

Upaya- Upaya dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Objek Wisata Kampung Tulip

Yosef Abdul Ghani, Ayi Astuti, Putri Riva Somantri, Salman Topiq

Universitas BSI, yosef.ylb@bsi.ac.id

Abstrak

Persaingan ketat di bidang industri pariwisata semakin ketat. Perubahan-perubahan di era disruptif ini mau tidak mau akan memaksa organisasi untuk terus menemukan inovasi-inovasi baru untuk tetap bersaing dengan organisasi lain. Salah satu organisasi di bidang jasa pariwisata adalah kampung tulip. Kampung tulip terletak di daerah ciwasta, Kota Bandung. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan masukan-masukan/rekomendasi bagi pengelola objek wisata setelah peneliti melakukan kegiatan pengabdian masyarakat di kawasan tersebut sebagai bagian dari kewajiban perguruan tinggi untuk melakukan Tri Dharma Pendidikan. Metode penelitian disini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang telah dilakukan merekomendasikan penerapan ISO 9001:2015 secara bertahap sesuai dengan kemampuan organisasi, dan dimensi kualitas jasa *servoqual* bagi pegawai di objek wisata kampung tulip. Dan diharapkan dengan diterapkannya ke dua rekomendasi tersebut akan mampu memberikan pengalaman lebih pada pengunjung dan pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan dan *word of mouth*.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, ISO 9001, Kampung Tulip

Abstract

Tight competition in the tourism industry is getting tougher. Changes in this disruptive era inevitably want organizations to continue to find new innovations to stay competitive with other organizations. One of the organizations in the field of tourism services is kampung tulip. Kampung tulip located in ciwasta area, Bandung city. This study aims to provide inputs / recommendations for managers of tourism objects after conducting community service activities in the region as part of the task of universities to do Tri Dharma Education. The research method used descriptive qualitative method. The results of the research that has been done ISO 9001: 2015 gradually in accordance with the ability of the organization, and the quality dimensions servoqual services for employees in the tulip village tourist attraction. And it is hoped that by applying them to these two recommendations will be able to provide more experience on halan and will ultimately increase satisfaction and word of mouth.

Keywords: Quality of Service, ISO 9001, Kampung Tulip

Pendahuluan

Bermunculannya perusahaan – perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya di biodang pariwisata menimbulkan persaingan yang ketat di bidang tersebut. Semakin ketatnya persaingan, tentu saja akan menyebabkan konsumen memiliki banyak *alternative* pilihan dalam memilih produk atau jasa yang akan mereka

gunakan. Saat ini semua orang hidup di zaman dengan ciri yang disebut sebagai era industry, era informasi dan juga globalisasi (Hardjosoedarmo, 2004). Dapat dikatakan di era ini semua perubahan terasa begitu cepat, dimana apabila kita tertinggal dalam menciptakan sesuatu yang khusus (memiliki nilai) bagi organisasi kita, tentu saja organisasi kita akan tertinggal oleh organisasi lain. Maka dari itu suatu organisasi perlu menerapkan suatu metode di era perubahan ini untuk tetap besaing dengan organisasi lain.

Salah satu pendekatan yang banyak digunakan saat ini adalah penerapan *Total Quality Management* atau manajemen mutu terpadu. Manajemen mutu terpadu adalah suatu pendekatan yang harusnya dilaksanakan oleh organisasi di masa kini untuk memperbaiki kualitas “*output*”-nya, menekan biaya produksi dan meningkatkan produktivitasnya (Mokoginta, 2007; Yusof, Mohd Sha’ri; Aspinwall, 2000). Salah satu langkah dalam memperbaiki kualitas *output* suatu organisasi di dalam bidang jasa adalah perbaikan di dalam pemberian pelayanan kepada tamu (hotel, restaurant) dan atau wisatawan (Objek wisata).

Kualitas pelayanan di dalam sektor jasa memiliki 5 Instrumen penilaian seperti *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Wibowo, 2015). *Tangibles* meliputi semua hal yang terlihat oleh pengunjung, *reliability* meliputi kemampuan menghantarkan suatu layanan kepada pengunjung, *responsiveness* meliputi daya tanggap/ketanggapan seorang pegawai terhadap pengunjung, *assurance* yang merujuk kepada pengetahuan, dan kesopanan, *Empathy* memiliki rasa simpati terhadap pengunjung.

Sifat konsumen di bidang jasa lebih banyak menceritakan pengalamannya ketimbang mengungkapkan manfaat produk yang mereka terima (Lupiyoadi, 2014). Itu berarti pengalaman yang didapat dari membeli produk jasa lebih berperan penting terhadap pemasaran atau penjualan suatu jasa dibandingkan manfaat dari produk yang didapatkan. Maka dari itu objek wisata harus berhati-hati dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung karena pengunjung pun bisa menjadi alat pemasaran untuk objek wisata kampung tulip melalui *word of mouth* apabila pengunjung objek wisata kampung tulip mampu untuk memberikan pengalaman kepada pengunjung. Sedangkan pengalaman tersebut akan muncul ketika pengunjung mendapatkan pelayanan diluar ekspektasi mereka (Rohmat Dwi Jatmiko & Sri Nastiti Andharini, 2012; Wibowo, 2015)

Dari latar belakang tersebut maka dapat terlihat bahwa kualitas pelayanan sangat berperan penting bagi kampung tulip untuk terus meningkatkan jumlah pengunjung di objek wisata kampung tulip.

1. Tujuan Penelitian

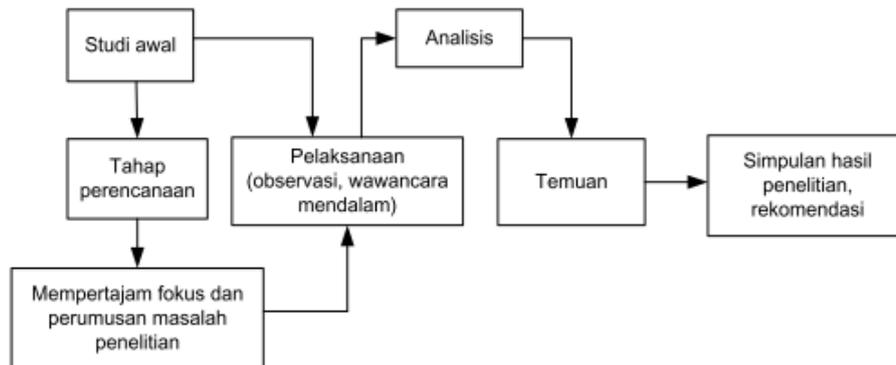
Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk memberikan masukan bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan di objek wisata Kampung Tulip.

2. Manfaat Penelitian

Memberikan manfaat seperti masukan-masukan yang dapat dipertimbangkan kepada pihak manajemen/ pengelola objek wisata kampung tulip untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap pengunjung.

Metode

Metode yang digunakan didalam penelitian ini adalah metode Kualitatif Deskriptif, dimana data yang diperoleh adalah berasal dari temuan- temuan di lokasi pengabdian kepada masyarakat melalui pandangan/pengalaman langsung sebelum dan saat observasi berlangsung di lokasi penelitian selain itu dilakukan *study* kepustakaan guna mencari kesamaan kasus untuk dapat merekomendasikan hasil kepada pihak pengelola objek wisata Kampung Tulip Bandung. Alur penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Alir Proses Penelitian (Wibowo, 2015)

Hasil dan Pembahasan

1. Kampung Tulip

Kampung tulip merupakan suatu lokasi/ objek wisata di daerah Kota Bandung yang memiliki luas lahan sebesar 800 meter Persegi. Objek wisata ini didirikan atas ide pengelola a/n ziko untuk membangun sebuah objek wisata yang berkonsep belanda atas dasar kemiripan topografi dan juga *history* antara kota Bandung dengan belanda. Selain atas dasar itu pengalaman dari anggota keluarga yang pernah menuntut ilmu pun menjadi dasar atas didirikannya objek wisata ini.

Kampung tulip memiliki daya tarik wisata dengan ciri khas belanda, jadi pengunjung dapat merasakan dan memiliki gambaran bagaimana rasanya berada di belanda. Disini terdapat beberapa fasilitas seperti tempat penyewaan baju belanda (Noni-Noni Belanda)/ pakaian tradisional belanda, Ikon kincir angin yang khas di belanda, dan asesori bunga tulip. Dengan adanya hal tersebut semakin membuat objek wisata Kampung Tulip semakin terasa suasanaanya seperti di Belanda. Selain itu terdapat kolam terapi ikan serta perahu 'sampan' yang bisa kita kayuh sendiri, selain itu *landscaping* dan desain lokasi yang memiliki luas lahan sebesar 800 meter persegi ini memiliki perpaduan-perpaduan warna yang cerah sehingga enak dipandang mata, serta pepohonan-pepohonan yang berada disana dapat memberikan kesan sejuk hal tersebut tentu akan semakin memberikan pengalaman lebih bagi pengunjung objek wisata Kampung Tulip, Kota Bandung.

2. Upaya-Upaya dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Dari sisi manajemen, kualitas akan sangat bergantung pada pendekatan *system* manajemen kualitas yang mampu menjamin kebutuhan pengunjung oleh penyedia jasa. alternatifnya adalah dengan menerapkan peningkatan kualitas dengan berdasarkan standar yang dikeluarkan oleh *International Organizations for*

Standardizations yaitu Sistem Manajemen Kualitas ISO 9001:2015 yang dalam penerapannya adalah memfokuskan diri kepada

- 1) Fokus kepada kepuasan pengunjung (*customer focus*)
Memenuhi harapan pengunjung dan terus berusaha agar dapat melebihi harapan dari pengunjung
- 2) Prinsip Kepemimpinan (*leadership*)
Pemimpin dapat menentukan sasaran dan juga arahan kepada pegawai untuk mencapai sasaran tersebut.
- 3) Pelibatan orang (*Engagement of People*)
Organisasi memastikan semua orang di organisasi kompeten
- 4) Pendekatan Proses (*process Approach*)
Hasil dapat diprediksi sebelumnya dan dicapai dengan efektif dan saling terkait
- 5) Perbaikan (*Improvement*)
Organisasi yang baik akan terus-menerus melakukan perbaikan-perbaikan pada organisasi
- 6) Membuat keputusan berdasarkan data dan fakta (*Evidence based Decision making*)
- 7) *Relationship management*
Mengelola hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang berkepentingan semisal pemerintah, masyarakat, dll

Dari sisi pegawai: Penerapan lima dimensi kualitas jasa untuk diterapkan kepada pegawai seperti :

- 1) *responsiveness* meliputi daya tanggap/ketanggapan seorang pegawai terhadap pengunjung, *assurance* yang merujuk kepada pengetahuan, dan kesopanan, *Empathy* memiliki rasa simpati terhadap pengunjung.
- 2) *Tangible* seperti seorang pegawai dituntut agar memiliki penampilan yang baik agar pengunjung dapat tertarik dan mampu memberikan kesan yang baik kepada pengunjung, penampilan yang baik seperti seragam pegawai, tampilan warna seragam mampu memberikan nilai lebih kepada pengunjung (Klare & Klare, 1992). Kecakapan pegawai dalam memberikan pelayanan seperti menyapa pengunjung, etika dalam pemberian hidangan makanan akan berpengaruh terhadap pengalaman pengunjung.
- 3) *Assurance, empathy*. Selain itu pengalaman yang didapat misalkan dari pelayan/ penjaga *outlet* di kampung tulip apabila dengan pelayanannya yang begitu *responsive*, pegawai mampu memberikan informasi dengan mudah, mempunyai rasa *empathy* terhadap pengunjung serta selalu tersenyum apabila berhadapan dengan pengunjung tentu akan memberikan pengalaman kepada tamu (Earlike, Fitria; Atalina, 2016) sehingga tamu dimungkinkan untuk membicarakan hal tersebut kepada orang yang mereka kenal.
- 4) *Reliability* meliputi kemampuan menghantarkan suatu layanan kepada pengunjung. Pegawai mengerjakan misi pelayanan yang sudah dijanjikan oleh manajemen kepada pengunjung.
Dengan berjalannya ke-2 upaya ini diharapkan mampu untuk meningkatkan kualitas pelayanan di objek wisata Kampung Tulip dari sisi manajemen ataupun pribadi pegawainya.

Simpulan dan Rekomendasi

Proses pengelolaan menjadi suatu yang penting didalam suatu bisnis termasuk di bidang jasa khususnya bidang pariwisata, sebagai oboek wisata yang bisa dikatakan belum beroperasi lama tentu perlu waktu untuk terus berkembang, dengan mencoba berbagai system pengelolaan objek wisata yang dirasa cocok dengan karakter/sifat/situasi terkini mengenai pergeseran-pergeseran minat berwisata pengunjung. Para karyawan dapat terus meningkatkan kualitasnya dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap pengunjung, agar pengunjung puas dengan kinerja jajaran manajemen dan pegawai lapangan di objek wisata Kampung Tulip, Kota Bandung.

Rekomendasi dari penelitian ini adalah pengelolaan manajemen dapat dilakukan bertahap mengikuti prosedur yang diberikan oleh *International Organizations for Standardizations* ISO 9001 agar semua aspek dapat berjalan dengan baik dan pada akhirnya akan memberikan kepuasan karena *system* tersebut sangat berorientasi terhadap kepuasan pengunjung.

Daftar Pustaka

- Earlike, Fitria; Atalina, T. M. M. (2016). Pentingnya Peranan Skill Dan Menu Knowledge, *18*(1), 1-11.
- Klare, K. E., & Klare, K. E. (1992). Power / dressing : regulation of employee appearance *Power / Dressing : Regulation of Employee Appearance **, *26*, 1395-1508.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa*. CV. Andi Offset. Yogyakarta., 353. <https://doi.org/10.1177/0300985809357753>
- Mokoginta, H. E. L. (2007). IMPLEMENTASI MANAJEMEN MUTU TERPADU DALAM PENINGKATAN KUALITAS PENDIDIKAN TINGGI. *Paper Seminar Sistem Informasi Manajemen*, 1307-1312.
- Rohmat Dwi Jatmiko, & Sri Nastiti Andharini. (2012). ANALISIS EXPERIENTIAL MARKETING DAN LOYALITAS PELANGGAN JASA WISATA (Studi pada Taman Rekreasi Sengkaling Malang). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *14*, 128-137. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.2.128-137>
- Wibowo, A. J. . (2015). Persepsi Kualitas Layanan Museum di Indonesia: Sebuah Studi Observasi. *Jurnal Manajemen Prasetiya Mulya School of Business and Economics*, *15*(1), 13-40.
- Yusof, Mohd Sha'ri; Aspinwall, E. (2000). *Total Quality management Implementation frameworks: Comparison and Review*. Taylor & Francis Ltd.