambat .2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba
- EmpatSujarweni, V. Wiratna. 2014. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Yoeti,A.Oka.2006. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta : Pradnya Paramitha

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MARVELICIOUS FOOD COURT SURABAYA

ERNA NURSIYAH TANOYO

Dosen Akpar Majapahit

Email: r_nat4n@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Marvelicious Food Court Surabaya. Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan teknik incidental sampling sebanyak 60 orang responden dari populasi yang jumlahnya tidak diketahui. Data yang diperoleh dari 60 orang responden ini kemudian dijadikan sumber data bagi peneliti, sehingga akhirnya dilakukan analisis data dengan analisa kuantitatif yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis serta uji analisis koefisien determinasi (R²). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda melalui SPSS. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, tetapi tidak signifikan, (2) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) Fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

Abstract:

The Influence of Service Quality, Location & Facility on Marvelicious Food Court Customer's Satisfaction

This research has conducted to know the influence of Service Quality, Location & Facility on Marvelicious Food Court Customer's Satisfaction. The Sample that has been taken in this research is using incidental sampling technique, using 60 respondents from unkwon population. The data obtained from this 60 respondents then becomes the main source data for researcher to do quantitative data analysis which includes Validity Test, Reliability Test, Hypothesis Test, and Coeficient Determinant Test (R²). Data Analysis which is used in this research uses Double Linear Regresion Analysys on SPSS. The Results are (1) Service Quality has positive influence on Customer Satisfaction, but it's not significant, (2) Location has positive influence, and is significant on customer satisfaction, (3) Facility has positive influence, and is significant on customer satisfaction.

Keyword : Service Quality, Location, Facility, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, perusahaan jasa maupun penghasil barang bersaing ketat dalam satu pasar yang sangat terbuka. Hal ini mengakibatkan terjadinya persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada konsumen secara maksimal. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas kepada para konsumen. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah memberikan pelayanan, kemudahan dan memfasilitasi konsumen dengan sebaik-baiknya. Dalam memulai suatu bisnis, salah satu faktor penting lainnya yang harus menjadi pertimbangan sebelum dibukanya bisnis tersebut adalah penentuan lokasi. Lokasi fasilitas jasa seringkali tetap merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Selain kualitas layanan dan lokasi, fasilitas juga hal penting dalam mencapai kepuasan konsumen. Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan konsumen, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada, sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

Fasilitas yang diberikan pada konsumen food court, misal kelayakan ruang makan yang nyaman dengan fasilitas ac yang baik, fasilitas tempat cuci tangan yang bersih, meja dan kursi makan yang nyaman, serta kelayakan toilet juga merupakan fasilitas yang harus diperhatikan. Dengan adanya kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas yang baik di dalam suatu perusahaan, maka akan tercipta kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, maka konsumen akan membandingkan pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya kepuasan konsumen dengan memperhatikan unsur-unsur seperti kualitas pelayanan, posisi lokasi yang strategis dan mudah dijangkau serta fasilitas apa yang ditawarkan kepada konsumen.

Saat ini minat masyarakat akan adanya budaya makan dan minum di luar rumah semakin meningkat, hal tersebut mengakibatkan banyak pengusaha yang mulai membidik usaha rumah makan atau restoran. Selain itu, ada beberapa pengusaha yang juga memilih membuka usaha makan dan minum dengan sistem sewa tempat. Hal ini dilakukan untuk meminimalisasi biaya sewa lahan, perijinan, dan promosi. Pada Marvelicious Food Court saat ini terdapat beberapa kekurangan seperti kurangnya inisiatif karyawan stand makanan dalam memberikan pelayanan pada konsumen. Parawaiter/s belum menerapkan standard grooming dan service excellent. Penampilan ruangan yang suram dikarenakan kurangnya pencahayaan dan dekorasi yang tidak menarik bagi konsumen, serta lokasi Marvelicious Food Court yang agak susah dicari walaupun ada di dalam mall.

LANDASAN TEORI

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Menurut (Kotler, 2002), definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi

serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

- a) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan konsumen.
- b) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- c) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan dan 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.

Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasional dan stafnya akan ditempatkan (Lupiyoadi, 2006). Definisi lain dari lokasi menurut (Paul, 2014) adalah tempat atau berdirinya perusahaan atau tempat usaha. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Pertama, konsumen mendatangi lokasi fasilitas jasa dan yang kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi konsumen. Selain itu, penyedia jasa dimungkinkan mengkombinasikan keduanya. Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan *focus strategic* (Fitzsimmons, 1994).

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005), pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- a) Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c) Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama, yaitu:
 - 1) Banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan
 - 2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.
 - a) Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
 - b) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
 - c) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

- d) Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.
- e) Peraturan pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu, misalnya bengkel kendaraan bermotor dilarang berlokasi yang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah.

Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan (Tjiptono, 2006). Salah satu pendukung fasilitas dengan bentuk fasilitas fisik organisasi yang digunakan sebagai alat komunikasi pelayanan terhadap konsumen. Elemen dari desain fasilitas pelayanan meliputi elemen fisik seperti layout, kondisi fasilitas, kelengkapan, penggunaan teknologi sebagai sarana dalam pemberian jasa, dan dekorasi yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor keputusan pembelian dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas.

Menurut Tjiptono, unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas meliputi :

- a) Pertimbangan
Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional si pemakai atau orang yang melihatnya.
- b) Perencanaan ruang
Mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perlengkapan dalam ruangan dan desain aliran sirkulasi
- c) Perlengkapan
Befungsi sebagai sarana perlindungan barang-barang berharga, sebagai pajangan dan sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen.
- d) Tata cahaya
Yang perlu diperhatikan yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.
- e) Warna
Warna yang dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

f) Perishability (daya tahan)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau jam tertentu tanpa pasien di tempat praktek dokter gigi akan berlalu atau hilang begitu saja karena tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa itu tidak dapat disimpan dan tidak memiliki daya tahan yang lama, karena sifatnya tergantung dari fluktuasi permintaan.

Menurut (Keller, 2009), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut (Kotler, 2002), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu :

a) Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi konsumennya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (customer oriented).

b) Survei kepuasan konsumen

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan konsumenterhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada parakonsumen. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh konsumen.

c) Ghostshopping

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (ghost shopper) untuk bersikap sebagai konsumen di perusahaan pesaing, dengan tujuan para ghost shopper tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

d) Analisa konsumen yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali konsumennya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya konsumen ke perusahaan pesaing.

Dua variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan. Apabila kinerja yang dirasakan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya maka konsumen akan merasa tidak puas. Tse dan Wilton juga menemukan bahwa ada pengaruh langsung dari kinerja yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh kinerja yang dirasakan tersebut lebih kuat daripada harapan didalam penentuan kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan Dabholkar et. al (2000) dalam (Tjiptono, 2005) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. (Cronin, 1992) dalam (Margaretha, 2003) menemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antara

kualitas layanan dan kepuasan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

H1: Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

(Peter, 2002) berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. (Tjiptono, 2004) mengatakan bahwa mood dan respon konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Dalam penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh beberapa orang mengenai pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

H2: Lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

Fasilitas merupakan penunjang dalam produk jasa dan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen untuk memenuhi berbagai kebutuhan berkenaan dengan penawaran jasa tersebut. Dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung (Tjiptono, 2001).

Konsumen harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi konsumen pesaing. Hal ini menyebabkan penurunan penjualan (income) pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Fasilitas fisik yang berupa fasilitas internal maupun fasilitas eksternal dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen sangat membutuhkan fasilitas penunjang baik fasilitas internal maupun fasilitas eksternal. Sehingga penyedia jasa harus menyediakan sesuai kebutuhan konsumen. Terpenuhinya segala kebutuhan konsumen melalui fasilitas berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan konsumen dan juga menegaskan bahwa fasilitas fisik yang optimal dan memenuhi kebutuhan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

H3: Fasilitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data numerical atau angka yang diperoleh dengan metode statistik serta dilakukan pada penelitian inferensial atau dalam rangka pengujian hipotesis sehingga diperoleh signifikansi hubungan antara variabel yang diteliti.

Merujuk pada jenis penelitian di atas, penelitian ini adalah suatu proses yang dimulai dengan observasi berupa wawancara pendahuluan terhadap fenomena-fenomena keadaan yang ada pada Marvelicious Food Court Surabaya yang dikumpulkan dalam bentuk pengumpulan data awal.

Selanjutnya pengkajian teori dan formulasi kerangka teori, pengajuan hipotesis, analisis dan diakhiri dengan kesimpulan.

Pada penelitian ini, tempat yang ditentukan untuk melakukan penelitian adalah Marvellicious Food Court Surabaya berlokasi di kawasan super block Marvell City Mall lantai 3 jalan Raya Ngagel No. 123, Wonokromo, Ngagel, Wonokromo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60246. Waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini adalah enam bulan yang dimulai dari bulan Februari 2017 hingga Mei 2017.

Populasi menurut Ferdinand (2006), adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen dari Marvellicious Food Court Surabaya.

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006). Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Perwakilan populasi yang dijadikan sampel adalah konsumen Marvellicious Food Court Surabaya yang kebetulan ditemui oleh peneliti pada saat melakukan pembelian di Marvellicious Food Court Surabaya. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling, dimana pengambilan sampel sebanyak 60 orang dan didasarkan pada kenyataan bahwa mereka kebetulan muncul. Misalnya, populasi adalah semua pengunjung Marvellicious Food Court, maka peneliti mengambil sampel dari orang-orang yang kebetulan membeli di Marvellicious Food Court tersebut pada waktu pengamatan.

Terdapat dua jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Berikut dapat diketahui apa saja yang termasuk dalam data primer dan sekunder serta berasal dari mana data-data tersebut.

a) Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2005). Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari hasil kuesioner yang disebar kepada para pengunjung Marvellicious Food Court Surabaya.

b) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Marzuki, 2005). Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu kualitas pelayanan, lokasi, fasilitas dan kepuasan konsumen.

Pada umumnya ada empat teknik pengumpulan data, yaitu kuesioner, wawancara, observasi, dan studi dokumen. Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan empat teknik, antara lain:

a) Kuisisioner

Kuisisioner adalah adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden yang ingin diteliti (Bimo Walgito, 2010). Pertanyaan yang di ajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden. Kuisisioner ini digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Dengan kuisisioner ini responden mudah memberikan jawaban karena alternatif jawaban sudah disediakan dan membutuhkan waktu singkat dalam menjawabnya.

b) Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan tujuan penelitian (Marzuki,2005). Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan, dan merupakan cara memperoleh data yang bersifat langsung.

c) Studi dokumen

Studi dokumen atau studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan melakukan kegiatan kepastakaan melalui buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Instrumen penelitian memegang peran penting dalam penelitian kuantitatif karena kualitas data yang digunakan dalam banyak hal ditentukan oleh kualitas instrumen yang dipergunakan. Artinya, data yang bersangkutan dapat mewakili dan atau mencerminkan keadaan sesuatu yang diukur pada diri subjek penelitian dan si pemilik data. Untuk itu data yang diperoleh harus seakurat mungkin sehingga data-data itu dapat dipertanggung jawabkan. Instrumen tersebut haruslah memiliki kualifikasi tertentu yang memenuhi persyaratan ilmiah. Persyaratan kualifikasi suatu instrument paling tidak meliputi aspek validitas, dan reliabilitas butir pertanyaan.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu tes. Suatu tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur apa yang hendak diukur. Tes memiliki validitas yang tinggi jika hasilnya sesuai dengan kriteria, dalam arti memiliki kesejajaran antara tes dan kriteria. Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan software SPSS.

Reabilitas tes adalah tingkat keajegan (konsistensi) suatu tes, yakni sejauh mana suatu tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang relatif tidak berubah walaupun diteskan pada situasi yang berbeda-beda. Reliabilitas suatu tes adalah taraf sampai dimana suatu tes mampu menunjukkan konsisten hasil pengukurannya yang diperlihatkan dalam taraf ketetapan dan ketelitian hasil. Reliabel tes berhubungan dengan ketetapan hasil tes. Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji Alpha Cronbach. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K - 1} \right) \left(\frac{S_r^2 - \sum S_i^2}{S_x^2} \right)$$

Dimana:

- α = Koefisien reliabilitas Alpha Cronbach
- K = Jumlah reliabilitas Alpha Cronback
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor item
- Sx^2 = Varians skor-skor tes (seluruh item K)

Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliable, maka segera identifikasi dengan prosedur analisis per item. Item analysis adalah kelanjutan dari tes Alpha sebelumnya guna melihat item-item tertentu yang tidak reliabel. Lewat itemanalysis ini, maka satu atau beberapa item yang tidak reliabel dapat dibuang sehingga Alpha dapat lebih tinggi lagi nilainya.

Reliabilitas item diuji dengan melihat koefisien Alpha dengan melakukan Reliability Analysis dengan SPSS ver. 16.0 for Windows. Akan dilihat nilai Alpha-Cronbach untuk reliabilitas keseluruhan item dalam satu variabel. Agar lebih teliti, dengan menggunakan SPSS, juga akan dilihat kolom Corrected Item Total Correlation.

Regresi linear adalah alat statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau beberapa variabel terhadap satu buah variabel. Variabel yang mempengaruhi sering disebut variabel bebas, variabel independen atau variabel penjelas. Variabel yang dipengaruhi sering disebut dengan variabel terikat atau variabel dependen.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

- Y = Kepuasan konsumen
- a = Konstanta
- b1 = Koefisien regresi dari kualitas pelayanan
- b2 = Koefisien regresi dari lokasi
- b3 = Koefisien regresi dari fasilitas
- X1 = Kualitas pelayanan
- X2 = Lokasi
- X3 = Fasilitas
- e = Kesalahan pengganggu / error

Koefisien β Standardized digunakan untuk menentukan pengaruh variabel independent mana yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel dependent.

Uji Model dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (independen) secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel terkait (dependen).

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variable independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006).

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variable-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati 1, maka model regresi dianggap semakin baik, karena nilai (R^2) mendekati satu berarti variable-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Dalam suatu penelitian kuantitatif, hipotesis statistik yang dirumuskan ada dua bentuk, yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh yang signifikan variabel-variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS yang nantinya akan didapatkan hasil yang dinamakan t hitung. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan pengujian sebagai berikut:

- Apabila t hitung $>$ t table dan tingkat signifikansi $<$ α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variable independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Apabila t hitung $<$ t table dan tingkat signifikansi $>$ α (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variable independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kuesioner yang disebar, diperoleh data responden sebagai berikut:

Tabel 1. Data Responden

Jenis		Usia						Pekerjaan				Pendidikan					Kependudukan		
Kelamin		10 s/d	20 s/d	30 s/d	40 s/d	50 s/d	≥ 60	Pegawai	Pegawai	Pelajar /	Wiraswasta	Lain-						Surabaya	Luar
L	P	19	29	39	49	59		Negeri	Swasta	Mahasiswa			SD	SLTP	SLTA	S1	S2	Surabaya	Surabaya
38	76	17	61	24	10	0	2	0	64	33	11	6	0	4	56	48	6	43	71

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil bahwa seluruh butir-butir pernyataan memiliki signifikansi dibawah 0,05, hal ini berarti seluruh pernyataan yang ada dinyatakan valid dan dapat dipergunakan untuk mengukur keadaan yang sebenarnya.

Dari perhitungan indeks reliabilitas instrumen yang diuji, dapat ditafsirkan nilai r yang diperoleh mencapai telah mencapai diatas 0,60, sehingga seluruh skala yang disusun dapat dinyatakan reliabel.

Analisis regresi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier

Model	Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	Standardized Coefficients	Std. Error			
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.640	2.771		.231	.818
pelayanan	.139	.137	.114	1.018	.313
lokasi	.448	.090	.450	4.979	.000
fasilitas	.400	.119	.403	3.367	.001

a. Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan tabel 2 di atas, maka dapat dibuat persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = 0,114 X_1 + 0,450 X_2 + 0,403 X_3$$

Dimana:

- Y = Kepuasan konsumen
- b₁ = Koefisien regresi dari kualitas pelayanan
- b₂ = Koefisien regresi dari lokasi
- b₃ = Koefisien regresi dari fasilitas
- X₁ = Kualitas pelayanan
- X₂ = Lokasi
- X₃ = Fasilitas

Dari persamaan linier berganda tersebut, dapat disimpulkan:

1. Koefisien regresi kualitas pelayanan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien 0,114. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Marvelicious Food Court, maka semakin meningkat kepuasan pengunjungnya.
2. Koefisien regresi lokasi menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai koefisien 0,450. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tepat lokasi Marvelicious Food Court, maka semakin meningkat kepuasan pengunjungnya.

3. Koefisien regresi fasilitas menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki nilai koefisien 0,403. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang diberikan oleh Marvelicious Food Court, maka semakin meningkat kepuasan pengunjungnya.

Uji Anova atau uji F adalah uji statistik yang fungsinya untuk mengetahui apakah variabel independen kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Dari pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Uji Anova (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	350.484	3	116.828	32.308	.000b
Residual	202.499	56	3.616		
Total	552.983	59			
a. Dependent Variable: kepuasan					
b. Predictors: (Constant), fasilitas, lokasi, pelayanan					

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 32,308 dengan nilai signifikan 0,000 atau dibawah 0,05. Hal tersebut berarti masing-masing variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Koefisien determinasi atau adjusted R square digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas terhadap variabel kepuasan konsumen. Dari hasil analisis uji koefisien determinasi, diperoleh nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.634	.614	1.90159
a. Predictors: (Constant), fasilitas, lokasi, pelayanan				

Berdasarkan tabel 4 di atas, dapat dilihat bahwa nilai R² yang diperoleh sebesar 0,614. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas memberikan hampir semua informasi

yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel kepuasan konsumen. Atau dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa 61,4% kepuasan konsumen dapat dihitung dari variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas.

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji parsial (uji t). Uji t ini digunakan untuk melihat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas secara sendiri-sendiri terhadap variabel kepuasan konsumen dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$

1. Pengujian hipotesis variabel kualitas pelayanan

Hipotesis pertama ini menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,114 dan nilai signifikansi sebesar 0,313. Dari nilai signifikansi sebesar 0,313 yang berarti lebih besar dari 0,05, maka hal ini mengindikasikan hipotesis pertama ditolak. Artinya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Marvelicious Food Court.

2. Pengujian Hipotesis variabel lokasi

Hipotesis kedua menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen. Diperoleh koefisien beta positif sebesar 0,450 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan hipotesis kedua ini diterima. Artinya lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Marvelicious Food Court.

3. Pengujian hipotesis variabel fasilitas

Hipotesis ketiga menguji pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Diperoleh koefisien beta positif sebesar 0,403 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan hipotesis ketiga diterima. Artinya fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Marvelicious Food Court.

Uji ini digunakan untuk menentukan diantara variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas, mana yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji reliabilitas terlihat bahwa nilai β Standardized terbesar terdapat pada variabel lokasi, yaitu sebesar 0,450. hal ini berarti lokasi merupakan variabel paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Marvelicious Food Court.

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Marvelicious Food Court, hal ini berarti dengan semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin meningkat kepuasannya. Akan tetapi dari uji hipotesis juga diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini berarti kualitas pelayanan tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kondisi ini dapat terjadi karena karyawan Marvelicious Food Court dianggap oleh responden kurang sigap dan kurang berinisiatif dalam membantu responden saat berada di Marvelicious Food Court. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa 28,3% responden menyatakan tidak setuju saat pernyataan “ketika anda memerlukan sesuatu, karyawan Marvelicious Food Court dengan sigap dan berinisiatif membantu anda” dilontarkan, bahkan ada responden sejumlah

5% menjawab sangat tidak setuju untuk pernyataan yang sama. Selain karyawan yang dianggap kurang sigap dan kurang berinisiatif dalam membantu responden, karyawan juga dirasa kurang cekatan dalam menangani pesanan konsumen. Hal ini terlihat juga dalam hasil penelitian bahwa 15% responden menjawab tidak setuju saat pernyataan “karyawan Marvelicious Food Court cekatan dalam menangani pesanan anda” diutarakan.

Kualitas pelayanan yang diukur dalam penelitian ini meliputi penampilan, kebersihan, kerapian, kesopanan, ketepatan, kesiapan, kehandalan serta inisiatif dari karyawan Marvelicious Food Court. Dari semua indikator yang diukur tersebut ketepatan karyawan dalam melayani sesuai order yang diminta menjadi point tertinggi yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa lokasi Marvelicious Food Court berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumennya. Dengan semakin strategis lokasi Marvelicious Food Court, maka kepuasan konsumennya akan semakin meningkat. Lokasi Marvelicious Food Court yang mudah dijangkau dengan transportasi umum menjadi alasan terbesar hingga variabel lokasi menjadi variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dimana 41,7% responden menjawab sangat setuju untuk pernyataan “lokasi Marvelicious Food Court mudah dijangkau dengan transportasi umum”. Lokasi Marvelicious Food Court sendiri berada di lantai 3 Marvel City yang berada dekat dengan pusat kota Surabaya, lokasinya berada di sisi timur Kalimas yang membela kota Surabaya. Lokasi Marvel City dekat dengan terminal Joyoboyo, dan stasiun Wonokromo. Apabila hendak ke Marvelicious Food Court dengan menggunakan transportasi umum, berikut terdapat beberapa alternatif pilihannya:

- Pengunjung dari bandara Juanda dapat menggunakan bus Damri dari Juanda ke terminal Bungurasih, kemudian lanjut dari terminal Bungurasih ke terminal Joyoboyo dengan naik angkot lyn E1. Dari terminal Joyoboyo, kemudian naik angkot lyn P rute Joyoboyo-Kenjeran dan berhenti di depan Marvel City
- Pengunjung dari stasiun Gubeng menggunakan angkot T2 rute Kenjeran-Joyoboyo turun di Marvel City
- Pengunjung dari stasiun Pasar Turi dapat naik angkot lyn D Sidorame-Joyoboyo turun di pertigaan Darmo-Marmoyo (seberang KBS), lalu ganti naik angkot lyn T2

Hasil penelitian ini mendukung teori Tjiptono (2004) yang mengatakan bahwa mood dan respon konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa.

Dari uji yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas menjadi pengaruh terbesar kedua bagi kepuasan konsumen Marvelicious Food Court. Dalam penelitian ini, fasilitas alat makan yang layak dan tempat cuci tangan yang bersih menjadi pilihan terbesar responden untuk mendapatkan kepuasan. Selain itu juga ditunjang dengan ruang yang nyaman, juga membuat konsumen menjadi puas dengan fasilitas yang diberikan oleh Marvelicious Food Court.

Berdasarkan uji model yang telah dilakukan, diketahui bahwa pengaruh ketiga variabel ini secara bersama-sama adalah sebesar 32,308% terhadap kepuasan konsumen. Namun dari uji

hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen terbesar dipengaruhi oleh lokasi dari Marvelicious Food Court. Untuk itu, variabel kualitas pelayanan dapat digantikan dengan variabel lain yang diduga lebih memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen, seperti variabel harga.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Marvelicious Food Court, tetapi pengaruh tersebut tidak signifikan.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Marvelicious Food Court. Lokasi juga menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Marvelicious Food Court.
3. Fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Marvelicious Food Court.
4. Kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen, hal ini sesuai dari hasil uji F dimana nilai F hitung sebesar 32,308 dengan nilai signifikan 0,000 atau dibawah 0,05.

DAFTAR RUJUKAN

- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Khotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran jilid I, alih bahasa oleh Hendra Teguh, Ronny A.Rusli, dan Benyamin Molan, edisi Millennium. Prenhallindo. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa. Cetakan II. Indeks. Jakarta.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 2. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. Manajemen Jasa. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran. Andi. Yogyakarta.
- <http://dewiyuliadewi.blogspot.co.id/2014/11/metode-penelitian-kuantitatif-validitas.html>
- <http://www.konsultanstatistik.com/2009/03/uji-asumsi-klasik.html>
- <http://indraputrabintan.blogspot.co.id/2012/10/proses-manajemen-pemasaran.html#.WFiAbnkncc>
- <http://etalasepustaka.blogspot.co.id/2016/08/pengertian-indikator-kepuasan-pelanggan-menurut-para-ahli.html>



Email: akparamajapahit@gmail.com - Website: www.majapahit.org