

KUALITAS PELAYANAN PRAMUWISATA BERBAHASA PERANCIS DI BALI

RATRI PARAMITA

mita_ratri@yahoo.com

TEGUH HADI SUKARNO

teguhhadisukarno@yahoo.com

INDAH KUSUMARINI

indahnusabakti@gmail.com

Unit Pelayanan Bahasa
Sekolah Tinggi Pariwisata Bali
Jl. Dharmawangsa, Kampil, Nusa Dua Bali

ABSTRACT

The goal of this research is to find the quality service of French speaking guide when they serve during the peak season in Bali, between Juli-September. In another hand, according to the data of Bali's Guide Office, there are only 235 among 8.198 French speaking guides who are competence and certified. The data were collected using a questionnaire with Likert Scale of degree 5. The data were analyzed using 5 dimensions of ServQual, and analyzed by comparing between the expectation and perception of tourists toward the quality services Bali's French speaking guides which are : Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy. The data also analyzed by using SPSS System version 13,0. The result of of this analysis are: the mean score of tourist expectation of quality services Bali's French speaking guides is in 3.46, and the mean score of tourist perception of quality services Bali's French speaking guides is in 3.29. It means that tourists are not satisfied.

Key word: *Quality of Service, Expectation, Perception*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan pramuwisata berbahasa Perancis di Bali pada saat peak season jumlah kunjungan wisatawan Perancis di Bali, yaitu sekitar bulan Juli-September. Data dari DPD HPI (Himpunan Pramuwisata Bali) jumlah pramuwisata Bahasa Perancis sekitar 8.198 orang namun baru 235 orang yang sudah tersertifikasi. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada sejumlah wisatawan Perancis yang berkunjung ke Bali dan kemudian dianalisis menggunakan ServQual Analysis dengan membandingkan antara persepsi dan ekspektasi wisatawan terhadap pelayanan pramuwisata berbahasa Perancis di Bali yang meliputi dimensi Bukti Fisik (Tangible), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness),

Jaminan (Assurance) dan Empati (Empathy). Dari hasil pengolahan data dengan SPSS 13.0 diketahui hasil analisis menyatakan bahwa dari dimensi Bukti Fisik (Tangible) mendapat rata-rata skor 0.38 (sangat memuaskan), dimensi Keandalan (Reliability) mendapat skor -0,97 (tidak memuaskan), dimensi Daya Tanggap (Responsiveness) mendapat skor -1.15 (tidak memuaskan), dimensi Jaminan (Assurance) mendapat skor -2.99 (tidak memuaskan), dan dimensi Empati (Empathy) mendapat skor -0.39 (tidak memuaskan). Sedangkan berdasarkan penilaian wisatawan, nilai rata-rata dari ekspektasi wisatawan adalah 3.46, sedangkan nilai rata-rata dari persepsi atau pelayanan pramuwisata berbahasa Perancis di Bali adalah 3.29, yang berarti bahwa nilai ekspektasi wisatawan lebih tinggi daripada persepsi. Berdasarkan perhitungan ServQual yaitu nilai rata-rata persepsi dikurangi dengan nilai rata-rata kepuasan wisatawan maka hasil dari nilai kepuasan wisatawan adalah -0,17 yang dapat disimpulkan bahwa wisatawan merasa tidak terpuaskan karena harapannya tidak terpenuhi.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Persepsi, Ekspektasi*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bali merupakan satu dari ribuan pulau di Indonesia yang menjadi salah satu destinasi pariwisata yang sangat terkenal di mata dunia karena keunikan budaya Bali dan sumber daya alamnya yang melimpah. Bali telah menjadi ikon pariwisata Indonesia dan merupakan salah satu destinasi pariwisata di Indonesia yang pertumbuhan pariwisatanya sangat pesat. Bahkan dalam ajang *China Travel and Meetings Industry Awards 2013*, Bali mendapatkan penghargaan Internasi-onal sebagai “*Island Destination Of The Year*” yang diselenggarakan oleh Majalah Wisata *Travel Weekly and Events* di Hotel Conrad Beijing pada tanggal 4 September 2013 (Kemenlu.go.id -5/9/2013).

Bali meraih penghargaan setelah mendapat penilaian tertinggi dari sebuah Dewan Juri yang beranggotakan para pakar dan pengamat industri pariwisata di China dan hasil *VotingOnline* yang dilakukan masyarakat China melalui *Website* Majalah tersebut. Bali mengungguli 2 (dua) kandidat lain yaitu Tahiti dan Mauritius. Penghargaan yang diberikan

tersebut dipandang sebagai suatu pengakuan masyarakat internasional kepada Bali yang telah berhasil mengelola industri pariwisata dan MICE (*Meetings, Incentives, Conference and Exhibition*) kelas dunia dengan baik.

Sehingga tidak mengherankan kalau kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun, jumlahnya selalu mengalami peningkatan. Hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali selama periode bulan Januari – November tahun 2013 mencapai 2,97 juta orang atau melampaui target yang ditetapkan yaitu sebesar 2,8 juta orang. Belum lagi kunjungan turis selama bulan Desember 2013 yang jumlahnya diperkirakan mencapai 250–300 ribu orang, sehingga kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali melampaui sasaran yang ditetapkan (BPS Provinsi Bali).

Kunjungan wisatawan manca -negara ke Bali selama 11 (sebelas) bulan itu meningkat 11,50 persen dibandingkan periode yang sama tahun 2012 yakni sebanyak 2, 67 juta orang. Sebagian besar wisatawan mancanegara datang ke Bali melalui Bandara Ngurah Rai dengan menumpang pesawat terbang langsung

dari Negara asal wisatawan dan hanya 30.657 orang yang datang melalui pelabuhan laut dengan menumpang kapal pesiar (BPS Provinsi Bali). Sementara itu, pada semester pertama tahun 2013 tercatat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali baru

berjumlah 1.493.021 orang. Berikut pada tabel 1.1 dipaparkan urutan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang mengunjungi Bali menurut kebangsaan dari bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2013.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara langsung ke Bali
Menurut Kebangsaan
Januari – Juni 2013

No	Kebangsaan	Jumlah(Org)	Persentase%
1	Australia	383.475	25.68
2	RRC	187.633	12.57
3	Jepang	95.945	6.43
4	Malaysia	92.410	6.19
5	Singapura	62.835	4.21
6	Korea Sel	60.570	4.06
7	Taiwan	58.288	3.90
8	Inggris	51.807	3.47
9	AS	49.980	3.35
10	Perancis	46.431	3.11
11	Lainnya	403.647	27.04
	Total	1.493.021	100

Sumber : BPS Provinsi Bali (data diolah)

Melihat tabel 1.1 di atas, Negara Perancis menduduki urutan ke 10 (sepuluh) sebagai Negara pengekspor wisatawan mancanegara ke Bali. Kedatangan wisatawan asal Perancis hampir didominasi oleh perjalanan *individual* bukan *group*. Menurut Ketua Dewan Pimpinan Daerah Himpunan Pramuwisata Indonesia (DPD HPI) Provinsi Bali mengatakan bahwa tahun tahun terakhir kedatangan turis Perancis ke Bali terus meningkat. Dewasa ini DPD HPI Provinsi Bali masih kewalahan memenuhi permintaan pramuwisata berbahasa Perancis dari sejumlah Agen Perjalanan sehubungan dengan terbatasnya jumlah pramuwisata berbahasa Perancis yang ada.

DPD HPI Provinsi Bali baru mengan-tongi sekitar 235 orang pramuwisata yang ahli dalam berbahasa Perancis dari sekitar 8.198 orang pramuwisata yang terdaftar. Hal ini menimbulkan krisis pramuwisata berbahasa Perancis dan diperkirakan Bali masih memerlukan kurang lebih 100 (seratus) pramuwisata berbahasa Perancis lagi. Masyarakat Perancis memperoleh hak libur yang dibayar (*Statutory Paid Holiday*) selama 3 (tiga) minggu dalam setahun dan umumnya liburan dilakukan pada saat musim panas yaitu bulan Juli sampai Agustus. Bulan Juli – Agustus inilah merupakan *Peak Season* bagi wisatawan Perancis yang berkunjung ke Bali. Dikhawatirkan pada bulan bulan tersebut Bali

akan kewalahan menyediakan pramuwisata berbahasa Perancis mengingat jumlahnya yang terbatas.

Pramuwisata mempunyai peranan yang sangat penting karena pramuwisata merupakan ujung tombak informasi sekaligus merupakan “kesan pertama” yang diterima wisatawan pada saat pertama kali berkunjung di Negara lain. Jangan sampai karena lagi banyak banyaknya wisatawan Perancis yang berkunjung ke Bali dilayani oleh pramuwisata yang asal asalan dikarenakan Bali kekurangan pramuwisata yang ahli berbahasa Perancis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu anggota HPI diketahui ada beberapa kasus berkaitan dengan pelayanan pramuwisata Perancis, seperti wisatawan Perancis mengeluhkan Pramuwisata kurang mempunyai *empati* terhadap semua wisatawan yang sedang dipandu. *Tour Leader* minta pergantian *guide* Perancis pada hari pertama tour dikarenakan *guide* bercerita seperti *teks book*, pramuwisata kurang senyum. Hal tersebut mencerminkan kualitas pelayanan pramuwisata kurang memuaskan.

Yohanes, dalam Jurnal Analisis Pariwisata (2004;17-20) menjelaskan bahwa saat ini pramuwisata menghadapi tantangan global yaitu harus mempunyai profesionalisme yang tinggi. Ada banyak masalah yang dihadapi dalam dunia pramuwisata, seperti banyaknya pramuwisata ilegal, kualitas pelayanan yang masih rendah, kurangnya penguasaan bahasa dan sebagainya.

Sebuah penelitian mengenai pramuwisata pernah dilakukan oleh Zeth Jhonny pada tahun 2007. Dia meneliti tentang penanganan informasi oleh pramuwisata di Asialink Holidays-Sanur-Bali. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa tidak semua pramuwisata memberikan penjelasan mengenai penggunaan kendaraan, pramuwisata sering menyebutkan nama tempat wisata local yang kurang dikenal wisatawan, tidak menjelaskan menu makanan kepada tamu.

Melihat hal tersebut maka perlu sekali dilakukan penelitian berkaitan dengan kualitas pelayanan pramuwisata di Bali khususnya pramuwisata Perancis. Parasuraman mendefinisikan kualitas pelayanan dalam 5 (lima) dimensi yaitu : *Tangible* (bukti langsung), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empaty* (ikut merasakan/empati). Berdasarkan teori tersebut akan dikaji lebih detail bagaimana kualitas pelayanan pramuwisata berbahasa Perancis di Bali.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas maka yang menjadi pokok masalah penelitian ini adalah “Bagaimana kualitas pelayanan pramuwisata berbahasa Perancis terhadap wisatawan Perancis di Bali ?”

Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas maka tujuan kegiatan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan pramuwisata berbahasa Perancis terhadap wisatawan Perancis di Bali

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak: Bagi Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali sebagai referensi tambahan untuk mengisi perpustakaan dan sekaligus tambahan bahan ajar. Bagi Industri Perjalanan Wisata di Bali sebagai masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pelayanan

American Marketing Association dalam Supranto (2006:227) mendefinisikan pelayanan sebagai berikut”*Service are those separately identifiable, essential intangible*

activities which provide want satisfaction and that is not necessarily tied to the sales of product or another service. To produce a service may or may not require the use of tangible goods. However when such use required, there is no transfer of title (permanent ownership) to these tangible goods". Pelayanan adalah suatu bagian terpisah yang dapat dikenali, merupakan suatu aktifitas utama yang tidak berwujud yang memberikan kepuasan dan tidak selalu terikat penjualan suatu barang. Untuk melakukan pelayanan dapat dilakukan dengan maupun tanpa memerlukan barang nyata.

Kualitas Pelayanan

Menurut Poerwadarminta dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia (1982: 545) kualitas adalah baik buruk suatu benda atau keadaan suatu benda. Kualitas merupakan keadaan suatu barang atau jasa dalam keadaan sebenarnya, dapat berarti baik atau buruk.

Menurut Zeithml dalam Rang-kuti (2003:21) ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service* apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Zeithaml-Parasuraman-Berry dalam Arif(2006:135) menjelaskan lima dimensi kualitas pelayanan yang dirinci sebagai berikut:

1) Bukti langsung (*tangible*) Kualitas pelayanan berupa sarana fisik, seperti sarana kantor, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. 2) Keandalan (*reliability*) Kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. 3) Daya Tanggap (*responsiveness*) Kesanggupan untuk membantu menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat serta tanggap terhadap keinginan pelanggan. 4) Jaminan (*assurance*) Kemampuan, keramahan, kesopanan pegawai dalam meyakinkan kepercayaan pelanggan. 5) Empati (*empathy*) Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Pengertian Pramuwisata (Guide)

Pramuwisata adalah seorang yang memberikan bimbingan, penerangan dan petunjuk tentang obyek wisata serta membantu segala sesuatu yang diperlukan oleh wisatawan di dalam perjalanan karena tugasnya itu seorang pemandu wisata dikatakan sebagai petugas khusus yang profesinya memberikan penjelasan, petunjuk dan memandu wisatawan yang sedang melakukan perjalanan. Suyitno (2005:1) menjelaskan bahwa pramuwisata adalah orang yang menemani, memberikan informasi dan bimbingan serta saran kepada wisatawan dalam melakukan aktivitas wisatanya. Suwantoro (1997:13) menyatakan bahwa pemandu wisata adalah seseorang yang memberikan penjelasan serta petunjuk kepada para wisatawan tentang segala sesuatu yang hendak dilihat dan disaksikan bilamana mereka berkunjung ke suatu obyek wisata.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah provinsi Bali dan dilaksanakan selama tiga bulan yaitu pada bulan April/d Juni 2014.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, rumus yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah rumus Slovin dalam Sedarmayanti dan Syarifudin (2002:143):

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi (rata-rata jumlah wisatawan Prancis 5 tahun terakhir)

e = Kelonggaran dalam penelitian ini digunakan 10%

Jenis Data dan Sumber Data

Jenis Data

1) Data Kuantitatif, yaitu data yang berupa angka seperti jumlah wisatawan Prancis. 2) Data Kualitatif, yaitu pendapat wisatawan Prancis tentang pelayanan guide Perancis.

Sumber Data

1) Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden meliputi tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan pramuwisata Prancis. 2) Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari lembaga yang terkait seperti data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan angket berupa daftar pertanyaan untuk diisi oleh para wisatawan Prancis.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Untuk mengukur tingkat kepuasan tamu terhadap

kualitas pelayanan yang diberikan oleh guide Prancis, maka dalam penelitian ini digunakan alat ukur yang bernama ServQual. Menurut Parasuraman, dkk dalam Tjiptono (1996:99), ServQual merupakan alat untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan dan kesenjangan (*gap*) yang ada di model kualitas jasa.

Aplikasi dari pendekatan ServQual tersebut akan dihitung dari pembobotan nilai dengan menggunakan skala Likert pada kuisioner yang dibagikan kepada tamu. Setiap butir pertanyaan yang diajukan berdasar pada lima dimensi kualitas pelayanan yang digunakan sebagai alat ukur. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (1996:70) lima dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah sebagai berikut: 1) *Tangible* (bukti langsung), seperti kerapian *grooming* guide. 2) *Reliability* (keandalan), seperti ke-trampilan guide dalam berkomunikasi dengan tamu, guide dapat diandalkan untuk mengantar tamu berwisata. 3) *Responsiveness* (daya tanggap), seperti daya tanggap guide dalam memenuhi permintaan tamu dengan segera, tanggap jika tamu sakit atau dalam masalah. 4) *Assurance* (jaminan), bisa membuat tamu merasa nyaman saat dalam perjalanan, melihat-lihat obyek wisata. 5) *Empathy* (empati), seperti guide tidak membedakan perlakuan dan perhatian yang diberikan kepada tamu secara ramah dan tulus.

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (1996:99), metode *ServQual* dapat dinyatakan dengan rumus:

$$S = f(P, E)$$

Keterangan:

S = *Satisfaction* (kepuasan)

P = *Perceived Service* (pelayanan yang diterima)

E = *Expected Service* (pelayanan yang diharapkan)

$$ServQual = (P \geq E)$$

Dari asumsi tersebut dapat diturunkan suatu fungsi kualitas pelayanan dan kepuasan pelang-gan sebagai berikut:

$ServQual = Service\ Quality$ (kualitas pelayanan)

$$NS = NP - NE$$

Keterangan:

N = Nilai

S = *Satisfaction* (kepuasan)

Cara penghitungannya adalah: a. Mencari rata-rata nilai ekspektasi (E) dan persepsi (P) dari setiap kriteria yang telah terbobot. b. Untuk mendapatkan nilai kepuasan (S), nilai rata-rata persepsi akan dikurangi dengan nilai rata-rata ekspektasi. c.

Nilai kepuasan (S) dibandingkan dengan nilai berikut: 1) *Service Quality > Expectation* Bila ini terjadi, tamu merasakan pelayanan yang diberikan tidak hanya sesuai dengan kebutuhan tetapi sekaligus sangat memuaskan dan lebih dari apa yang diharapkan tamu. 2) *Service Quality = Expectation (= 0)* Kalau ini terjadi, dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan biasa-biasa saja, tidak ada nilai lebihnya. 3) *Service Quality < Expectation* Kalau ini terjadi, dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak memuaskan atau tidak sesuai dengan harapan tamu.

Instrumen Penelitian dan Definisi Variabel

Instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *questionnaire* dengan menggunakan kisi-kisi seperti pada Tabel 3.1

Tabel 3.1
INDIKATOR DIMENSI KUALITAS PELAYANAN PRAMUWISATA PRANCIS
TERHADAP WISATAWAN PRANCIS

VARIABEL	DIMENSI PELAYANAN	INDIKATOR/ASPEK PELAYANAN
KUALITAS PELAYANAN	TANGIBLE (Bukti /wujud Langsung)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan pramuwisata yang bersih dan rapi (Tour Guide Appearance and Tidy) 2. Pramuwisata memakai Kartu Tanda Pengenal Pramuwisata (Tour Guide using the tour guide licence when on duty) 3. Pramuwisata menggunakan seragam saat bertugas (Tour Guide using the costume when on duty)
	RELIABILITY (Kehandalan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan Berbahasa Perancis dari Pramuwisata (Tour Guide ability in Mastering French Languange) 2. Mampu menjelaskan program tur dengan pasti, jelas dan cekatan kepada wisatawan 3. Kemampuan pramuwisata dalam penguasaan rute-rute perjalanan / tours 4. Kemampuan Pramuwisata memberikan pelayanan professional sesuai dengan public services 5. Kemampuan Pramuwisata tentang obyek wisata, sejarah, arsitektur, kehidupan politik, dan cerita local 6. Pramuwisata mampu memberikan informasi perjalanan terbaru dalam pengenalan obyek wisata terkini kepada wisatawan 7. Pramuwisata mampu memberikan bantuan pelayanan saat cek in (registrasi kamar hotel / rooming list, bagasi tamu) 8. Pramuwisata mampu memberikan bantuan pelayanan saat cek out (pelunasan bill hotel, mengerjakan boarding pass)

RESPONSIVENESS (Daya Tanggap)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pramuwisata tanggap dalam menawarkan bantuan thd tamu (offering help) 2. Pramuwisata mengerjakan permintaan tamu secara cepat dan tepat (delivers guest request immediately) 3. Menangani keluhan tamu secara efektif Pramuwisata memiliki kemauan untuk membantu/melayani tamu di masa mendatang (willingness to help in the future)
ASSURANCE (Jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pramuwisata selalu tepat waktu dalam melaksanakan tugas 2. Pramuwisata memastikan jadwal kedatangan, layanan yg diinginkan pelanggan, transportasi secara detail. 3. Pramuwisata mentaati aturan dan petunjuk yg terdapat di obyek wisata 4. Pramuwisata memberikan penjelasan kepada wisatawan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan selama mengikuti perjalanan 5. Pramuwisata teliti dengan barang-barang bawaan wisatawan, dan memastikan semua program berjalan dengan lancar dan sesuai prosedur. 6. Pramuwisata tidak melakukan diskriminasi berdasarkan usia, kelamin, suku, warga Negara, agama, ketidakmampuan seseorang 7. Memberikan kepastian keamanan dalam perjalanan.
EMPATHY (Empati)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pramuwisata memiliki kepekaan yang tinggi terhadap peninggalan warisan budaya atau cagar budaya dan alam 2. Pramuwisata memiliki kepekaan utk menjaga lingkungan obyek wisata 3. Pramuwisata memiliki kepekaan terhadap budaya yg dimiliki wisatawan 4. Pramuwisata memiliki kepekaan thd kebutuhan wisatawan (tourist needs) 5. Menyapa Wisatawan dengan Nama 6. Mampu memberikan perhatian khusus kepada wisatawan (personal attention) 7. Bersahabat dengan tamu (friendly with the guest)

Sumber : Modifikasi Tjiptono (1996 :71)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil survey terhadap 100 responden wisatawan mancanegara yang berlibur di Bali menunjukkan karakteristik sebagai berikut :

Karakteristik Responden

Berdasarkan Usia

NO	USIA	Jml	PERSENTASE(%)
1	<20 tahun	0	0%
2	20 – 29 tahun	14	14
3	30 – 39 tahun	27	27
4	40 – 49 tahun	31	31
5	50 – 59 tahun	12	12
6	Diatas 59 tahun	16	16
	Total	100	100

Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	JENIS KELAMIN	JML	PERSEN-TASE(%)
1	Laki-Laki	38	38
2	Perempuan	62	62
	Total	100	100

Berdasarkan Pekerjaan

NO	PROFESI	JML	PERSEN TASE(%)
1	Pelajar	7	7
2	Pengajar	12	12
3	Pedagang	31	31
4	Pegawai	34	34
5	Pensiun	16	16

Sebelum melakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji reliabilitas dan uji validitas data. Jumlah sampel untuk uji instrumen dilakukan dengan jumlah 100 responden. Berikut hasil uji reliabilitas dan uji validitasnya:

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	<i>Cronbach Alpha</i>	Ket
Tingkat Ekspektasi	Bukti Fisik	0,891	Reliabel
	Bukti Keandalan	0,927	Reliabel
	Tanggap	0,874	Reliabel
	Jaminan	0,924	Reliabel
	Empati	0,923	Reliabel
Tingkat Persepsi	Bukti Fisik	0,794	Reliabel
	Bukti Keandalan	0,868	Reliabel
	Tanggap	0,771	Relaibel
	Jaminan	0,860	Reliabel
	Empati	0,878	Reliabel

Sumber: Lamp Uji Validitas & Reliabilitas

Berdasarkan tabel 4.4 di atas diketahui bahwa besarnya nilai *Cronbach Alpha* seluruh indikator lebih besar dari 0,6 hal ini menunjukkan seluruh atribut kualitas pelayanan yaitu Bukti Fisik, Bukti Keandalan,

Tanggap, Jaminan, dan Empati baik pada tingkat ekpektasi maupun tingkat persepsi tamu dinyatakan reliabel dan dapat digunakan pada analisis selanjutnya.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas
Tingkat Ekpektasi Responden

Dimensi	Item Pertanyaan	Korelasi Pearson	Signifikansi	Ket
Bukti Fisik	Bukti Fisik 1	0,899	0,000	Valid
	Bukti Fisik 2	0,920	0,000	Valid
	Bukti Fisik 3	0,898	0,000	Valid
Bukti Keandalan	Bukti Keandalan 1	0,747	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 2	0,898	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 3	0,808	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 4	0,838	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 5	0,876	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 6	0,815	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 7	0,792	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 8	0,733	0,000	Valid
Tanggap	Tanggap 1	0,865	0,000	Valid
	Tanggap 2	0,894	0,000	Valid
	Tanggap 3	0,833	0,000	Valid
	Tanggap 4	0,816	0,000	Valid
Jaminan	Jaminan 1	0,745	0,000	Valid
	Jaminan 2	0,801	0,000	Valid
	Jaminan 3	0,823	0,000	Valid
	Jaminan 4	0,749	0,000	Valid
	Jaminan 5	0,800	0,000	Valid
	Jaminan 6	0,819	0,000	Valid
	Jaminan 7	0,832	0,000	Valid
	Jaminan 8	0,686	0,000	Valid
	Jaminan 9	0,836	0,000	Valid
Empati	Empati 1	0,785	0,000	Valid
	Empati 2	0,828	0,000	Valid
	Empati 3	0,895	0,000	Valid
	Empati 4	0,886	0,000	Valid
	Empati 5	0,848	0,000	Valid
	Empati 6	0,853	0,000	Valid

Sumber: Lamp Uji Validitas & Reliabilitas

Hasil dari uji validitas pada tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang mengukur tingkat ekspektasi terhadap atribut kualitas layanan yaitu Bukti Fisik, Bukti Keandalan, Tanggap, Jaminan, dan Empati memiliki nilai korelasi

Pearson lebih dari r table 0,197 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan item-item pertanyaan yang menyusun atribut kualitas pelayanan pada tingkat harapan responden dinyatakan valid dan dapat digunakan pada analisis selanjutnya.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas
Tingkat Persepsi Responden

Dimensi	Item Pertanyaan	Korelasi Pearson	Signifikansi	Keterangan
Bukti Fisik	Bukti Fisik 1	0,829	0,000	Valid
	Bukti Fisik 2	0,851	0,000	Valid
	Bukti Fisik 3	0,849	0,000	Valid
Bukti Keandalan	Bukti Keandalan 1	0,571	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 2	0,756	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 3	0,844	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 4	0,770	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 5	0,767	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 6	0,812	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 7	0,634	0,000	Valid
	Bukti Keandalan 8	0,617	0,000	Valid
Tanggap	Tanggap 1	0,745	0,000	Valid
	Tanggap 2	0,856	0,000	Valid
	Tanggap 3	0,785	0,000	Valid
	Tanggap 4	0,688	0,000	Valid
Jaminan	Jaminan 1	0,671	0,000	Valid
	Jaminan 2	0,725	0,000	Valid
	Jaminan 3	0,798	0,000	Valid
	Jaminan 4	0,693	0,000	Valid
	Jaminan 5	0,790	0,000	Valid
	Jaminan 6	0,587	0,000	Valid
	Jaminan 7	0,675	0,000	Valid
	Jaminan 8	0,631	0,000	Valid
	Jaminan 9	0,584	0,000	Valid
Empati	Empati 1	0,351	0,000	Valid
	Empati 2	0,398	0,000	Valid
	Empati 3	0,412	0,000	Valid
	Empati 4	0,389	0,000	Valid
	Empati 5	0,340	0,001	Valid
	Empati 6	0,473	0,000	Valid

Sumber: Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan tabel 4.6 di atas diketahui bahwa semua item pertanyaan yang mengukur tingkat kepuasan terhadap atribut kualitas layanan yaitu Bukti Fisik, Bukti Keandalan, Tanggap, Jaminan, dan Empati memiliki nilai korelasi lebih dari r table 0,197 dan nilai

signifikansi kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan item-item pertanyaan yang menyusun indikator kualitas pelayanan pada tingkat persepsi responden dinyatakan valid dan dapat digunakan pada analisis selanjutnya.

Analisis Kepuasan Wisatawan Berbasis *Servqual*

Sebelum wisatawan membeli atau menggunakan suatu jasa, mereka memiliki harapan terhadap kualitas pelayanan yang diinginkannya. Kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh faktor kepentingan/ekspektasi (*expected service*) dan faktor persepsi (*perceived service*). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan wisatawan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan Baik/Memuaskan.

Apabila pelayanan yang diberikan melampaui harapan wisatawan, maka kualitas pelayanan di persepsikan sangat memuaskan (pelayanan yang ideal). Sebaliknya bila pelayanan yang diberikan dirasakan lebih rendah daripada yang diharapkan wisatawan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan kurang memuaskan atau buruk.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan digunakan metode *Servqual*, yaitu dengan menghitung rata-rata skor ekspektasi dan rata-rata skor persepsi.

$$NS = NP - NE$$

Keterangan:

1. NS: Nilai Kepuasan (Satisfaction)
2. NP: Nilai pelayanan yang dirasakan (*perceived service*)
3. NE: Nilai pelayanan yang diharapkan (*expected service*)

Cara mengetahui nilai kepuasan melalui beberapa tahap dibawah ini:

1. Mencari rata-rata nilai ekspektasi(E) dan persepsi (P)
2. Skor Rata-rata Persepsi dikurangi skor rata-rata Ekspektasi
3. Jika $S_e > 0$ = harapan lebih dari terpenuhi (sangat memuaskan), $S = 0$ = Harapan Terpenuhi (terpuaskan), $S < 0$ = Harapan Tidak Terpenuhi (tidak memuaskan)

Tabel 4.37
Nilai Rata-Rata Ekpektasi dan Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan Pramuwisata Berbahasa Prancis di Bali

No.	Indikator	Rata-rata NE	Rata-rata NP	Rata-rata NS
I	Bukti Fisik(Tangible)			
1	Penampilan pramuwisata bersih&rapi	3.19	3.38	0.19
2	Pramuwisata memakai Kartu Tanda Pengenal	3.24	3.26	0.02
3	Pramuwisata memakai seragam	3.25	3.37	0.12
	NILAI RATA-RATA	9.68	10.01	0.38
II	Bukti Keandalan(Reliability)			
4	Mampu berhasa prancis	3.28	3.3	0.02
5	Mampu menjelaskan program tur dengan pasti,jelas	3.38	3.3	-0.08

6	Mampu menguasai rute-perjalanan/tour	3.38	3.27	-0.11
7.	Mampu memberikan pelayanan profesional sesuai publicservices	3.36	3.21	-0.15
8.	Cekatan dalam menjalankan tugas	3.45	3.27	-0.18
9.	Mampu memberikan informasi perjalanan terbaru dalam pengenalan obyek wisata terkini	3.4	3.32	-0.08
10.	Mampu memberikan bantuan pelayanan saat check ini(registrasi kamar,bagasi tamu	3.51	3.34	-0.17
11.	Mampu memberikan bantuan pelayanan saat check out9pelunasan bill hotel, mengerjakan boarding pass)	3.56	3.34	-0.22
	NILAI RATA-RATA	27.32	26.35	-0.97
III	Tanggap(responsiveness)			
12	Tanggap dalam menawarkan bantuan kepada tamu	3.54	3.34	-0.2
13	Mengerjakan permintaan tamu secara cepat dan tepat	3.57	3.31	-0.26
14	Menangani keluhan tamu secara efektif	3.71	3.36	-0.35
15	Memiliki kemauan untuk membantu/melayani tamu dimasa mendatang	3.64	3.3	-0.34
	NILAI RATA-RATA	14.46	13.31	-1.15
IV	Jaminan(assurance)			
16	Selalu tepat waktu dalam menjalankan tugas	3.64	3.29	-0.35
17	Memastikan jadwal kedatangan,layanan yang diinginkan tamu,tanspostasi secara detail	3.63	3.25	-0.38
18	Mentaati aturan dan petunjuk yang terdapat di obyek wisata	3.65	3.22	-0.43
19	Menjelaskan kepada tamu apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan tamu di obyek wisata	3.55	3.25	-0.3

20	Menjelaskan kepada tamu apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan tamu selama perjalanan	3.6	3.29	-0.31
21	Teliti terhadap barang2 tamu	3.51	3.31	-0.2
22	Memastikan semua program berjalan dengan lancar dan sesuai prosedur	3.49	3.29	-0.2
23	Tidak melakukan diskriminasi ras, usia, warga Negara, agama, ketidak mampuan seseorang	3.61	3.19	-0.42
24	Membrikan kepastian keamanan dalam perjalanan	3.49	3.09	-0.4
	NILAI RATA-RATA	32.17	29.18	-2.99
V	Empati			
25	Memiliki kepekaan tinggi thd peninggalan warisan budaya/cagar budaya alam	3.42	3.31	-0.11
26	Memiliki kepekaan untuk menjaga lingkungan obyek wisata	3.41	3.42	0.01
27	Memiliki kepekaan thd budaya wisatawan	3.36	3.21	-0.15
28	Memiliki kepekaan thd kebutuhan wisatawan	3.31	3.29	-0.02
29	Menyapa tamu dengan nama	3.42	3.37	-0.05
30	Bersahabat dgn tamu	3.51	3.44	-0.07
	NILAI RATA-RATA	20.43	20.04	0.39
	NILAI RATA-RATA KESELURUHAN	3,46	3.29	-0.17

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuisiner

1. Empaty(Emphaty)

$$\begin{aligned} \text{ServQual(NS)} &= \text{NP-NE} \\ &= 20.04-20.43 \\ &= -0.39 \end{aligned}$$

Angka ini menunjukkan (S d" 0) artinya Harapan Tidak Terpenuhi (tidak memuaskan).

Berdasarkan penilaian wisata-wan pada table 4.37, menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari ekpektasi wisatawan adalah 3.46 sedangkan nilai rata-rata dari persepsi atau pelayanan pramuwisata berbahasa Prancis di Bali adalah 3.29, yang berarti nilai ekpektasi wisatawan lebih tinggi daripada persepsi. Berdasarkan perhitungan *servqual* yaitu nilai

rata-rata persepsi dikurangi dengan nilai rata-rata kepuasan wisatawan maka hasil dari nilai kepuasan wisatawan adalah -0.17. Jadi dapat disimpulkan bahwa wisatawan merasa tidak terpuaskan karena harapannya tidak terpenuhi.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan uraian dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa: Hasil penelitian dengan menggunakan analisis dimensi pelayanan (*servqual*), menunjukkan bahwa secara umum penilaian wisatawan terhadap pelayanan pramuwisata berbahasa Perancis adalah belum memuaskan. Hal ini ditunjukkan di mana rata-rata nilai persepsi/kinerja pelayanan pramuwisata berbahasa Perancis lebih kecil dari rata-rata nilai ekpektasi/kepentingan wisatawan yaitu -0.17 yang berarti belum terpuaskan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut: untuk kedepannya agar pramuwisata dapat meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik sehingga dapat sesuai dengan harapan wisatawan berbahasa Prancis yang datang ke Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, MS. 2005. *Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing
- BPS Provinsi Bali. 2013. *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Bali Periode Bulan Januari-Desember 2013*. Diunduh tanggal 20 Februari 2014 pukul 00.15 WITA
- Dana Priatna, N. 2005. *Pengantar Statistika*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dinas Pariwisata Kodya Denpasar. 2011. *Top Tenth Of Tourist Dirrect Arrival To Bali By Nationality in 2007-2011*. Denpasar. Dinas Pariwisata Kota Denpasar.
- Kristanto, Yohanes. 2004. *Pramuwisata dan Perspektif Standar Kompetensi*. Majalah Ilmiah.
- Poerwadarminto, WJS. 1982. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ridwan. 2010. *Dasar-Dasar Statistik, Cet.4*. Bandung: Alfabeta
- Sedarmayanti. 2006. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Tamu*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suyitno. 2005. *Pemanduan Wisata Tour Guiding*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Yoeti, H. Oka. 2001. *Tour & Travel Management*. Jakarta : Pradnya Paramita