

PENGUKURAN KEPUASAN PENGUNJUNG DAN PEMETAAN LOKASI WISATA PANTAI DI KOTA BATAM

Anggia Arista^{1*}, Yan Mahesa Damanik²

^{1,2}Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Putera Batam
Jl. R. Soeprpto, Batu Aji, Kota Batam
*email: anggiaarista4@gmail.com

Abstract

Batam is known as an industrial city, in addition to an industrial city, Batam is also known as a city with beach tourism, some beaches that are often visited by tourists are beaches located in the Bareleng area. Coastal tourism needs to be mapped to find out the coastal area. The purpose of this study is to make a mapping of coastal tourist areas that are often visited by tourists using a Geographic Information System based on data on the level of tourist satisfaction with the beach using the servsqual method. based on the results of the study, there are three beaches that are frequently visited by tourists, namely Mirota beach, Melayu beach and Vio-vio beach where based on the level of visitor satisfaction for Mirota beach from the five dimensions using the servsqual method are in the satisfied category, for Malay beach there is one dimension in the dissatisfied category is tangible (-1.005), while for Vio-vio beach there are 2 dimensions in the dissatisfied category, namely tangible (-1.014) and empathic (-1.077). for mapping using a geographic information system where on the map of tourist attractions the coast for the Malay coast is indicated by a red triangle, Mirota beach is indicated by a pink triangle and for Vio-vio beach is indicated by a black triangle. With the mapping of coastal tourism is expected to provide information for tourists in knowing the distribution of coastal areas that are often visited.

Keywords: *vio-vio beach, melayu beach, mirota beach, servsqual, SIG.*

1. Pendahuluan

Kota Batam merupakan salah satu kota yang menjadi tujuan wisata, dimana salah satu tujuan kunjungannya adalah objek wisata pantai. Untuk menjaga dan mempertahankan jumlah kunjungan wisatawan diperlukan usaha untuk menjaga kualitas layanan sehingga kepuasan wisatawan dapat dijaga dan ditingkatkan. Pengukuran tingkat kualitas layanan objek wisata pantai dapat diukur menggunakan pendekatan service quality dan hasil pengukuran tingkat kualitas kemudian digambarkan melalui system informasi geografis untuk membuat pemetaannya (Wibowo et al., 2015). Tujuan penelitian ini adalah membuat pemetaan dari wisata pantai yang yang intens dikunjungi oleh wisatawan kemudian dilakukan pengukuran dan penyimpulan kualitas jasa industri serta membuat peta wilayah tujuan wisata Kota Batam melalui hasil pengolahan data.

2. Landasan Teori

2.1 Industri Pariwisata

Industri pariwisata memiliki ciri yang membedakan, salah satunya adalah produksi dan konsumsi berlangsung dalam waktu yang bersamaan (Frolova et al., 2020). Tanpa wisatawan pengguna jasa pariwisata, maka tidak ada kegiatan produksi dan pemakai pariwisata.

2.2 Industri Pariwisata Kota Batam

Industri pariwisata di Batam salah satunya wisata pantai memiliki jumlah pengunjung didominasi wisatawan asal Singapura dan Malaysia. Selain itu, pengunjung asal benua Eropa, seperti Inggris, Prancis dan Amerika Serikat. Tahun 2016, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Batam mengalami penurunan sebanyak 7,07%. BPS Kota Batam (BPS Kota Batam, 2020).

2.3 Pariwisata Pantai Melayu, Vio-Vio dan Mirota

Wisata Pantai Melayu merupakan sebuah pantai yang berlokasi di Desa Rempang Cafe, Kecamatan Galang, Kota Batam. Pantai Melayu memiliki keindahan seperti pasir putih. Ada kabin dan gazebo. Pengelola area pantai Melayu juga menawarkan berbagai fasilitas seperti olahraga air (Banana Boat). Game ini menggunakan peralatan standar internasional. Pantai Vio-vio merupakan pantai yang terletak di Pulau Galang, yang memiliki pemandangan pasir putih yang bersih. Pantai ini sudah memiliki sejumlah fasilitas pendukung seperti: penyewaan kios dan wahana banana boat yang akan menguji adrenalin pengunjung serta tempat berswafoto yang indah.

Pantai Mirota terletak di Desa Sijantung, Desa Galang Barelang, Pantai Mirota dilengkapi dengan penginapan untuk beristirahat dan memiliki gazebo.

2.4 Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan adalah sifat jasa atau produk untuk mencukupi kebutuhan yang telah ditentukan sebelumnya. Aspek kualitas yaitu (Wijaya, 2018):

1. Performance, dimana produk yang konsisten dan baik.
2. Keindahan / estetika. Estetika secara langsung terkait dengan penampilan produk.
3. Perbaikan / kemudahan perawatan produk.
4. Keunikan / karakteristik, khususnya karakteristik suatu produk
5. Keandalan. adalah probabilitas bahwa suatu layanan akan melakukan fungsi selama periode waktu tertentu.
6. Daya tahan dari fungsi produk.
7. Kualitas kesesuaian/ sebuah produk sesuai standar yang telah ditetapkan.
8. Kecocokan produk sesuai dengan yang diberitahukan.

2.5 Service Quality (SERVQUAL)

Kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa ditentukan oleh perbandingan sebelum menggunakan jasa dengan setelah penggunaan jasa. 5 aspek kualitas pelayanan dalam penerapan konsep jarak yang disebut kualitas pelayanan, yaitu (Wijaya, 2018):

1. Reliability. pemenuhan pelayanan bersifat akurat, dan dapat memuaskan.
2. Responsiveness adanya perhatian terhadap pelanggan.

3. Asuransi memberikan rasa aman terhadap bahaya, risiko.
4. Perhatian (penekanan). kemampuan untuk memberikan perhatian penuh, berkomunikasi dengan baik dan memahami kebutuhan setiap klien.
5. Wujud . bentuk realitas fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, dan sarana.

Penggunaan SERVQUAL untuk menghitung gap antara persepsi dengan ekspektasi (bayangan) atau harapan pelanggan (Wijaya, 2018:62). Berikut adalah persamaannya:

$$Q = P - E \quad (1)$$

Keterangan:

P = Perceived Service

E = Expected Service

2.6 Sistem Informasi Geografis

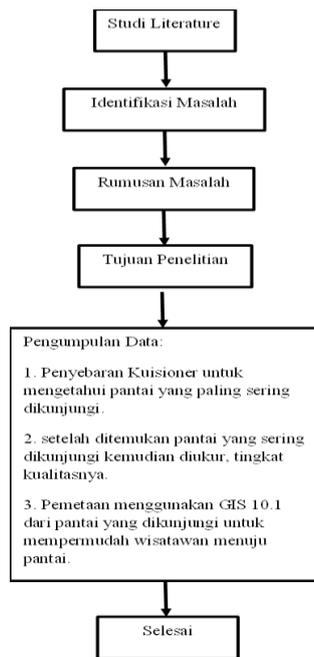
SIG merupakan suatu sistem yang menekankan pada penggambaran dan pemetaan dari suatu wilayah kemudian dibuat peta geografis untuk menggambarkan situasi dan kondisi wilayah tersebut. pemetaan pada tempat-tempat yang terletak di permukaan bumi, dimana dengan mengetahui posisi suatu objek dan informasi mengenai atribut yang terdapat di permukaan bumi yang posisinya diketahui (Wibowo et al., 2015).

Sistem Informasi Geografis sebuah program komputerisasi untuk menggambarkan bentuk peta lokasi objek wisata yang menjadi tujuan penelitian. Objek wisata yang akan dibuat peta ditentukan dari penyebaran kuesioner yang dibagikan oleh peneliti kepada pengunjung pantai, mana pantai yang paling sering dikunjungi wisatawan. Setelah pengumpulan data maka diambil tiga pantai terbanyak yang paling sering dikunjungi, kemudian ketiga pantai itulah dibuatkan peta sehingga pengunjung dapat mengetahui gambaran secara geografis lokasi pantai tersebut.

3. Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Metode survey digunakan dalam penelitian ini. data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner mengenai pariwisata pantai yang berada di sepanjang daerah Barelang. Adapun diagram alir adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Desain Penelitian

3.2 Populasi dan Sampel

Penelitian ini memiliki populasi yaitu pengunjung objek wisata pantai yang berada di kota Batam, untuk mengetahui pantai yang sering dikunjungi maka disebarlah kuesioner awal untuk penentuan pantai tersebut, dan hasil kuesioner yang dibagikan didapatkanlah bahwa pariwisata pantai yang ada dipulau rempang dan pulau Galang yang paling banyak di kunjungi. Kemudian peneliti menentukan tingkat kepuasan pengunjung terhadap pantai tersebut kemudian ditentukan pemetan daerah pantai tersebut. Sampel yang digunakan adalah wisatawan yang berkunjung pada wilayah pantai yang paling sering dikunjungi berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dengan jumlah 130 wisatawan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dimana kuesioner awal, peneliti membagikan pertanyaan kepada responden untuk menentukan pantai yang sering dikunjungi, kemudian pantai tersebut ditentukan tingkat pelayanannya menggunakan metode SERVQUAL yaitu berdasarkan 5 dimensi (Shafiq et al., 2019). Setelahnya dibuatkan pemetaan atau peta dari pantai yang sering dikunjungi tersebut.

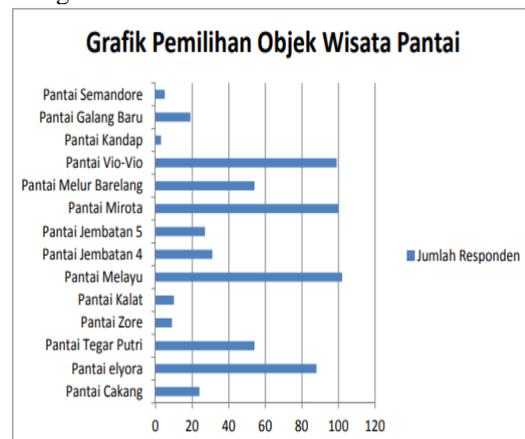
3.4 Metode Analisis Data

Variabel yang diteliti, dilakukan uji kevalidan setiap atribut pernyataan dan reliabilitas. Analisis data yang akan sebagai berikut:

1. Survei daerah pantai yang paling sering dikunjungi oleh pengunjung sehingga diketahui titik ukur dalam penentuan kualitas pantai.
2. Menghitung gap antara persepsi dan ekspektasi atau pengunjung terhadap kualitas objek wisata.
3. Pembuatan pemetaan dengan sistem informasi geografis.

4. Hasil dan Pembahasan

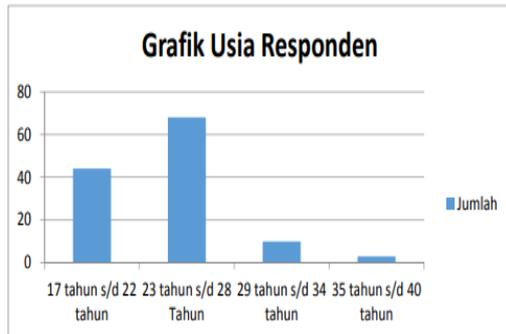
Penelitian dilaksanakan pada daerah pariwisata pantai pada Pulau Rempang dan Pulau Galang di Kota Batam. Adapun jumlah wisata pantai yang ada pada kedua pulau tersebut sebanyak 14 objek wisata pantai. Untuk menentukan lokasi pengamatan pada penelitian ini dilakukan penyebaran kuisisioner, yang fungsinya untuk memperkecil jumlah objek penelitian. Penyebaran kuisisioner dilakukan secara random, dimana responden yang mengisi kuisisioner merupakan orang yang pernah mengunjungi objek wisata tersebut minimal 10 objek wisata yang ada pada kedua pulau tersebut. Responden diminta mengisi 5 objek wisata pantai dari 14 objek wisata pantai. Adapun hasil penyebaran kuisisioner tersebut sebagai berikut:



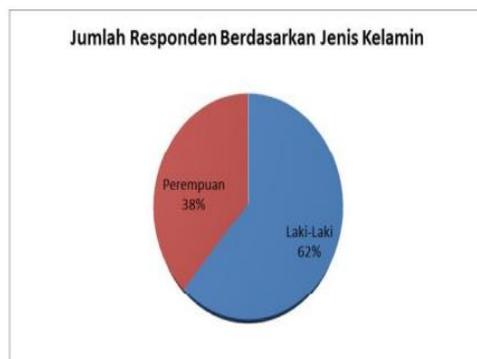
Gambar 2. Grafik Pemilihan Objek Wisata Pantai

Berdasarkan gambar 2 didapatkan tiga objek wisata yang paling sering dikunjungi adalah pantai Melayu, Mirota dan Vio-vio. Hal ini berdasarkan jawaban dari responden dari pernyataan yang di berikan manakah pantai yang berada di kota Batam yang paling intens dikunjungi oleh responden tersebut.

Responden pada penelitian yang dilakukan peneliti yaitu pengunjung yang telah mengunjungi pantai yang terdapat dipulau rempang dan pulau galang di kota Batam.



Gambar 3. Grafik Usia Responden



Gambar 4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

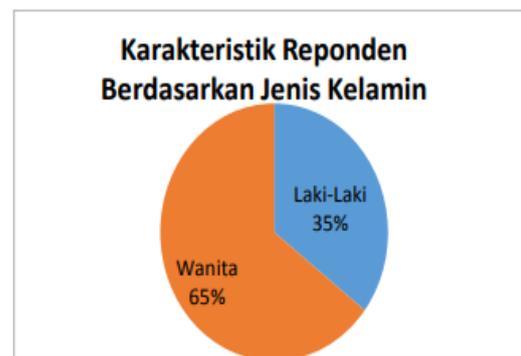
Jumlah responden yang mengisi kuesioner adalah 38 % perempuan dan 62% laki-laki. Hasil Penyebaran Kuisisioner pemilihan lokasi penelitian untuk penyebaran data didapatkan tiga lokasi objek wisata pantai yaitu pantai Melayu, pantai Vio-Vio dan pantai Mirota.

4.1.1 Penentuan kualitas pelayanan menggunakan Analisis Service Quality

Penentuan kualitas pelayanan jasa dilakukan dengan mendengar ekspektasi dan persepsi konsumen dimana pada penelitian ini konsumennya adalah pengunjung yang telah pernah mendatangi ketiga objek wisata pantai (Pantai Melayu, Pantai Vio-Vio dan Pantai Mirota).

Penentuan kualitas pelayanan yang dilakukan penyebaran kuisisioner dengan mengutamakan 5 dimensi yaitu : dimensi *tangibel*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Setiap Dimensi penentuan pelayanan diajukan beberapa pertanyaan yang nantinya jawaban dari responden akan diberi skor.

Jumlah responden pada penyebaran kuisisioner untuk penelitian ini menggunakan rumus lameshow. Sampel digunakan 130 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara random sampling dimana pada saat mengumpulkan data pada ketiga lokasi tersebut pengunjung yang ditemui akan diminta dan ditanya kesediaannya untuk mengisi kuisisioner, namun dengan kriteria pengunjung tersebut telah mengunjungi ketiga pantai yang menjadi objek penelitian. Berikut ini adalah karakteristik berdasarkan jenis kelamin sebanyak 130 responden adalah sebagai berikut:



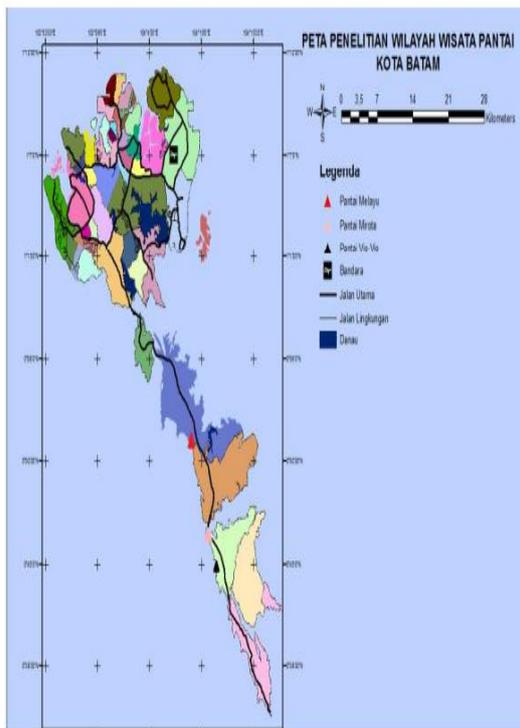
Gambar 5. Karakteristik Responden

Penentuan kualitas ketiga pantai tersebut berdasarkan hasil kuesioner awal bahwa ketiga pantai tersebut sering dikunjungi oleh pengunjung, untuk meningkatkan pelayan pantai maka perlu dilakukan analisa tingkat kepuasan pengunjung terhadap layanan di pantai sehingga kualitas pelayanan di pantai dapat ditingkatkan dan menjadikan pantai tersebut semakin ramai dikunjungi sehingga menambah pendapatan daerah umumnya dan pendapatan warga lokal yang mengurus pantai khususnya.

Tabel 1. Tingkat Kepuasan Konsumen pantai Vio-Vio

Dimensi	Rata-rata Presepsi	Rata-rata Harapan	Gab	Tingkat Kepuasan
X1 (Tangibel)	3,192	4,206	-1,014	Tidak puas
X2 (reliability)	3,304	4,213	-0,910	Puas
X3 (responsiveness)	3,295	4,264	-0,969	Puas
X4 (assurance)	3,296	4,263	-0,967	Puas
X5 (emphaty)	3,228	4,305	-1,077	Tidak puas

Berdasarkan tabel 1 tingkat kepuasan konsumen terhadap pantai vio-vio terdapat dua dimensi yaitu tangibel dan empati berada pada kategori tidak puas, hal ini berhubungan dengan sarana dan prasarana menuju objek wisata yang kurang memadai dan Sifat simpatik terhadap kesulitan wisatawan.



Peta Penelitian Wilayah Wisata Pantai Kota Batam

Gambar 7. Peta Penelitian Wilayah Wisata Pantai Kota Batam

Berdasarkan Gambar 7 wilayah wisata pantai yang sering dikunjungi wisatawan adalah wisata pantai melayu, pantai mirota dan pantai vio-vio. Dimana pantai melayu ditunjukkan dengan segitiga merah, pantai mirota ditunjukkan dengan segitiga merah muda dan pantai vio-vio ditunjukkan dengan segitiga hitam.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan objek wisata pantai dikota batam yang sering dikunjungi adalah daerah di sepanjang pantai barelang dimana terdapat tiga pantai utama yang paling sering dikunjungi yaitu pantai melayu, pantai mirota dan pantai vio, vio dimana untuk pantai melayu terdapat satu dimensi dalam kategori tidak puas yaitu tangibel, untuk pantai mirota untuk kelima dimensi dalam kategori puas dan untuk pantai vio-vio terdapat satu kategori dimensi yang tidak puas yaitu dimensi tangibel. Ketiga pantai tersebut dibuat peta geografisnya menggunakan sistem informasi geografis untuk mempermudah wisatawan dalam menentukan lokasi pantai.

DAFTAR REFERENSI

- BPS Kota batam. (2020). Kecamatan Batam Kota Dalam Angka 2020. In *BPS Kota Batam*.
- Frolova, E. V., Rogach, O. V., & Ryabova, T. M. (2020). Towards development of tourism industry: Insights into tourist nutrition via food and impressions. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 840–857. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(51\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(51))
- Shafiq, A., Mostafiz, M. I., & Taniguchi, M. (2019). Using SERVQUAL to determine Generation Y's satisfaction towards hoteling industry in Malaysia. *Journal of Tourism Futures*, 5(1), 62–74. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2018-0004>
- Wibowo, K. M., Kanedi, I., & Jumadi, J. (2015). Sistem Informasi Geografis (SIG) Menentukan Lokasi Pertambangan Batu Bara di Provinsi Bengkulu Berbasis Website. *Media Infotama*, 11(1), 51–60.
- Wijaya, T. (2018). Manajemen Kualitas Jasa Edisi ke 2. *Indeks*, 14.