

# **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA ATRAKSI WISATA MANGROVE DESA WISATA BUDO**

Rivaldo Alfa Gumirot<sup>1\*</sup>, Mita E. Takaendengan,<sup>2</sup> Yurike Sintia Lewan<sup>3</sup>

<sup>1\*</sup> Program Study Manajemen Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Manado

<sup>2</sup> Program Studi Global Tourism Management, Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado

<sup>3</sup> Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Manado

Penulis Korespondensi:

Email: [takaendenganmita@gmail.com](mailto:takaendenganmita@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*Tourism is an important sector in the Indonesian economy, including in North Sulawesi, with the Mangrove ecotourism of Budo Village which has great potential. However, the quality of service and hospitality at this tourist attraction still needs to be improved to attract tourists. This study aims to analyze the quality of service and hospitality at the Budo Village Mangrove tourist attraction, and provide recommendations for necessary improvements. The research method used is a qualitative approach with a descriptive design. Data were collected through observation, interviews, and document studies. Researchers conducted interviews with 30 tourists who had visited, and made direct observations at the location. Indicators used to analyze service quality include five indicators, namely tangible, reliability, assurance, empathy, and responsiveness, while hospitality is analyzed through polite, kind, and friendly attitudes. The results showed that the quality of service at the Budo Village Mangrove tourist attraction was adequate, but there were still shortcomings, especially in terms of cleanliness and speed of service. Tangible and reliability indicators show that facilities are good, but waste management and food delivery time need to be improved. Hospitality is generally good, but the friendly attitude of reception staff and cashiers still needs to be improved. The researcher also found that the manager's attention to visitors was lacking, which impacted the tourist experience. The conclusion of this study is that although Budo Village Mangrove Tourism attraction has provided satisfactory services, there are still some aspects that need to be improved to enhance the tourist experience. Suggestions for managers include improving cleanliness, training staff to improve friendly attitudes, and providing security tools. Future research is recommended to expand the scope of variables studied and use quantitative methods to gain a more comprehensive understanding.*

**Keywords:** Service Quality, Hospitality, Mangrove Tourism

## **ABSTRAK**

Pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Sulawesi Utara, dengan ekowisata Mangrove Desa Budo yang memiliki potensi besar. Namun, kualitas pelayanan dan keramahtamahan di objek wisata ini masih perlu ditingkatkan untuk menarik minat wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan keramahtamahan di objek wisata Mangrove Desa Budo, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan yang diperlukan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen. Peneliti melakukan wawancara dengan 30 wisatawan yang pernah berkunjung, serta melakukan observasi langsung di lokasi. Indikator yang digunakan untuk menganalisis kualitas pelayanan meliputi lima indikator yaitu *tangible*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, dan *responsiveness*, sedangkan keramahtamahan dianalisis melalui sikap sopan, baik, dan ramah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di objek wisata Mangrove Desa Budo sudah cukup memadai, namun masih terdapat kekurangan, terutama dalam hal kebersihan

dan kecepatan pelayanan. Indikator *tangible* dan *reliability* menunjukkan bahwa fasilitas sudah baik, tetapi pengelolaan sampah dan waktu pengantaran makanan perlu diperbaiki. Keramahtamahan secara umum baik, tetapi sikap ramah dari staf resepsionis dan kasir masih perlu ditingkatkan. Peneliti juga menemukan bahwa perhatian pengelola terhadap pengunjung masih kurang, yang berdampak pada pengalaman wisatawan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa meskipun objek wisata Mangrove Desa Budo telah memberikan pelayanan yang cukup memuaskan, masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Saran untuk pengelola mencakup peningkatan kebersihan, pelatihan staf untuk meningkatkan sikap ramah, serta penyediaan alat keamanan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel yang diteliti dan menggunakan metode kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Keramahtamahan, Wisata Mangrove

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Sulawesi Utara. Ekowisata mangrove kini semakin diminati karena menawarkan pengalaman unik dan edukatif. Desa Budo di Kecamatan Wori, Kabupaten Minahasa Utara, memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata mangrove. Namun, keberhasilan destinasi ini tidak hanya bergantung pada keindahan alam, melainkan juga pada kualitas pelayanan dan keramahtamahan yang menjadi kunci untuk menarik dan mempertahankan kunjungan wisatawan. Saat ini, kualitas pelayanan di ekowisata Mangrove Desa Budo masih tertinggal dibanding destinasi sejenis. Berdasarkan Mitracomm Ekasarana (2020), kualitas pelayanan dan keramahtamahan merupakan faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif wisatawan, yang meliputi lima dimensi: tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Penerapan dimensi ini akan berdampak pada kepuasan dan loyalitas pengunjung. Dalam program Bina Desa yang dilaksanakan di Desa Budo (19 September–4 Desember 2024), ditemukan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan serta sikap keramahtamahan dari pengelola wisata. Sementara banyak penelitian tentang topik ini dilakukan di hotel atau restoran, kajian ini berfokus pada objek wisata mangrove dan menjadikan keramahtamahan sebagai variabel tersendiri. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Kemenko PMK dan media nasional bahwa keramahtamahan merupakan unsur penting dalam kemajuan pariwisata Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan mengevaluasi keramahtamahan di dermaga wisata Mangrove Desa Budo. Hasilnya diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dan akademis, baik bagi masyarakat, pengelola wisata, maupun institusi pendidikan seperti Politeknik Negeri Manado.

## KAJIAN TEORETIK

### 1. Kualitas Pelayanan

Sudah menjadi kewajiban sebuah perusahaan/jasa menjaga Kualitas Pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan/jasa dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan/wisatawan akan melakukan pembelian ulang atau kunjungan kembali hingga terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan/jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) "Kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan". Sementara Menurut Kasimir (2017:47). Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018:16), Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan

konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik. Sedangkan menurut Arianto (2018:83) Mutu Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai penekanan pada pemenuhan kebutuhan. Dan kriteria, serta ketepatan waktu dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh indra sari (2019:61) "Kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan harapam pelanggan serta dengan metode penyampaiannya dapat memenuhi ekspektasi dan memberikan kepuasan pada pelanggan, dalam hal ini kualitas pelayanan berarti sebuah metode yang digunakan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan atau konsumen. Adapun beberapa indikator dari kualitas pelayanan yang baik adalah sebagai berikut: Menurut Zeithmal, Berry dan Parasuraman (2015), dalam buku Zulian Yamit (2010:10-11) kembali membahas tentang lima indikator yang dapat kita dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu: Tangibilitas, Reliabilitas, Asuransi, Empati dan Responsivitas pelayanan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Tangibility* atau tangibilitas adalah dimensi pelayanan yang bisa dilihat dengan kasat mata, misalkan ruangan dan fasilitas di tempat pelayanan.
2. *Reliability* atau keandalan layanan adalah keandalan layanan yang terpercaya dan akurat.
3. *Assurance* atau jaminan adalah kemampuan penyelenggara pelayanan publik dalam memberikan pelayanan yang meyakinkan rasa aman dan nyaman serta benar-benar membantu masyarakat.
4. *Empaty* adalah menempatkan diri pada posisi para pihak yang dilayani dan turut merasakan perasaan orang lain melalui perhatian yang diberikan.
5. *Responsiveness* atau daya tanggap adalah kecepatan dan ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan sesuai kebutuhan.

## 2. Keramahtamahan

Keramahtamahan adalah ramah tamah, sedangkan ramah tamah adalah amat ramah, sehingga maksud keramahtamahan dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah perilaku seseorang pada saat berinteraksi yang dilakukan dengan sopan, baik, ramah, kepada orang lain, hingga membuat orang lain itu senang dengan pelayanannya (Menurut KBBI,2016:924) yaitu: Sopan (Sopan adalah sikap hormat dan tertib serta beradab), Baik (Baik adalah perilaku yang elok dan patut), Ramah (Ramah adalah suasana yang menyenangkan dan tutur kata yang manis). Menurut Tjiptono dan Hakim (2013:23) Keramahtamahan, yaitu situasi ketika wisatawan mendapat kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu dalam memberikan pelayanan dibutuhkan keramahtamahan agar memberikan rasa puas pada diri pelanggan. Kotler dan Keller (2016): Menjelaskan juga bahwa Keramahtamahan adalah sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh individu atau organisasi dalam menyambut dan melayani tamu. Keramahtamahan mencakup kehangatan, perhatian, dan sikap positif yang dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011): Keramahtamahan didefinisikan sebagai kemampuan untuk memberikan layanan yang melebihi harapan pelanggan. Ini melibatkan interaksi yang positif antara staf dan pelanggan, serta menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Dan membuat wisatawan atau pelanggan merasa di perhatikan. Lemon, K. N, & Verhoef, P.C. (2016), Keramahtamahan yaitu memahami emosi dari persepsi orang disekitar kita untuk menciptakan koneksi emosional dan kenangan yang positif.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam kualitas pelayanan dan keramahtamahan di objek wisata Mangrove Desa Budo, Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara. Pemilihan lokasi dilakukan secara

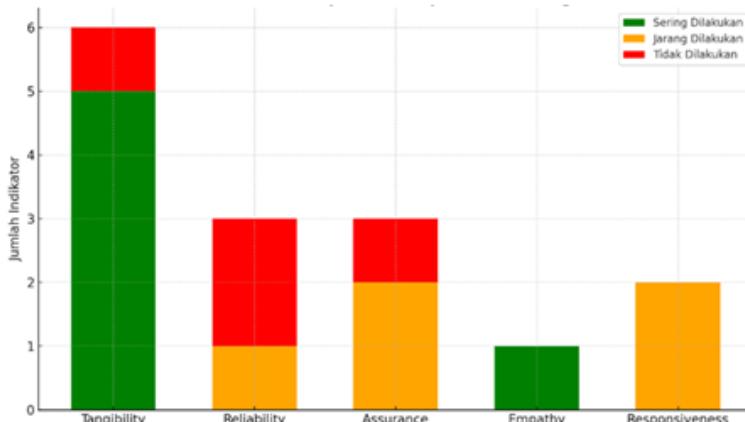
purposif berdasarkan keterlibatan peneliti dalam kegiatan bina desa dan relevansinya dengan isu yang dikaji. Pengumpulan data dilakukan selama empat bulan, mulai Februari hingga Juni 2025, melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara terstruktur terhadap wisatawan yang pernah berkunjung, observasi langsung di lokasi, dan studi dokumen. Informan ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria wisatawan dewasa yang memiliki pengalaman langsung di lokasi penelitian. Fokus kajian mencakup dua variabel utama: kualitas pelayanan dengan lima indikator (tangibility, reliability, assurance, empathy, dan responsiveness) serta keramahtamahan dengan tiga indikator (kesopanan, perilaku baik, dan sikap ramah). Seluruh data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan triangulasi sumber dan metode untuk memastikan validitas dan reliabilitas data. Hasil analisis disajikan dalam bentuk narasi tematik yang mendalam sesuai dengan fokus penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti, digunakanlah instrumen pengumpulan data seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya dengan hasil sebagai berikut.

### 1. Hasil Observasi

Berikut adalah grafik hasil observasi kualitas pelayanan (Gambar 1) pada objek wisata Mangrove Desa Budo menunjukkan frekuensi pelaksanaan indikator dalam lima dimensi pelayanan: Tangibility, Reliability, Assurance, Empathy, dan Responsiveness, berdasarkan kategori "Sering", "Jarang", dan "Tidak Dilakukan".



Gambar 1: Hasil Observasi Kulaitas Pelayanan Desa Wisata Mangrove  
(Tim Peneliti, 2025)

Hasil observasi yang divisualisasikan dalam Gambar 1 menunjukkan adanya ketimpangan signifikan dalam implementasi lima dimensi kualitas pelayanan di objek wisata Mangrove Desa Budo. Dari total 13 indikator yang diamati, hanya 6 indikator (46%) yang “sering dilakukan”, sementara sisanya terbagi antara “jarang dilakukan” dan “tidak dilakukan”, yang menunjukkan lemahnya konsistensi dalam standar pelayanan.

- a. *Tangibility* (Bukti Fisik) – Dominasi Pelaksanaan: Dimensi ini menunjukkan performa terbaik dibanding dimensi lainnya, dengan 5 dari 6 indikator terlaksana secara rutin. Hal ini menunjukkan bahwa pihak pengelola memiliki perhatian cukup tinggi terhadap aspek fisik, seperti kebersihan meja, peralatan makan, area dermaga, dan gazebo. Namun, satu indikator penting yaitu kebersihan toilet dan ketersediaan air masuk dalam kategori *tidak dilakukan*, yang menjadi titik lemah kritis karena menyangkut kenyamanan dasar wisatawan. Hal ini berarti bahwa pengelola lebih fokus

pada kebersihan visual yang terlihat langsung oleh pengunjung, namun mengabaikan fasilitas dasar yang sangat esensial.

- b. *Reliability* (Keandalan) – Pelayanan Awal yang Lemah: Seluruh indikator dalam dimensi ini menunjukkan performa buruk, dengan 1 indikator jarang dilakukan dan 2 lainnya tidak dilakukan sama sekali. Ini berarti petugas tidak secara konsisten menyapa, memberi salam, atau menunjukkan sikap ramah saat menyambut pengunjung. Ini artinya bahwa kelemahan ini berisiko menimbulkan kesan pertama yang buruk bagi wisatawan. Dalam sektor jasa pariwisata, *first impression* sangat menentukan pengalaman keseluruhan.
- c. *Assurance* (Jaminan) – Penekanan pada Informasi PasifL Pada dimensi ini, dua indikator terkait *penyediaan pelampung* dan *informasi titik evakuasi* masuk dalam kategori “jarang dilakukan”, sementara hanya satu (himbaun keamanan) yang “tidak dilakukan”. Ini menunjukkan bahwa aspek keselamatan belum menjadi prioritas utama, atau dilakukan hanya sebagai formalitas tanpa pendekatan proaktif. Hal ini menunjukkan bahwa minimnya pelaksanaan aspek *assurance* dapat berimplikasi pada risiko keselamatan wisatawan, terutama karena wisata mangrove dekat dengan perairan dan memerlukan kesiapsiagaan ekstra.
- d. *Empathy* – Perhatian Personal Terbatas tapi Ada: Hanya terdapat satu indikator dalam dimensi ini dan diamati sebagai *sering dilakukan*, yaitu ketika pengelola merespons pertanyaan wisatawan dengan baik. Meskipun jumlah indikatornya sedikit, ini menjadi indikasi positif bahwa ada kontak interpersonal yang cukup hangat antara pengelola dan pengunjung. Hal ini menggambarkan dimensi empati merupakan kekuatan yang perlu dipertahankan dan dikembangkan, terutama dalam meningkatkan keterlibatan pengunjung.
- e. *Responsiveness* – Minimnya Tanggap Darurat dan Bantuan Langsung: Dua indikator dalam dimensi ini menunjukkan bahwa pengelola jarang sigap dalam pelayanan dan jarang membantu tamu yang mengalami kesulitan, tanpa adanya pelaksanaan secara konsisten. Jadi, rendahnya *responsiveness* menunjukkan kurangnya pelatihan atau SOP dalam menghadapi situasi-situasi yang membutuhkan bantuan cepat kepada pengunjung, seperti cedera ringan, arah lokasi, atau kebutuhan khusus. Secara keseluruhan, grafik mengungkapkan bahwa pelayanan di objek wisata ini masih berfokus pada aspek fisik dan kebersihan, namun kurang dalam aspek perilaku layanan, keamanan, dan responsivitas terhadap kebutuhan wisatawan. Ketimpangan antara dimensi *tangible* dan dimensi *soft skills service* (seperti *reliability* dan *responsiveness*) menandakan adanya kebutuhan untuk peningkatan kapasitas SDM, pelatihan hospitaliti, dan penyusunan standar operasional prosedur (SOP) yang lebih terstruktur. Berdasarkan hasil penelitian makan rekomendasi Strategis yang dapat dilakukan adalah: 1) Pelatihan frontliner dan staf dalam etika pelayanan dasar dan keramahan; 2) Perbaikan fasilitas dasar, khususnya toilet dan air bersih; 3) Peningkatan komunikasi keselamatan, baik secara verbal maupun melalui simbol visual; dan 4) Penerapan sistem kontrol dan evaluasi rutin terhadap pelayanan berbasis indikator kualitas.

## Kualitas Pelayanan

Hasil observasi terhadap lima dimensi kualitas pelayanan di objek wisata Mangrove Desa Budo menunjukkan bahwa:

- 1. *Tangibility* (5 indikator): Mayoritas indikator seperti kebersihan meja, dermaga, peralatan makan, dan gazebo *sering dilakukan*. Namun, toilet bersih dan air tersedia masuk kategori *tidak dilakukan*, menjadi satu-satunya kelemahan mencolok pada dimensi ini.
- 2. *Reliability* (3 indikator): Seluruh indikator pelayanan awal (menyapa, memberi salam, dan senyum) masuk kategori *jarang* dan *tidak dilakukan*, mengindikasikan kurangnya keramahan dari petugas resepsionis.
- 3. *Assurance* (3 indikator): Sebagian besar indikator seperti penyediaan pelampung dan papan informasi hanya *jarang dilakukan*, sementara himbauan keamanan *tidak dilakukan*.

4. ***Empathy*** (1 indikator): Satu-satunya indikator yakni perhatian terhadap pertanyaan wisatawan masuk kategori *sering dilakukan*, mencerminkan respons positif personal dari pengelola.
5. ***Responsiveness*** (2 indikator): Kedua indikator masuk dalam kategori *jarang dilakukan*, menunjukkan lemahnya kecepatan dalam membantu wisatawan.

Berdasarkan Gambar 1 juga dapat dijelaskan bahwa:

1. Kekuatan utama terletak pada aspek fisik (*Tangibility*), di mana 5 dari 6 indikator diamati secara konsisten. Hal ini menandakan bahwa pengelola memiliki komitmen terhadap penampilan dan kebersihan destinasi, yang penting untuk menciptakan kesan awal yang positif.
2. Dimensi soft skills seperti *Reliability* dan *Responsiveness* menunjukkan kelemahan mendasar, karena mayoritas indikator tidak dilakukan atau hanya dilakukan sesekali. Ini berarti pengunjung tidak mendapatkan sambutan yang ramah dan mungkin merasa diabaikan ketika membutuhkan bantuan.
3. *Assurance* masih bersifat pasif dan tidak sistematis. Penyediaan pelampung dan papan informasi belum menjadi standar tetap, dan himbauan keamanan tidak dilakukan sama sekali, yang berpotensi meningkatkan risiko keselamatan pengunjung.
4. *Empathy* menjadi titik terang, meski hanya diwakili oleh satu indikator, namun menunjukkan adanya perhatian interpersonal dari pengelola kepada wisatawan. Ketidakseimbangan antara dimensi *tangible* dan dimensi *interpersonal service* dapat berdampak negatif terhadap kualitas pengalaman wisatawan secara keseluruhan. Destinasi tampak bersih dan rapi, tetapi kurang memberikan kesan hangat dan rasa aman, yang justru menjadi komponen utama dalam loyalitas wisatawan.

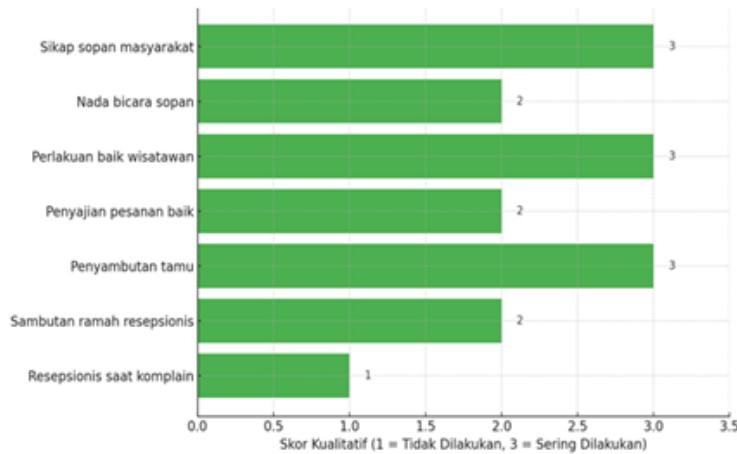
Dalam situasi seperti ini maka rekomendasi yang perlu dilakukan adalah:

1. Pelatihan layanan pelanggan untuk staf frontliner dalam menyapa dan melayani pengunjung secara aktif dan ramah.
2. Penyusunan SOP untuk keselamatan dan respons tanggap darurat, termasuk himbauan lisan dan papan informasi standar.
3. Perbaikan dan pemeliharaan fasilitas toilet sebagai bagian dari kebutuhan dasar wisatawan.
4. Evaluasi rutin berbasis indikator kualitas pelayanan yang terintegrasi dalam manajemen destinasi wisata.

## Keramahtamahan

Observasi terhadap aspek keramahtamahan di objek wisata Desa Kulu dilakukan berdasarkan tiga indikator utama, yaitu sikap sopan, perlakuan baik terhadap wisatawan, dan keramahan dalam pelayanan. Pengamatan dilakukan di dua area utama interaksi, yakni dermaga sebagai pintu masuk utama wisatawan dan area resepsionis sebagai pusat layanan penginapan atau homestay. Di area dermaga, hasil observasi menunjukkan bahwa pengelola dan masyarakat setempat umumnya menunjukkan perilaku sopan kepada wisatawan, yang tercermin dari gestur dan interaksi yang menghormati kedatangan tamu (sering dilakukan). Nada dan cara bicara yang digunakan oleh pengelola kepada wisatawan juga tergolong sopan meskipun hanya jarang dilakukan secara konsisten dalam seluruh interaksi. Perlakuan terhadap wisatawan juga menunjukkan kecenderungan yang baik, misalnya dalam memberikan bantuan atau arahan yang sering dilakukan oleh warga sekitar. Namun demikian, terdapat indikasi bahwa dalam praktik penyajian pesanan atau layanan langsung (seperti makanan atau transportasi), pengelola hanya jarang menunjukkan standar layanan yang baik, menandakan perlunya pelatihan layanan dasar. Terkait penyambutan wisatawan di dermaga, aktivitas ini sering dilakukan, menandakan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesan pertama yang positif. Pada area resepsionis, observasi mengindikasikan bahwa aspek keramahan sudah diterapkan,

meskipun dengan tingkat yang bervariasi. Resepsonis diketahui jarang menunjukkan sikap ramah dalam menyambut tamu, dan dalam menghadapi keluhan atau complain, sikap ramah bahkan tidak dilakukan, mengindikasikan lemahnya kemampuan komunikasi dalam kondisi pelayanan yang menantang.



Gambar 2: Tingkat keramahtamahan berdasarkan observasi  
(Tim Peneliti, 2025)

Secara umum, hasil observasi pada Gambar 2 menunjukkan bahwa aspek keramahtamahan di Desa Wisata Kulu telah tumbuh secara alami melalui budaya lokal, namun masih bersifat spontan dan belum distandardisasi dalam pelayanan wisata. Elemen sopan santun dan penyambutan awal telah terbentuk dengan baik, terutama di area dermaga, namun terdapat kesenjangan signifikan dalam keterampilan layanan profesional, khususnya dalam interaksi di titik pelayanan formal seperti resepsionis. Kondisi ini menandakan kebutuhan mendesak akan pelatihan hospitaliti dasar untuk meningkatkan konsistensi dan profesionalisme dalam layanan wisata berbasis komunitas. Berikut adalah grafik batang yang menunjukkan skor kualitatif keramahtamahan di Desa Wisata Kulu berdasarkan hasil observasi. Grafik ini menampilkan tingkat pelaksanaan masing-masing indikator, yang memudahkan identifikasi area yang perlu ditingkatkan, seperti respons resepsionis terhadap complain yang masih rendah. Gambar 2 menunjukkan distribusi skor kualitatif dari tujuh indikator keramahtamahan yang diamati di dua area utama layanan wisata, yaitu dermaga dan resepsionis. Skor diberikan dalam skala 1 hingga 3, di mana skor 3 mencerminkan praktik yang sering dilakukan (baik), skor 2 untuk praktik yang jarang dilakukan, dan skor 1 untuk praktik yang tidak dilakukan sama sekali.

### Aspek Sopan Santun dan Perlakuan Awal (Skor Tinggi – Skor 3)

Tiga indikator memperoleh skor tertinggi (**3**), yaitu:

- Sikap sopan masyarakat dan pengelola terhadap wisatawan
- Perlakuan baik terhadap wisatawan
- Penyambutan tamu di dermaga

Hal ini mencerminkan bahwa keramahtamahan spontan berbasis budaya lokal telah menjadi modal sosial yang kuat dalam interaksi awal dengan wisatawan. Penduduk lokal memperlihatkan kesadaran pentingnya kesan pertama yang positif dalam membangun citra destinasi. Ini sejalan dengan konsep *emotional hospitality*, di mana keramahan tidak semata-mata layanan profesional, tetapi bagian dari nilai sosial dan budaya komunitas.

### **Aspek Profesionalitas dalam Layanan (Skor Sedang – Skor 2)**

Tiga indikator berada pada tingkat sedang (skor 2):

- Nada bicara pengelola
- Penyajian pesanan wisatawan
- Sambutan ramah oleh resepsionis

Nilai ini mengindikasikan bahwa praktik-praktik hospitaliti yang memerlukan keterampilan komunikasi dan pelayanan standar industri belum dilakukan secara konsisten. Walaupun masyarakat memiliki modal sosial berupa sikap ramah, namun dalam hal layanan teknis, seperti menyajikan makanan atau menyambut tamu secara formal, masih terjadi kesenjangan kompetensi. Hal ini menunjukkan kebutuhan pelatihan hospitality berbasis kompetensi, terutama dalam penggunaan bahasa yang sopan, teknik penyajian, dan standar resepsionis.

### **Aspek Respons terhadap Keluhan (Skor Terendah – Skor 1)**

Indikator “*Resepsionis tetap bersikap ramah saat menghadapi komplain tamu*” memperoleh skor terendah (1), yang berarti tidak dilakukan. Ini merupakan sinyal penting bahwa masyarakat atau pelaku homestay belum dibekali dengan keterampilan manajemen konflik atau complaint handling, yang padahal sangat krusial dalam industri pariwisata. Kurangnya respons ramah terhadap keluhan dapat menimbulkan kesan buruk, mengganggu loyalitas wisatawan, dan menghambat promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Secara keseluruhan, grafik menunjukkan bahwa nilai-nilai lokal seperti kesopanan dan keramahan sudah tertanam, tetapi belum terstruktur dalam sistem layanan profesional. Keramahtamahan yang berbasis budaya perlu diperkuat dengan pelatihan layanan wisata yang sistematis, termasuk keterampilan komunikasi, standar resepsionis, penyajian layanan, dan manajemen keluhan. Untuk itu diusulkan rekomendasi Strategis yaitu:

1. Pelatihan Hospitality Dasar untuk pemilik homestay dan petugas layanan, terutama dalam komunikasi, penyambutan tamu, dan manajemen keluhan.
2. Pengembangan SOP Layanan Wisata di Desa Kulu, agar nilai-nilai budaya bisa diintegrasikan ke dalam sistem pelayanan yang profesional.
3. Penguatan Peran Resepsionis sebagai garda depan interaksi formal, dengan pelatihan khusus dalam *front-office management*.
4. Monitoring dan Evaluasi Berkala terhadap aspek keramahtamahan, untuk menjamin peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan.

## **2. Hasil Wawancara**

Peneliti telah melakukan wawancara di objek wisata dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan 30 (Tiga Puluh) orang informan yang datang di tempat wisata mangrove desa Budo dan informan terbagi dalam dua kategori yaitu 13 (Tiga belas) Informan Laki-laki dan 17 (Tujuh belas) Informan Perempuan. Peneliti mengajukan delapan pertanyaan yang terbagi dari lima pertanyaan berdasarkan lima indikator kualitas pelayanan, dan tiga pertanyaan berdasarkan tiga indikator keramahtamahan. Peneliti melakukan proses wawancara dengan informan yang adalah wisatawan yang datang dari luar desa Budo. Untuk mendapatkan hasil yang valid, peneliti hanya mewawancarai informan yang berusia di atas 18 tahun agar mendapatkan hasil yang lebih terukur, dan untuk menjaga kerahasiaan nama informan, peneliti hanya akan memuatnya dalam bentuk kode Informan 1,2,3 seterusnya. Berikut adalah hasil wawancara yang telah di dapatkan peneliti pada saat mengumpulkan data. Dan data di kelompokan berdasarkan fenomena yang paling sering timbul saat peneliti mengambil data berdasarkan indikator-indikator yang digunakan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

### **a. Tangible (Bukti Fisik)**

Indikator tangible meliputi aspek fisik yang terlihat langsung oleh pengunjung seperti meja, kursi, toilet, tempat cuci tangan, gazebo, serta kebersihan lingkungan objek wisata. Dari 30 informan yang

diwawancara, ditemukan tanggapan yang bervariasi; sebagian besar menyoroti aspek kebersihan dan keterbatasan fasilitas, meskipun beberapa memberikan apresiasi terhadap kondisi yang ada.

Sebagian informan memberikan tanggapan positif.

*Fasilitasnya bagus... mejanya, kursi, tempat cuci tangan, apalagi ya, oh tempat sampah. Lumayan bersih* (Informan 4).

Hal serupa dikemukakan oleh Informan 10 yang menyatakan bahwa:

*Untuk kebersihan fasilitas sudah cukup memadai dari segi toilet, gazebo juga; hanya saja fasilitas tempat cuci tangan yang hanya ada satu di area lima gazebo besar mungkin bisa jadi perhatian untuk pengembangan lebih lanjut* (Informan 10).

Namun, banyak pula informan yang menyoroti kekurangan. Informan 2 menyampaikan bahwa:

*Kalau dari fasilitas sih lumayan ya, dari kebersihan juga boleh, tapi saya masih risih dengan sampah di bawah gazebo dan di bawah tenan-tenan yang ada*” (Informan 2).

Keluhan serupa disampaikan Informan 7:

*Meja dan perabotan lain kayaknya selalu dibersihkan, bagus sih. Tempat sampah di setiap gazebo ada, tapi saya perhatikan yang di bawah tenan itu banyak sampah, ya.*

*Kalau menurut saya, agar terlihat lebih bersih, boleh sih itu diangkat sampah-sampahnya* (Informan 7).

Informan lainnya, yaitu Informan 16, memberikan penilaian yang cukup tinggi, namun tetap menyoroti masalah kebersihan:

*Penilaian saya kalau berdasarkan nilai, 90, karena fasilitasnya sudah bagus, ada toilet, itu penting. Tapi masih kurangnya di sampah di bawah tenan, soalnya mengganggu*” (Informan 16).

Sementara itu, Informan 23 menegaskan bahwa:

*Lebih ke kebersihan yang masih perlu diperhatikan; sampah-sampah dan sisa-sisa makanan yang masih saya lihat di bawah tenan sangat mengganggu* (Informan 23).

Selain isu sampah, distribusi tempat cuci tangan juga menjadi sorotan.

*Yang jadi penilaian saya yaitu lebih ke tempat cuci tangan, soalnya tempat cuci tangannya kok cuma satu, ya. Lumayan jauh sih tadi, soalnya saya di gazebo yang agak jauh*” (Informan 12).

Hal senada disampaikan oleh Informan 21 yang menyebutkan:

*Kemudian dari fasilitas gazebo menurut saya sudah bagus, mungkin tinggal menambahkan beberapa tempat cuci tangan*” (Informan 21).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengunjung memiliki kesan positif terhadap fasilitas utama seperti gazebo, toilet, dan tempat duduk. Namun, aspek kebersihan lingkungan, terutama di bawah gazebo dan tenan, menjadi perhatian kritis. Beberapa pengunjung menyatakan rasa tidak nyaman akibat keberadaan sampah, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan pelaksanaan kebersihan rutin. Selain itu, kurangnya fasilitas cuci tangan yang tersebar secara merata mengurangi kenyamanan pengunjung, khususnya di area yang lebih jauh dari titik utama. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara umum fasilitas fisik sudah tersedia, namun aspek pemeliharaan dan distribusi belum optimal. Dalam kerangka lima dimensi kualitas pelayanan (Parasuraman et al., 1988), dimensi tangible merupakan kesan pertama yang membentuk pengalaman pelanggan. Kelemahan pada aspek ini dapat memengaruhi persepsi menyeluruh terhadap pelayanan, mengurangi kepuasan, dan bahkan minat untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, peningkatan kebersihan rutin dan evaluasi ulang terhadap penyebaran fasilitas cuci tangan sangat diperlukan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan di objek wisata Mangrove Desa Budo.

### **b. Reliability (Keandalan Pelayanan)**

Mayoritas informan menyatakan bahwa layanan di objek wisata sudah baik. Beberapa responden bahkan menyatakan tidak pernah mengalami masalah pelayanan.

*Untuk layanan cukup memadai. Saya belum pernah mendapatkan masalah dengan layanan yang diberikan* (Informan 10)

Namun demikian, ada beberapa keluhan mengenai keterlambatan pengantaran makanan serta kurangnya kebersihan dan standar dalam penyajian makanan.

*Saya pernah pesan air mineral sampai ke saya itu saya hitung sekitaran 40 menit lebih. Cukup lama* (Informan 14) *Ketika mereka membawa makanan tidak ditutup... mungkin ada serangga atau lalat atau yang lainnya bisa hinggap* (Informan 21)

Tingkat keandalan secara umum telah baik, namun konsistensi pelayanan khususnya pada layanan makanan dan kebersihan masih harus ditingkatkan. Ini menunjukkan belum adanya SOP yang disiplin dioperasionalkan oleh seluruh staf.

### **c. Assurance (Jaminan Keamanan dan Kenyamanan)**

Sebagian besar informan merasa aman dan nyaman selama berada di tempat wisata.

*Kalau dari penilaian saya pribadi aman dan tempatnya sejuk* (Informan 4)

Namun, beberapa pengunjung mengkritisi kurangnya pembatas di jembatan serta potensi bahaya dari instalasi listrik.

*Untuk lampu-lampu LED ada baiknya dikasih pembungkus agar aman... biar tidak tersengat listrik* (Informan 14)

*Ada jembatan... takut anak saya jatuh karena kayunya udah keropos* (Informan 17)

Hal ini mencerminkan bahwa jaminan keamanan masih perlu ditingkatkan dengan perbaikan sarana fisik, terutama untuk anak-anak. Meskipun suasana umum dirasa aman, risiko laten dari instalasi dan infrastruktur harus segera diantisipasi.

### **d. Empathy (Empati dan Perhatian Pengelola)**

Sebagian informan menilai perhatian dari pengelola masih kurang, terkesan sibuk sendiri dan kurang responsif.

*Masih kurang karena semua kayak sibuk sama urusannya sendiri ya* (Informan 6)

*Menurut saya masih belum semua memiliki perhatian yang sama, perlu ditingkatkan* (Informan 19)

Namun, ada juga informan yang merasa cukup diperhatikan oleh masyarakat maupun pengelola.

*Perhatian dari masyarakatnya mantap, mereka selalu tersenyum dan menerima saya dengan baik* (Informan 18)

Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa aspek empati masih belum merata dirasakan. Ada gap antara pengelola dan pengunjung dalam hal perhatian dan keramahan. Hal ini mengindikasikan pentingnya pelatihan frontliner dan pendekatan berbasis pelayanan prima.

### **e. Responsiveness (Daya Tanggap)**

Sebagian besar pengunjung menilai pengelola kurang tanggap dan cenderung pasif dalam merespon kebutuhan pengunjung.

*Masih kurang dalam hal bantuan, terkesan harus diberitahu terlebih dahulu* (Informan 1)  
*Pengelolanya terkesan cuek.* (Informan 23)

Namun demikian, masyarakat setempat terlihat lebih sigap.

*Masyarakatnya sigap untuk membantu ketika kita meminta bantuan* (Informan 9).

Data hasil wawancara ini menggambarkan bahwa terdapat perbedaan antara daya tanggap pengelola dan masyarakat. Responsivitas dari pengelola cenderung rendah dan harus ditingkatkan, khususnya dalam memberikan bantuan secara inisiatif.

Dari segi keramahan mayoritas informan menilai sikap pengelola dan masyarakat sopan dan ramah.

*Sopan-sopan saja selama tidak membuat sebuah kehebohan* (Informan 1)

Namun ada juga keluhan terkait minimnya sapaan atau keramahan dari pihak pengelola.

*Kayak nggak ada yang kasih salam gitu... mereka kayak cuek aja* (Informan 5)

Terlihat bahwa kesopanan secara umum dirasakan baik, namun aspek pelayanan seperti menyapa atau memberi salam belum menjadi budaya yang kuat di kalangan pengelola. Ini bisa memperkuat kesan “tidak ramah. Sebagian besar pengunjung mengaku merasa diperlakukan baik.

*Saya rasa baik.* (Informan 1)

Namun ada satu-dua keluhan terhadap perlakuan staf, terutama saat melayani makanan.

*Pas pesan makanan, kakaknya kayak marah-mara* (Informan 2)

Jadi, perilaku baik sudah menjadi norma umum, namun diperlukan konsistensi dan pengawasan terhadap staf untuk menghindari pengalaman negatif yang bisa merusak citra. Tanggapan informan beragam. Beberapa mengeluhkan sikap kasir yang dingin atau jutek.

*Kasirnya kurang ramah, mungkin sudah capek jadi agak jutek* (Informan 1)

*Saat nanya pesanan, kasirnya kayak cuma buang muka* (Informan 4)

Namun, ada juga yang menyatakan keramahan sangat baik.

*Sangat ramah, dari tadi kami disambut dengan senyum* (Informan 14)

Dinilai bahwa sikap ramah menjadi salah satu indikator yang menunjukkan ketimpangan layanan antar individu. Hal ini menunjukkan perlunya standarisasi dan pelatihan etika layanan untuk seluruh staf secara merata.

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil wawancara dari 30 informan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Reliability dan Assurance cukup tinggi, namun perlu perhatian terhadap pelayanan makanan dan keamanan fisik.
2. Empathy dan Responsiveness cenderung masih lemah dari sisi pengelola, meskipun masyarakat lebih proaktif.
3. Keramahtamahan (Sopan, Ramah, dan Perilaku Baik) mayoritas dinilai positif, namun inkonsistensi perilaku petugas menjadi catatan penting.

Perbaikan dalam standar operasional pelayanan, pelatihan SDM, dan penguatan etika kerja sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan secara menyeluruh.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan analisis terhadap lima indikator kualitas pelayanan (tangible, reliability, assurance, empathy, dan responsiveness) serta tiga indikator keramahtamahan (sopan, baik, dan ramah), dapat disimpulkan bahwa objek wisata Mangrove Desa Budo telah memberikan pelayanan yang cukup memuaskan bagi pengunjung. Namun demikian, masih terdapat berbagai aspek yang perlu ditingkatkan guna mencapai kualitas pelayanan dan keramahtamahan yang optimal. Dari aspek *tangible*, fasilitas fisik seperti gazebo, tempat duduk, dan area umum dinilai memadai, namun kebersihan lingkungan, khususnya pada area gazebo dan pengelolaan sampah, masih perlu ditingkatkan. Indikator *reliability* menunjukkan bahwa pelayanan belum konsisten, terutama dalam hal sapaan awal dan kecepatan pengantaran makanan. Pada aspek *assurance*, jaminan keamanan seperti penyediaan pelampung dan pagar pembatas di dermaga masih belum maksimal, sehingga menimbulkan potensi risiko bagi pengunjung. Indikator *empathy* menunjukkan bahwa pengelola belum sepenuhnya responsif terhadap kebutuhan dan pertanyaan pengunjung. Demikian pula, *responsiveness* terhadap keluhan pengunjung masih perlu ditingkatkan agar pengelola dapat lebih proaktif dalam memberikan solusi. Kurangnya empati dan daya tanggap ini berpengaruh pada kenyamanan dan kepuasan pengunjung secara keseluruhan. Sementara itu, dari segi keramahtamahan, suasana umum yang diciptakan sudah cukup baik, tetapi sikap ramah dari staf, khususnya resepsionis dan kasir, serta penyajian makanan yang komunikatif, masih perlu ditingkatkan. Keramahtamahan yang optimal terbukti memiliki kontribusi penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan dan membangun kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil temuan tersebut, disarankan agar pengelola objek wisata meningkatkan kualitas layanan melalui pelatihan staf yang berfokus pada

sikap sopan, pelayanan yang cepat dan responsif, serta kepedulian terhadap kebutuhan pengunjung. Pengelola juga perlu memperhatikan aspek keamanan secara menyeluruh, meningkatkan kebersihan lingkungan, serta membangun sistem umpan balik yang efektif dengan memantau dan menindaklanjuti komentar dari pengunjung melalui platform daring. Adapun untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar fokus kajian diperluas tidak hanya pada kualitas pelayanan dan keramahtamahan, tetapi juga mencakup dimensi lain seperti kepuasan, loyalitas, dan niat kunjung ulang. Penggunaan metode kuantitatif juga direkomendasikan untuk menguji hubungan antarvariabel secara lebih terukur, serta peningkatan jumlah responden agar hasil penelitian lebih representatif. Dengan demikian, kajian ke depan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kualitas pelayanan dan keramahtamahan dalam konteks destinasi ekowisata seperti Mangrove Desa Budo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dihotel Rizen Kedaton bogor, Jurnal pemasaran kompetitif
- Aria, M., dan Atik, I., L. (2018): Tata kelola dan Peningkatan Kualitas pelayanan Administrasi di PT. BAM. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan, 16.
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Given, L. M., ed. 2015. *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*.  
*SAGE Publications*.
- Herdiyanto, E. 2016. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta Indrasari, Meithiana.  
2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Jogjakarta:  
Penerbit: Erlangga Anggota Ikapi.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016): Pengertian Keramahtamahan.
- Kasmir. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik). Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip, and Kevin L. Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. *15th ed.* Jakarta: Erlangga.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). *Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. Journal of Marketing*, 80 (6), 69-89
- Lovelock, Christopher, and Jochen Wirtz. 2011. *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. New Jersey: Pearson.
- Mitracomm Ekasarana. 2020. *Kualitas Pelayanan dan Keramahtamahan dalam Pariwisata*. Jakarta: Mitracomm.
- Moleong, L. J. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. Accessed March 13, 2025.  
<https://www.brainacademy.id/blog/metode-penelitian-kualitatif>.
- Stewart, D.,and K. Cash. 2023.
- Wawancara: Interaksi dan Pertukaran Informasi. *Journal on Education* 6 (1): 6328-6335. E-ISSN: 2654-5497, P-ISSN:655-1365, <http://jonedu.org/index.php/joe>.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Tjiptono, F. dan Hakim 2016. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yamit, Z. 2010. Manajemen Kualitas Pelayanan. Yogyakarta: Ekonisia.
- Zeithaml, V. A., L. L. Berry, and A. Parasuraman. 2015. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press.