

## KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN MICE DAN EVENT DI MAYA UBUD RESORT DAN SPA

**LUH PUTU CITRAWATI**

luhputucitrawati@gmail.com

Program Studi Manajemen Konvensi dan Perhelatan

Sekolah Tinggi Pariwisata Bali

Jl. Dharmawangsa, Kampial Nusa Dua Bali, Telp: (0361) 773537

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan MICE dan event di Maya Ubud Resort & Spa yang dianalisis dengan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: bukti fisik (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Jumlah sampel yang diambil sebanyak 90 responden dimana respondennya adalah event organizer yang bekerjasama dengan Maya Ubud Resort & Spa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Maya Ubud Resort & Spa sebesar 4,05 atau puas. Meskipun secara keseluruhan pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maya Ubud Resort & Spa, terdapat penilaian buruk yang diberikan oleh pelanggan pada dimensi daya tanggap seperti kesigapan staf event bila ada perubahan yang mendadak, kesigapan staf event dalam membantu pengguna jasa dan inisiatif staf event dalam menangani keluhan di lapangan. Maka Maya Ubud Resort & Spa diharapkan dapat meningkatkan, memperbaiki dan mengevaluasi hal-hal yang mendapatkan nilai buruk serta mempertahankan indikator yang mendapatkan nilai baik supaya pelanggan menyatakan sangat puas.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, MICE, event, kepuasan pelanggan

### ABSTRACT

*This research has the purpose of customer satisfaction to the level of the quality of service in MICE and event at Maya Ubud Resort & Spa which is analysed with five dimension of quality, i.e: physical evidence (tangibles), reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The numbers of samples taken are 90 respondents; consist of event organizer that cooperated with Maya Ubud Resort & Spa.*

*The result of this research indicates that quality of service to customer satisfaction in Maya Ubud Resort & Spa of 4.05 or satisfies. Although as a whole, customer feel satisfy with the quality of service of Maya Ubud Resort & Spa, there is bad rating which are given by customer in dimension responsiveness, such as alertness of event staff when there was sudden change, alertness of event staff in helping service users and initiative of event staff in handling complaint in the field. Thus Maya Ubud Resort & Spa expected to increase, improve and evaluate the things that get less good value and maintain indicators that get good value, so that customers expressed very satisfied.*

*Keyword: Customer Satisfaction, MICE, Event, Quality of Service .*

### PENDAHULUAN

Berkembangnya wisata MICE di Bali MICE. Mengingat cakupan kegiatan MICE tidak membuat persaingan bisnis MICE menjadi ketat. hanya berkaitan dengan event-event antar negara, Tidak hanya pengusaha di bidang MICE, kini tetapi juga event antar instansi, organisasi, ataupun

perseorangan. Hotel tersebut umumnya bersaing dalam *event* yang berskala lebih kecil seperti pertemuan instansi, pameran seni, pagelaran musik, serta *event private* seperti pernikahan dan resepsi.

Hotel yang cukup sering menjadi *venue* penyelenggaraan MICE adalah Maya Ubud Resort & Spa, salah satu hotel bintang lima di daerah Ubud, Kabupaten Gianyar. Hotel ini memiliki sarana yang lengkap, yang dapat digunakan sebagai tempat penyelenggaraan *event* MICE, baik dalam skala nasional maupun internasional. Adapun sarana *venue* pendukung kegiatan MICE yang tersedia di Maya Ubud Resort & Spa, antara lain: Bale Banjar, Purnama Open Stage, Scenic Plaza, dan The Lounge. Memiliki empat sarana *venue* tersebut di atas, Maya Ubud Resort & Spa telah banyak menyelenggarakan *event-event* MICE. Data pengalaman Maya Ubud Resort & Spa dalam menangani MICE dan *event* dari tahun 2013 - 2017 dapat dilihat pada tabel di halaman berikutnya.

Tabel 1.2

**Pelanggan dan Jumlah *Event* yang  
Ditangani Maya Ubud Resort & Spa  
Bekerjasama dengan *Event Organizer*  
Periode Tahun 2013 - 2017**

No.	Nama <i>Event Organizer</i>	2013	2014	2015	2016	2017	Jumlah
1	Bali VIP Wedding	1	1	1	1	1	5
2	Vara Wedding	3	1	1	1	1	7
3	Chinese Consulate	1	0	0	0	1	2
4	Pacto Bali	4	2	1	0	1	8
5	Bali Event Planner	5	3	4	1	2	15
6	Tefillah Organizer	3	2	0	1	4	10
7	Xtra Ordinary Events	1	2	5	1	1	10

8	Bali Great Events	2	1	2	2	2	9
9	Integrity Bali	1	0	1	1	1	4
10	Shania Production	0	2	0	0	1	3
11	Happy Bali Wedding	2	3	0	0	1	6
12	D'event Bali	1	2	2	1	0	6
13	Dream Paradiso MICE Bali	1	3	3	1	1	9
14	Saint Events Management Bali	1	2	2	0	2	7
15	Bali Exotic Wedding	3	4	1	2	1	11
16	Bali Wedding Solutions	2	0	2	0	0	4
	<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>28</b>	<b>25</b>	<b>12</b>	<b>20</b>	<b>116</b>

Sumber : Maya Ubud Resort & Spa. (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat pada tahun 2014 hingga tahun 2017, Maya Ubud Resort & Spa telah menangani sebanyak 85 *event*. Pada tahun 2014 hotel tersebut telah menangani sebanyak 28 *event*, dengan persentase sebesar (3)%. Pada tahun 2015 kembali mengalami penurunan, dimana hanya menangani sebanyak 25 *event*, dengan persentase sebesar (3)%. Jumlah penurunan tertinggi terjadi pada tahun berikutnya. Pada tahun 2016, Maya Ubud Resort & Spa hanya mampu menangani sebanyak 12 *event*, dengan persentase mencapai (11)%. Kondisi ini kembali membaik pada tahun 2017, setelah mengalami peningkatan menjadi 20 *event*, dengan persentase 7%. Dari sekian banyak *event* yang telah diselenggarakan oleh Maya Ubud Resort & Spa, tentunya pernah mendapat beberapa keluhan dari pelanggan, baik dikarenakan persoalan teknis, faktor SDM, maupun masalah lain. Idealnya, begitu pelanggan mengeluhkan sesuatu, penyedia jasa harus segera menindaklanjuti dengan cara-cara yang baik, dan

keluhan yang sama tidak boleh terulang kembali. Kecepatan dan ketepatan dalam menangani sebuah keluhan merupakan salah satu aspek dari kualitas pelayanan, yang menjadi bagian dari lima dimensi kualitas pelayanan. Lima dimensi kualitas pelayanan menurut Pasaruman (dalam Lupiyoadi, 2001:148) terdiri atas keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Pada dasarnya, kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diberikan (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*).

## KAJIAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki arti dan makna yang berbeda bagi beberapa ahli. Berikut beberapa definisi dari kualitas pelayanan sebagaimana diutarakan oleh para ahli. Definisi kualitas pelayanan menurut Wykoff (dalam Supranto, 2006:59) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman (dalam Supranto, 2006:60), ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang ideal. Namun jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Lukman (2001:12), kualitas pelayanan berhasil dibangun apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan mendapatkan pengakuan dari pihak-pihak yang dilayani. Pengakuan terhadap keprimaan sebuah pelayanan bukan datang dari aparat yang memberikan pelayanan, melainkan datang dari pengguna jasa layanan.

"Pada dasarnya kualitas pelayanan mengacu pada pengertian pokok:

1. kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung, maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu;

2. kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari segala kekurangan atau kerusakan." (Gosperz dalam Lukman, 2001:7)

Pengertian pokok kualitas pelayanan seperti yang dijelaskan pada halaman sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah kualitas yang terdiri dari keistimewaan dari berbagai pelayanan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan atas pelayanan yang didapat oleh pelanggan. Baik atau tidaknya sebuah kualitas pelayanan sangat bergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang ideal adalah sebuah pelayanan yang bebas dari segala kekurangan dan kerusakan.

### Bentuk MICE

#### Meeting

*Meeting* merupakan istilah yang diambil dari Bahasa Inggris yang mempunyai arti pertemuan, rapat, atau persidangan. Dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran, memberi pengertian dari pertemuan adalah bentuk pertemuan dua atau lebih orang yang diselenggarakan untuk maksud mencapai tujuan bersama melalui interaksi verbal, seperti berbagi informasi atau mencapai kesepakatan yang dapat berupa presentasi, seminar, lokakarya, pelatihan, *team building* maupun event organisasi atau perusahaan lainnya. *Meeting* menurut Kesrul (2004:8) menyatakan bahwa

Suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh sekelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan, dan perserikatan dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkatan sumber daya

manusia, menggalang kerja sama anggota dan pengurus, menyebar-luaskan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan.

### ***Incentive***

Di dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 memakai istilah perjalanan insentif sebagai padanan dari kata *incentive*. Pengertian dari perjalanan insentif adalah alat manajemen global yang menggunakan pengalaman wisata yang luar biasa untuk memotivasi dan/atau memberikan pengakuan kepada peserta dengan tujuan dapat meningkatkan kinerja dalam mendukung tujuan organisasi atau perusahaan.

Menurut Kesrul (2004:18), *incentive* atau insentif merupakan hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan, klien, atau konsumen. Bentuknya bisa berupa uang, paket wisata atau bahkan barang.

Sedangkan menurut Rogers dalam Any Noor (2009:5) yang dikutip dari SITE (*Die Society of Incentive and Travel Executive*) 1998 juga memberikan definisi mengenai *incentive* yaitu

*Incentive travel is a global management tool that uses an exceptional travel experience to motivated and/or recognize participants for increased levels of performance in support of the organizational goals.*

Insentif merupakan bagian dari bisnis MICE, kegiatannya berfokus pada pengembangan motivasi dan semangat kerja maupun *team work* di suatu perusahaan. Kegiatan ini biasanya dilakukan oleh perusahaan kepada karyawan sebagai acuan meningkatkan kinerja dan produktifitas karyawan. Apabila kinerja karyawan tersebut baik maka dihargai dengan memberi sebuah penghargaan. Bentuk penghargaan tersebut umumnya berupa perjalanan wisata ke suatu tempat atau bentuk penghargaan lainnya yang sejenis.

### ***Conference***

Istilah *conference* diterjemahkan dengan konvensi, konferensi, atau konperensi dalam Bahasa Indonesia yang mengandung pengertian yang sama. Dalam kaitannya dengan MICE, Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 5 Tahun

2017 menyebutkan bahwa konvensi adalah sebuah pertemuan resmi dalam skala besar yang dihadiri oleh perwakilan atau delegasi (pemerintah, asosiasi, atau industri) untuk melakukan diskusi, pertukaran informasi atau tindakan atas permasalahan khusus yang menjadi perhatian bersama. Kesrul (2004:7) menyatakan bahwa konferensi adalah

“Suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk-bentuk tata krama adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat umum, dua perjanjian antara negara-negara para penguasa pemerintahan atau perjanjian internasional mengenai topik tawanan perang dan sebagainya.”

Dapat disimpulkan bahwa *conference* atau konferensi mempunyai arti suatu pertemuan yang diselenggarakan oleh negara-negara atau bentuk perserikatan untuk membahas topik kepentingan kenegaraan dengan tujuan mendapat hasil mufakat antara pihak-pihak yang berkepentingan yang mempunyai jumlah peserta lebih banyak dari kegiatan pertemuan/*meeting*.

### ***Exhibition***

*Exhibition* merupakan ajang promosi perdagangan yang bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan atau negara melalui hubungan masyarakat dan penjualan/pembelian produk tertentu (Kesrul, 2004:16). Sedangkan dalam Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 5 Tahun 2017, pengertian dari pameran adalah sebuah acara yang terorganisasi dimana obyek ditampilkan kepada publik yang dapat berupa pameran dagang antar bisnis maupun pameran untuk konsumen akhir.

Banyak istilah yang biasanya digunakan untuk bentuk kegiatan *exhibition*, ada yang menggunakan istilah pameran dagang, *expo*, *bazar* atau *fair*. Apapun istilah yang digunakan tujuan dari kegiatan tersebut tetaplah sama, yaitu untuk memamerkan dan mendemonstrasikan produk serta layanan terbaru dari perusahaan. Bentuk kegiatan tersebut dapat juga dijadikan ajang promosi guna meningkatkan jumlah konsumen.

### ***Event***

Johny Allen (dalam Abdullah, 2009:47),

mendefinisikan *event* sebagai ritual istimewa, yang digunakan adalah Teknik analisis deskriptif pertunjukan, penampilan, perayaan yang pasti kuantitatif yaitu menguraikan berbagai data yang direncanakan dan dapat dibuat secara khusus, atau terkumpul secara logis sehingga dapat ditarik untuk mencapai tujuan sosial, budaya, dan tujuan kesimpulan, serta didukung analisis rata-rata bersama. Sedangkan menurut Noor (2013:8), tertimbang untuk menjawab perumusan masalah *event* didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan diselenggarakan untuk memperingati hal-hal Maya Ubud Resort & Spa. Teknik analisis data penting sepanjang hidup manusia baik secara tersebut adalah berupa uji validitas, uji reliabilitas, individu atau kelompok yang terikat secara adat, dan tabulasi frekuensi.

budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan Uji validitas digunakan untuk mengukur sah untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner masyarakat yang diselenggarakan pada waktu dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner tertentu. mampu untuk mengungkap suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Gozali, 2005:45). Teknik

Dari kedua definisi tersebut, dapat dilihat bahwa sebuah *event* secara khusus diselenggarakan pengujian validitas akan dilakukan dengan bantuan untuk memperingati momen-momen penting, program SPSS menggunakan korelasi *Bivariate* baik itu bersifat umum maupun pribadi. *Event* *Pearson* (Produk Momen *Pearson*). Analisis ini yang bersifat umum seperti peringatan hari ulang dengan cara mengkorelasikan masing-masing tahun perusahaan, peringatan hari besar nasional skor item dengan skor total. Skor total adalah atau agama, kompetisi olah raga dan kegiatan penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item sejenis lainnya. Momen penting pribadi memiliki pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan ruang lingkup yang bersifat lebih personal, seperti skor total menunjukkan item-item tersebut pernikahan, peluncuran album, bedah buku, dan mampu memberikan dukung apa yang ingin diungkap à Valid. Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

## METODE

Penelitian ini berlokasi di Maya Ubud Reliabilitas adalah derajat ketepatan, Resort & Spa, yang beralamat di Jalan Gunung Sari, Peliatan, Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali, ketelitian, dan keakuratan yang ditunjukkan oleh 80571. P.O. Box 10001. Lokasi ini dipilih karena instrument pengukuran. Instrument reliabilitas Maya Ubud Resort & Spa dilengkapi dengan adalah instrument yang digunakan beberapa kali fasilitas penunjang *event* MICE yang cukup baik, untuk mengukur objek yang sama menghasilkan dibandingkan dengan hotel sejenis di kawasan data atau jawaban yang sama pula (Sugiyono, Ubud. Namun kendala yang dihadapi adalah 2009:172). Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau naik turunnya (berfluktuasi) jumlah *event* yang handal jika jawaban atau pernyataan konsisten dan diselenggarakan oleh Maya Ubud Resort & Spa. stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:41). Pada penelitian ini masalah dikaji menggunakan Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini teori Parasuraman dan dilanjutkan dengan digunakan dengan cara *one shot* atau pengukuran penyusunan kerangka penelitian dan instrumen sekali saja. Pengukuran hanya sekali dan kemudian penelitian. Pengumpulan data juga dilakukan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain di lokasi penelitian, kemudian dianalisis dalam atau mengukur reliabilitas dengan uji *statistic* pembahasan dan dikaitkan dengan teori/kajian *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) dan dengan bantuan program SPSS. Terakhir menarik

kesimpulan berdasarkan hasil pembahasan dan Nilai *instrument* dikatakan reliabel bila nilai memberikan rekomendasi yang berguna dan tepat. *Alpha Cronbach*  $\geq 0,60$ . Apabila kurang dari

Dalam penelitian ini teknik analisis data 0,60 maka *instrument* penelitian dikatakan tidak

reliabel (Ghozali, 2006:42).

Dalam tabulasi frekuensi ini dipakai instrumen skala, yakni *skala Likert*. Menurut Sugiyono (2013:132) *Skala Likert* ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Lebih lanjut lagi Sugiyono (2013:133), mengatakan bahwa *skala Likert* memiliki gradasi atau tingkatan dari positif sampai negatif yang terbagi dalam lima tingkatan. Berikut lima tingkatan tersebut:

- 1 = Sangat kurang
- 2 = Kurang
- 3 = Cukup
- 4 = Baik
- 5 = Sangat baik

*Skala Likert* digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dalam penangan *event* di Maya Ubud Resort & Spa. Butir tingkat kepuasan dengan menggunakan skala tersebut adalah kepuasan pelanggan tingkat 5 (sangat baik) mendapat poin 5, butir tingkat kepuasan pelanggan tingkat 4 (baik) mendapat poin 4, butir tingkat kepuasan pelanggan tingkat 3 (cukup) mendapat poin 3, butir tingkat kepuasan pelanggan tingkat 2 (kurang) mendapat poin 2, dan butir tingkat kepuasan pelanggan tingkat 1 (sangat kurang) mendapat poin 1. Kemudian, poin-poin tersebut dikalikan dengan jumlah responden, dan dibagi dengan jumlah keseluruhan responden untuk mendapat nilai rata-rata.

Menurut Sujana (2006:24), rumus yang dipakai untuk menghitung nilai rata-rata penelitian individu suatu dimensi kualitas pelayanan adalah:

Keterangan:

- = Rata-rata
- = Jumlah responden
- = Bobot nilai pada lima tingkat *Likert*
- = Jumlah keseluruhan responden

Sedangkan rumus yang digunakan dalam menentukan kategori dan batas masing-masing kategori (Djarwanto dan Subagyo Pangestu, 1998:61), adalah sebagai berikut:

- Range*: Nilai tertinggi : 5
- Nilai terendah : 1

*Range*: Nilai tertinggi - nilai terendah

$$= 5 - 1$$

$$= 4$$

$$\text{Jumlah kriteria} = 5$$

Panjang kelas (interval kelas) dihitung dengan rumus:

$$C = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{4}{5} = 0.8$$

Keterangan:

R = Range

K = Jumlah klasifikasi kelas

C = Interval kelas

Berdasarkan rumus tersebut, interval kelas dideskripsikan sebagai berikut:

1,00 – 1,80 = Sangat tidak puas

1,81 – 2,60 = Tidak puas

2,61 – 3,40 = Cukup puas

3,41 – 4,20 = Puas

4,21 – 5,00 = Sangat Puas

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian

Maya Ubud Resort & Spa adalah sebuah hotel yang berlokasi pada ketinggian bukit dan berada di antara lembah sungai. Terletak di sisi kawasan mitologis sungai Palarisan, sungai Petanu sebagai tempat aktivitas penyucian religius, serta peninggalan-peninggalan Bali. Kawasan tersebut berada pada bekas padang kering alang-alang yang membujur dari arah utara menuju ke selatan. Maya Ubud Resort & Spa memiliki panjang 800 meter dan berdiri pada lahan 12 hektar. Beralamat di Jalan Gunung Sari Peliatan, Ubud, Gianyar, Bali. Informasi umum mengenai hotel tersebut dapat diakses langsung melalui *website*: [www.mayaresorts.com](http://www.mayaresorts.com).

Pemilik Maya Ubud Resort & Spa adalah Rai Arya dan Peter Arya. Awal pembangunan dimulai tahun 2001 dan diresmikan pada bulan Februari 2015. Didirikan dengan manajemen yang dipimpin oleh Mr. Paul Blake selaku *General Manager* yang bertahan selama 17 tahun, hingga sekarang. Maya Ubud Resort & Spa merupakan hotel berbintang yang bernaung di bawah manajemen

Maya Resorts. Memiliki total kamar mencapai kuesioner mengenai penilaian oleh responden 103 (seratus tiga) kamar dengan berbagai jenis terhadap bukti fisik yang diberikan oleh Maya dan kategori. Konsep kontemporer nan elegan Ubud Resort & Spa yang telah disebarakan kepada menjadi acuan dari arsitektur bangunan Maya 90 pelanggan pengguna jasa perusahaan tersebut. Ubud Resort & Spa. Dengan mengusung tema *modern kontemporer*, hotel tersebut memakai berbagai elemen yang menarik pada setiap sudut bangunan. Mulai dari konsep bale kulkul di depan gerbang utama hotel, penggunaan batu paras pada hampir seluruh bangunan hotel, dan penggunaan batu arang sebagai plafon hotel dan berbagai konsep modern kontemporer lainnya.



**Maya Ubud Resort & Spa**

Sumber: <https://mayaresorts.com/ubud>

Berbagai macam fasilitas ditawarkan oleh Maya Ubud Resort & Spa untuk memanjakan para tamunya, antara lain berupa *infinity main pool* yang menawarkan pemandangan Ubud langsung dari ujung kolam renang, *168 meter lagoon pool* untuk para tamu yang menginap pada kategori kamar *Deluxe Lagoon Access Room*, *private infinity pool* untuk tamu yang menginap pada kategori kamar *Presidential Villa*, dan *children pool* untuk semua anak-anak yang menginap, serta fasilitas lainnya.

#### Analisis Data

**Ditinjau dari Teori Parasurahman (5 Dimensi) yaitu:**

#### Analisis Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

Berikut ini dapat dilihat hasil

#### Rata-rata Penilaian Responden pada Dimensi *Tangible*

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Skor	Rata-Rata	Keterangan
		SB	B	CB	Br	SBr			
1	Lokasi dari Maya Ubud Resort & Spa	14	68	8	0	0	366	4,07	Puas
2	Bentuk ruangan <i>event MICE</i> di Maya Ubud Resort & Spa	26	58	5	1	0	379	4,21	Puas
3	Kebersihan di ruangan	23	55	8	4	0	367	4,08	Puas
4	Fasilitas pendukung yang ada di ruangan	24	57	7	2	0	373	4,14	Puas
5	Penampilan <i>staff</i> yang <i>incharge</i> pada saat pelaksanaan <i>event</i>	22	60	5	3	0	371	4,12	Puas
6	Kapasitas ruangan <i>event</i>	13	72	5	0	0	368	4,09	Puas
	Rata-rata							4,12	Puas

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data diolah)

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa rata-rata skor dari 6 pernyataan mengenai *tangible* yaitu sebesar 4,12 yang berada pada nilai 3,41 - 4,20. Hal ini berarti responden merasa puas pada dimensi *tangible*. Pada indikator bentuk ruangan *MICE* dan *event* di Maya Ubud Resort & Spa dinilai dengan skor tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan bentuk ruangan, hal ini didukung oleh pernyataan pelanggan yang setuju sebanyak 64,4 persen. Sedangkan pada indikator lokasi dari Maya Ubud Resort & Spa bernilai paling rendah, akan tetapi indikator ini tetap dikategorikan baik oleh pelanggan, hal tersebut nampak dari pendapat pelanggan yang setuju lokasi sebanyak 75,6 persen. Maka dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa *MICE* dan *event* di Maya Ubud Resort & Spa ditinjau dari dimensi *tangible* adalah pelanggan **merasa puas**.

**Analisis Dimensi Keandalan (*Reliability*)**  
**Rata-rata Penilaian Responden pada Dimensi**  
*Reliability*

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Skor	Rata-Rata	Ket
		SB	B	CB	Br	SBr			
1	Kemampuan komunikasi dari <i>staff event</i> pada saat melakukan korespondensi	21	68	0	1	0	379	4,21	Puas
2	Pelayanan <i>staff</i> pada saat <i>event MICE</i> berlangsung	29	59	1	1	0	386	4,29	Puas
3	Ketepatan waktu dari <i>staff</i> yang <i>incharge</i> berdasarkan <i>rundown event</i> yang telah disusun	23	57	4	6	0	367	4,08	Puas
4	Ketepatan waktu <i>staff</i> dalam melakukan <i>set-up venue event</i>	25	60	2	3	0	377	4,19	Puas
5	Kecepatan dalam memberikan informasi kepada pengguna jasa	17	68	3	2	0	370	4,11	Puas
	<b>Rata-rata</b>							4,18	Puas

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa MICE dan *event* di Maya Ubud Resort & Spa ditinjau dari dimensi *reliability* adalah pelanggan merasa puas.

**Analisis Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)**  
**Rata-rata Penilaian Responden pada Dimensi *Responsiveness***

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Skor	Rata-Rata	Ket
		SB	B	CB	Br	SBr			
1	Kesigapan <i>staff event</i> bila ada perubahan yang mendasar dari pengguna jasa	8	55	6	21	0	320	3,56	Cukup Puas
2	Kesigapan <i>staff event</i> dalam membantu pengguna jasa pada saat <i>event</i> berlangsung	8	46	20	16	0	316	3,51	Cukup Puas
3	Inisiatif dari <i>staff event</i> yang <i>incharge</i> dalam menanggapi keluhan di lapangan	7	22	25	36	0	270	3,00	Cukup Puas
4	Kecepatan <i>staff event</i> pada saat menyelesaikan masalah	9	51	19	11	0	328	3,64	Puas
5	Keakuratan <i>staff event</i> pada saat menyelesaikan masalah	10	51	22	7	0	334	3,71	Puas
6	Keseriusan <i>staff event</i> dalam penanganan masalah yang ada	7	62	11	10	0	336	3,73	Puas
	<b>Rata-rata</b>							3,53	Cukup Puas

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa MICE dan *event* di Maya Ubud Resort & Spa ditinjau dari dimensi *responsiveness* adalah pelanggan cukup puas.

**Analisis Dimensi Jaminan (*Assurance*)**  
**Rata-rata Penilaian Responden pada Dimensi *Assurance***

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Skor	Rata-Rata	Ket
		SB	B	CB	Br	SBr			
1	Keramahan staff event dalam melayani permintaan pengguna jasa	19	71	0	0	0	379	4,21	Puas
2	Kenyamanan pengguna jasa untuk melakukan korespondensi	32	57	1	0	0	391	4,34	Puas
3	Kesesuaian <i>request item</i> dari pengguna jasa pada saat <i>event</i> berlangsung	28	61	1	0	0	387	4,30	Puas
4	Keamanan pengguna jasa di dalam area <i>venue</i>	28	58	4	0	0	384	4,27	Puas
5	Pemberian kompensasi terhadap kerugian klien yang timbul pada saat pelaksanaan <i>event</i>	22	65	3	0	0	379	4,21	Puas
<b>Rata-rata</b>								4,27	Puas

Su mber: Hasil Penelitian 2018 (Data diolah)

Pada data diatas dapat dilihat tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa MICE dan *event* di Maya Ubud Resort & Spa ditinjau dari dimensi *assurance* adalah pelanggan merasa puas.

**Analisis Dimensi Empati (*Emphaty*)**  
**Rata-rata Penilaian Responden pada Dimensi *Emphaty***

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Skor	Rata-Rata	Ket
		SB	B	CB	Br	SBr			
1	Kepedulian <i>staff event</i> terhadap masalah yang dihadapi oleh pengguna jasa	14	73	3	0	0	371	4,12	Puas
2	Kesungguhan untuk melayani segala keperluan pengguna jasa	19	62	9	0	0	370	4,11	Puas
3	Pemahaman terhadap kebutuhan pengguna jasa pada saat <i>event</i> berlangsung	30	56	4	0	0	386	4,29	Puas
4	Mengingat <i>unique request</i> dari pengguna jasa	24	57	9	0	0	375	4,17	Puas
5	Adanya kepedulian dari <i>staff event</i> terhadap keinginan dari pengguna jasa	14	72	4	0	0	370	4,11	Puas
<b>Rata-rata</b>								4,16	Puas

Dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan dilihat bahwa penilaian pelanggan mendapatkan pelanggan pengguna jasa MICE dan event di Maya Ubud Resort & Spa ditinjau dari dimensi *empahy* adalah pelanggan **merasa puas**.

### Peringkat Tingkat Kepuasan

Hasil dari penelitian analisis kualitas pelayanan penyelenggaraan MICE dan *event* terhadap kepuasan pelanggan Maya Ubud Resort & Spa dapat dilihat pada data dibawah ini :

### Data Penilaian Rata-Rata Setiap Dimensi Kualitas Pelayanan di Maya Ubud Resort & Spa

No.	Pertanyaan	Rata-Rata	Keterangan
1	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	4,12	Puas
2	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	4,18	Puas
3	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	3,53	Cukup Puas
4	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	4,27	Puas
5	Empati ( <i>Emphaty</i> )	4,16	Puas
	<b>Rata-rata</b>	<b>4,05</b>	<b>Puas</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data diolah)

terlihat bahwa rata-rata penilaian individu terhadap aspek bukti fisik adalah 4,12 yang berarti pelanggan puas. Untuk penilaian individu terhadap aspek kehandalan adalah 4,18 yang juga berarti pelanggan merasa puas terhadap aspek tersebut. Pada aspek daya tanggap rata-rata penilaian individu adalah 3,53 yang berarti pelanggan cukup puas. Meskipun aspek daya tanggap memiliki penilaian terendah, namun masih dapat dikategorikan dalam penilaian yang relatif cukup memuaskan. Sedangkan aspek jaminan memiliki penilaian tertinggi yaitu 4,27, yang berarti pelanggan merasa aspek tersebut memberikan kepuasan yang lebih dibandingkan dengan aspek lainnya. Pada aspek empati rata-rata penilaian individu adalah 4,16 yang artinya pelanggan merasa puas dengan pelayanan dari aspek tersebut. Secara keseluruhan rata-rata dari lima dimensi tersebut mendapat nilai 4,05 yang berarti pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan MICE dan event di Maya Ubud Resort & Spa.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat

### Saran

Perlu ditingkatkan lagi kualitas pelayanannya terutama pada aspek yang memperoleh nilai terkecil yaitu aspek daya tanggap, dan aspek yang lain juga perlu lebih ditingkatkan agar bisa memperoleh nilai yang lebih tinggi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Iqbal Alan. 2009, Manajemen Konferensi dan Event. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Arikunto, Suharsimi, 2010, Prosedur Penelitian Suatu Prndekatan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cholid dan Abu A, 2012, Metodologi Penelitian. Jakarta: PT. Bumi
- Getz, Donald. 2008. Event Studies Theory Research and Policy for Planned Event, Event Management Series. Oxford: Elevier
- Kesrul, M.2004. Meeting Incentive Trip, Conference, Exhibition. Jakarta: Graha Ilmu
- Kotler,Philipil. 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kusmayadi dan Sugiarto, E. 2000. Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Marpaung, H. dan Herman, B. 2002. Pengantar Pariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Muhtosim, Arif. 2007. Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan, Bagaiman Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan. Malang: Bayumedia Publishing.
- Noor, Any. 2013 Magement Event. Bandung: Alfabeta
- Pendit, Nyoman, S. 2003, Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana, Jakarta: Pradnya Paramita.
- Sampara, Lukman, 2001. Manajemen Kualitas Pelayanan. Jakarta: STIA LAN Press.

- Sangaji, Mamang dan Sopiah, 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Siagian, Sondang P. 2009. Kiat Meningkatkan Produktifitas Kerja. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sirait MT. 2000. Usaha Perjalanan dan Wisata. Jakarta: SMKP Jayawisata.
- Sudjana. 2006. Statistika. Bandung; Trasiato.
- Sulastiyono, Agus. 2001. Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Bandung CV. Alfabeta.
- Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Bhineka Cipta
- Sunyoyo, Danang. 2012. Konsep dasar Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS ( Centere Of Academic Publishing Service ).
- Tjiptono, Fandi dan Anastasia, Diana. 2015. Pelanggan Puas? Tidak Cukup! Yogyakarta: CV Andi offset.
- Wardhono, Adhitya. 2001. The Urgency of Cooperative Autonomy. UNEJ: Jember.
- Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan