

Studi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dilihat Dari Manajemen Pelayanan Pariwisata dan Kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Kabupaten Pangandaran

Dikdik Supriyadi, Endang Komara
Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya
dikdik.supriyadi92@gmail.com

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting sehingga Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran, sejak Tahun 2015 melakukan Pengembangan kepariwisataan di wilayahnya. Pelayanan yang berkualitas sangat menentukan keberhasilan bisnis pariwisata. Perpaduan manajemen pelayanan, kompetensi staf didukung sarana prasarana atau fasilitas yang baik diharapkan mampu mewujudkan pelayanan prima, yaitu pelayanan yang mampu memberikan nilai (value) positif sehingga terciptanya kepuasan wisatawan. Manajemen pengembangan pariwisata di Kabupaten Pangandaran direncanakan dan dikembangkan secara ramah lingkungan dengan tidak menghabiskan atau merusak sumber daya alam dan sosial, tetapi dipertahankan untuk pemanfaatan yang berkelanjutan. Visi Kabupaten Pangandaran adalah: "Menjadi Daerah Tujuan Wisata berkelas dunia". Di tengah perjalanan mewujudkan visi dan misi tersebut, pada tahun 2020 ini pariwisata mendapatkan imbas dari munculnya sebuah pandemi Corona Virus Disease (Covid-19) yang membuat objek wisata harus di tutup. Beberapa cara penanggulangan dilakukan untuk mengurangi resiko penularan seperti dirumah aja, jaga jarak, cuci tangan, pakai masker (DJCM), pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Setelah Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) diberlakukan wisatawan dari berbagai daerah berbondong-bondong liburan ke pantai Pangandaran. Kondisi ini membuktikan bahwa pariwisata di Kabupaten Pangandaran menjadi pilihan karena pelayanan protokol kesehatannya yang sangat baik sehingga wisatawan merasa aman puas untuk berwisata.

Kata Kunci: Pariwisata, Wisatawan, Covid-19, Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB)

ABSTRACT

Tourism is an important economic sector so that the Pangandaran Regency Tourism and Culture Office, since 2015 has carried out tourism development in its region. Quality service is crucial to the success of the tourism business. The combination of service management, staff competence supported by good infrastructure or facilities is expected to be able to realize excellent service, namely services that are able to provide positive values so as to create tourist satisfaction. The management of tourism development in Pangandaran Regency is planned and developed in an environmentally friendly manner by not consuming or destroying natural and social resources, but is maintained for sustainable use. The vision of Pangandaran Regency is: "To become a world class tourist destination". In the midst of realizing this vision and mission, in 2020 tourism will get the impact of the emergence of a Corona Virus Disease (Covid-19) pandemic which makes tourist attractions must be closed. Several countermeasures are carried out to reduce the risk of transmission, such as at home, maintaining distance, washing hands, wearing masks (DJCM), large-scale social restrictions (PSBB) and New Habit Adaptation (AKB). After the New Habit Adaptation (AKB) was imposed, tourists from various regions flocked to vacation to Pangandaran beach. This condition proves that tourism in Pangandaran Regency is an option because of its excellent health protocol services so that tourists feel safe satisfied for traveling.

Keywords: Tourism, Tourists, Covid-19, Adaptation to New Habits (AKB)

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditas minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Berdasarkan data tahun 2016, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 11.525.963 juta lebih atau tumbuh sebesar 10,79% dibandingkan tahun sebelumnya. Selain sebagai sumber pendapatan devisa, pariwisata juga memberikan kontribusi untuk penciptaan lapangan kerja, kegiatan produksi dan pendapatan nasional, pertumbuhan sektor swasta dan pembangunan infrastruktur. Pariwisata juga berpotensi mendorong peningkatan penerimaan negara dari pajak, terutama pajak tidak langsung.

Tahun berikutnya, pariwisata merupakan penyumbang devisa terbesar nomor dua bagi negara. Indonesia merupakan salah satu negara yang paling suka dikunjungi oleh wisatawan asing, maka dari itu Indonesia terus mengembangkan pariwisata melalui berbagai program yang memicu percepatan pengembangan destinasi wisata dan peningkatan sumberdaya atau kapasitas pelaku usaha pariwisatanya. Pariwisata sebagai bisnis jasa *hospitality*, maka kualitas pelayanan yang humanis menjadi kunci keberhasilan dalam memuaskan wisatawan (Hermawan, 2017: 2). Pelayanan yang berkualitas sangat menentukan keberhasilan bisnis pariwisata. Pelayanan berkualitas dapat diwujudkan melalui sumber daya manusia yang kompeten untuk mewujudkan nilai-nilai dalam pelayanan prima, serta didukung sarana prasarana atau fasilitas yang memadai. Perpaduan manajemen pelayanan, kompetensi staf didukung sarana prasarana atau fasilitas yang baik diharapkan mampu mewujudkan pelayanan prima, yaitu pelayanan yang mampu memberikan nilai (*value*) positif sehingga terciptanya kepuasan wisatawan.

Kabupaten Pangandaran memiliki destinasi pariwisata yang sangat luas dan beragam, sehingga visi Kabupaten Pangandaran berorientasi pada pariwisata. Visi Kabupaten Pangandaran adalah: "Menjadi Daerah Tujuan Wisata Berkelas Dunia". Kabupaten Pangandaran terbentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2012 tentang Pembentukan Kabupaten Pangandaran di Provinsi Jawa Barat. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa Kabupaten Pangandaran berasal dari sebagian wilayah Kabupaten Ciamis, yang terdiri dari: Kecamatan Parigi, Kecamatan Cijulang, Kecamatan Cimerak, Kecamatan Cigugur, Kecamatan Langkaplancar,

Kecamatan Mangunjaya, Kecamatan Padaherang, Kecamatan Kalipucang, Kecamatan Pangandaran dan Kecamatan Sidamulih. Ibu Kota Kabupaten Pangandaran berkedudukan di Kecamatan Parigi.

Di tengah perjalanan mewujudkan visi dan misi tersebut, pada tahun 2020 ini pariwisata mendapatkan imbas dari munculnya sebuah pandemi. Sejak awal tahun 2020, dunia dihebohkan dengan adanya wabah virus corona yang berasal dari China. Virus corona atau *Covid-19* menyebabkan kepanikan di China dan menimbulkan korban jiwa sampai ribuan orang penduduk China. Beberapa negara di belahan dunia pun ikut terjangkit virus *Covid-19* ini. Salah satu negara yang terjangkit virus ini adalah Indonesia. *Covid-19* telah menjadi masalah global dan menimbulkan dampak bagi aktivitas internasional, seperti ekonomi dan berbagai aktivitas lainnya. Salah satu aktivitas perekonomian yang terkena imbas dari *Covid-19* adalah sektor pariwisata. Seiring hadirnya *Corona Virus Disease (Covid-19)*, hampir semua sendi-sendi kehidupan di belahan dunia mengalami kelumpuhan, tak terkecuali Indonesia. Akibat adanya wabah virus *Covid-19*, maka semua hal yang berkaitan dengan pariwisata di Indonesia untuk sementara dihentikan. Hal ini mengakibatkan sektor pariwisata mati langkah.

Pandemi *Covid-19* merupakan salah satu wabah virus penyakit yang timbul pertama kali di salah satu negara besar yaitu Cina, tepatnya di Kota Wuhan. Penyebaran virus ini menjadi sebuah momok yang menggemparkan dunia karena penularannya yang realtif cepat. Kondisi inilah yang menuntut Pemerintah Republik Indonesia harus bertindak guna menekan penyebarannya. Presiden Indonesia, Joko Widodo sebagai kepala negara bersama pemerintah mengeluarkan salah satu instruksi yaitu sistem Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pembatasan Sosial Berskala Besar merupakan salah satu langkah yang dipercaya dapat membantu masyarakat untuk menjaga kondisi diri untuk tidak tertular oleh *Covid-19* ini.

Berbagai kebijakan disosialisasikan dan dilaksanakan guna mencegah penyebaran virus tersebut. Termasuk kebijakan merumahkan seluruh pekerja atau dikenal dengan istilah *Work From Home (WFH)*. Kebijakan ini, secara otomatis diterapkan juga oleh Kepala Daerah di wilayahnya. Kabupaten Pangandaran yang menyatakan diri sebagai kabupaten pariwisata, tentu saja ikut terdampak akibat adanya penyebaran virus ini. Pertengahan bulan maret 2020, seluruh destinasi wisata ditutup. Seluruh pekerja atau pelaku usaha pariwisata pun di

rumahkan. Tentu, hal itu mengakibatkan adanya kemandegan dalam berbagai sektor, baik ekonomi, sosial, politik, dan usaha.

Pariwisata Kabupaten Pangandaran merupakan salah satu sektor yang turut mengalami kelumpuhan akibat adanya pandemi ini, yang mana seluruh destinasi wisata harus tutup sementara waktu yang tidak bisa diperkirakan, demi mengantisipasi adanya peularan virus corona atau *Covid-19* ini. Oleh sebab itu, upaya untuk tetap *survive* dan/atau tetap menjaga asa untuk tetap bertahan di tengah situasi yang ada harus dilakukan.

Kebijakan penutupan destinasi wisata di Kabupaten Pangandaran, dilakukan dengan terbitnya Surat Edaran Bupati Pangandaran Nomor: 443/1012/SETDA/2020 Tanggal 26 Maret 2020 tentang Peningkatan Kewaspadaan dan upaya pencegahan terhadap resiko penularan infeksi Corona Virus Disease 2019 (*Covid-19*) di Kabupaten Pangandaran. Surat edaran ini diberlakukan sejak tanggal 26 Maret 2020 setelah sebelumnya diluncurkan kebijakan berupa Keputusan Bupati Pangandaran Nomor: 443/Kpts.92-Huk/2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanggulangan Corona Virus Disease 2019 (*Covid-19*) di Kabupaten Pangandaran.

Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Covid-19* Kabupaten Pangandaran mencatat bahwa pasien yang sebelumnya dinyatakan positif *Covid-19* dinyatakan sembuh (wawancara dengan ketua Gugus Tugas *Covid-19*, tanggal 13 April 2020). Saat ini, jika ada satu pun pasien *Covid-19* di Pangandaran, maka mereka wajib menjalani perawatan di rumah sakit atau isolasi mandiri. Adapun data sebaran kasus *Covid-19* di Kabupaten Pangandaran dapat dilihat pada bagan berikut ini.



Gambar 1.1. Sebaran Kasus *Covid-19* di Kabupaten Pangandaran
(Sumber: Dinas Kesehatan Kabupten Pangandaran Tahun 2020)

Namun demikian, meskipun operasi yustisi protokol kesehatan gencar dilakukan setiap hari oleh petugas gabungan guna menjangkau warga, wisatawan maupun pedagang yang bandel tidak pakai masker, mengingatkan agar tetap menjaga

jarak, dan sering mencuci tangan dengan menggunakan sabun anti septik, jumlah kunjungan ke destinasi yang ada di Kabupaten Pangandaran relatif menurun cukup dratis.

Upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran dalam menanggulangi penurunan pengunjung ini dilakukan melalui penegakan regulasi berupa Keputusan Bupati Pangandaran Nomor 443/kpts.204-Huk/2020 tentang Pemberlakuan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) Dalam Rangka Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* untuk Persiapan Menuju New Normal di Kabupaten Pangandaran. Adanya regulasi tersebut, memberikan pencerahan bagi warga Pangandaran yang berusaha di sektor pariwisata. Sejak Tanggal 5 Juli 2020, semua destinasi wisata di Kabupaten Pangandaran kembali dibuka. Meskipun diawali hanya untuk pengunjung atau wisatawan dalam Provinsi Jawa Barat saja dengan ketentuan harus membawa dan memperlihatkan surat *rapid test* di posko Jaga Perbatasan Kabupaten Pangandaran.

Menjelang masa Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) atau dikenal juga dengan istilah *new normal*, wisata aman menjadi salah satu hal yang perlu dipertimbangkan sebelum wisatawan memutuskan untuk pergi berlibur. Setelah beberapa bulan terkurung di dalam rumah karena menjalankan himbauan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) banyak masyarakat yang menanti pemberlakuan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) atau *new normal*, bukan berarti masa pandemi di Indonesia telah selesai. Di era AKB pun bukan berarti masyarakat bisa beraktivitas biasa seperti sebelum masa pandemi terjadi. AKB adalah sebuah kebijakan cara beraktivitas dengan berbagai kebiasaan baru untuk memutus rantai penyebaran infeksi virus corona yang mungkin terjadi. Begitu pula dengan berwisata saat AKB bukan berarti wisatawan bisa sembarangan datang ke tempat wisata. Wisatawan perlu memastikan tempat wisata tersebut aman dan mengikuti protokol kesehatan sesuai himbauan pemerintah dan tenaga medis.

Upaya Pemerintah Kabupaten Pangandaran diapresiasi oleh Ketua Gugus Tugas Percepatan Penanggulangan *COVID-19* Jawa Barat (Jabar) Ridwan Kamil "Penerapan AKB di objek wisata Pangandaran dinilai sudah baik dan direkomendasikan sebagai contoh oleh semua pengelola pariwisata Jawa Barat yang ada di zona biru. (Kabar Priangan, Kamis 11/6/20). Keberhasilan penerapan AKB sektor pariwisata di Pangandaran terletak pada kedisiplinan pelaku wisata dan wisatawannya serta ketegasan pengelola menegakkan aturan. Di pintu masuk Pantai Pangandaran, pengunjung yang awalnya hanya wisatawan Jawa barat harus bebas *Covid-19*

dengan menunjukkan surat keterangan sudah melakukan rapid test.

Upaya yang dilakukan ternyata membuahkan hasil yang luar biasa, pada libur panjang menjelang HUT Kemerdekaan Republik Indonesia ke-75 tingkat kunjungan mengalami peningkatan yang cukup fantastis. Meskipun kondisi masih pandemi *Covid-19* namun wisatawan dari berbagai daerah tetap berbondong-bondong liburan ke pantai di bagian selatan Jawa Barat tersebut. Membeludaknya wisatawan di Pantai Pangandaran sudah terjadi sejak hari Minggu pagi tanggal 16 Agustus 2020. Tak cuma Pantai Pangandaran, wisawatan juga ramai di lokasi wisata lain seperti Batu Karas, greencanyon, karapyak dan Batu Hiu.

Kondisi di atas membuktikan bahwa pariwisata di Kabupaten Pangandaran menjadi pilihan karena pelayanan protokol kesehatannya yang sangat baik. Alternative pilihan tempat wisata ini juga tentunya harus diimbangi dengan kepuasan wisatawan yang datang berkunjung dimasa pandemi *Covid-19* ini. Selain itu, terlihat dari data lapangan yang menunjukan bahwa mayoritas wisatawan yang datang adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung bahkan sampai berkali-kali. Mengingat bahwa pembelian ulang atau dalam pariwisata berupa kunjungan ulang menjadi parameter tingkat loyalitas wisatawan (Kertajaya, 2013 dan Tjiptono, 2015). Diduga, wisatawan yang datang kembali merupakan bentuk kepuasan terhadap pelayanan yang dilakukan pengelola. Sehingga, kepuasan tersebut berdampak pada keinginan untuk berkunjung kembali ke Pangandaran. Tetapi, benarkah wisatawan yang datang pada masa *pandemic covid-19* adalah wisatawan yang merasa puas oleh manajemen pelayanan pariwisata dan karena berlakunya Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di destinasi wisata Kabupaten Pangandaran? Atau hanya karena merasa bosan dan stres setelah beberapa bulan tinggal di rumah?

Meskipun beragam kontribusi pariwisata terhadap perekonomian telah disadari sejak lama namun sejauh ini penelitian tentang pengaruh manajemen pariwisata, kebijakan-kebijakan pemerintah terhadap kondisi pariwisata belum banyak membahas tentang pertumbuhan ekonomi belum mendapatkan porsi yang cukup besar di Indonesia. Berdasarkan fakta tersebut, studi ini akan mencoba mengelaborasi lebih lanjut arah hubungan atau pengaruh serta akan menggali sejauh mana kepuasan wisatawan dapat diwujudkan dengan manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan-kebijakaan terkait dengan kondisi darurat atau masa pandemi *Covid-19*. Dalam Penelitian ini akan dibahas lebih lanjut melalui analisis pengaruh dan hubungan masing-

masing variable yang dituangkan dalam bentuk tesis berjudul: “Studi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dilihat Dari Manajemen Pelayanan Pariwisata Dan Kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Kabupaten Pangandaran.”

Produk Pariwisata memiliki karakter yang berbeda dibandingkan dengan produk industry lain. Delapan karakter produk pariwisata antara lain pariwisata tidak dapat dipindahkan; pariwisata tidak memerlukan perantara untuk mencapai kepuasan; pariwisata tidak dapat ditimbun atau disimpan; pariwisata sangat dipengaruhi oleh faktor non ekonomis; tidak dapat dicoba atau dicicipi; sangat tergantung pada faktor manusia; memiliki tingkat resiko yang tinggi dalam hal investasi; dan tidak memiliki standar atau ukuran yang objektif dalam menilai mutu produk (Isdarmanto, 2017).

Karakteristik pariwisata inilah yang pada dasarnya membuat pariwisata sangat rentan terhadap perubahan. Karena karakteristiknya yang unik, pariwisata hanya bisa di alami di destinasi tertentu yang tidak bisa digantikan di tempat lain. Hal ini memiliki implikasi, yaitu faktor manusia yang berpindah tempat memainkan peran utama dalam kegiatan pariwisata. Dalam kondisi tertentu yang tidak memungkinkan manusia berpindah tempat, seperti bencana alam atau wabah, baik di tempat asal maupun di destinasi yang dikunjungi, hampir dapat dipastikan kegiatan pariwisata juga tidak berjalan dengan baik, bahkan sepenuhnya terhenti.

Sejarah pariwisata modern, menurut Sezgin dan Yolal (2012:5), diawali dengan peningkatan minat terhadap perjalanan rekreasi yang terjadi pada awal abad ke-20, seiring dengan meningkatnya kondisi ekonomi, minat, dan perkembangan di bidang transportasi. Namun fasilitas saja belum cukup bagi wisatawan, karena mereka juga butuh bentuk-bentuk layanan publik lainnya. Ukuran untuk menilai layanan ini didasarkan atas kepuasan pelanggan, kualitas pemberian layanan, pemahaman pemberi layanan atas kualitas layanan tersebut dan sebagainya.

Rumusan Masalah

Masalah kepuasan wisatawan selalu hangat untuk dikaji. Hal ini disebabkan karena menyangkut dinamika kehidupan di semua sektor dalam pelaksanaan yang menyangkut pelayanan, interaksi, koordinasi, administrasi, komunikasi, supervisi, dan implementasi semua komponen sumber daya manusia. Kepuasan dalam satu sektor juga bisa diakibatkan karena adanya sebuah kejadian, musibah, wabah atau kebijakan yang dibuat karena kondisi saat itu.

Kajian ini dirumuskan secara umum sebagai berikut: “Seberapa besar pengaruh manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan adaptasi

kebiasaan baru (AKB) terhadap kepuasan wisatawan di Kabupateen Pangandaran?”.

Untuk memfokus masalah ini, berikut di kemukakan rumusan masalah tersebut yang dijelaskan menjadi beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Seberapa besar pengaruh manajemen pelayanan pariwisata terhadap kepuasan wisatawan di Kabupateen Pangandaran?
- 2) Seberapa besar pengaruh kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) terhadap kepuasan wisatawan di Kabupateen Pangandaran?
- 3) Seberapa besar pengaruh manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) secara bersamaan terhadap kepuasan wisatawan di Kabupateen Pangandaran?

KAJIAN LITERATUR

Kepuasan

Berbicara mengenai kepuasan sangat erat hubungannya dengan pelanggan atau konsumen. Untuk memahami pengertian kepuasan berikut dipaparkan pendapat ahli mengenai kepuasan pelanggan atau kepuasan konsumen terlebih dahulu. Kotler dalam Rangkuti (2003:23) menjelaskan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya. Menurut Zulian Yamit (2005:78):

Kepuasan juga berhubungan erat dengan kualitas suatu produk atau jasa. Kualitas jasa atau kualitas pelayanan yang mendefinisikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Tjiptono, 2005 : 110).

Kotler dalam Majid (2009: 46), menyatakan terdapat lima kriteria penentu kepuasan pelayanan, yaitu:

- a. Tangible (nyata), yaitu berupa fasilitas dan perlengkapan karyawan.
- b. Empathy (empati), yaitu memberikan perhatian kepada pelanggan dan memahami apa yang diinginkan pelanggan.
- c. Reliability (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- d. Responsiveness (ketanggapan), yaitu kemampuan perusahaan untuk menangani pelanggan dengan baik.
- e. Assurance (jaminan), yaitu sikap sopan terhadap pelanggan dalam memberikan pelayanan serta dapat dipercaya agar pelanggan bebas dari resiko.

Kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Makens, 1999). Dalam bukunya yang lain, Kotler (2002) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan tentang daya tarik wisata dibandingkan dengan harapan wisatawan sebelum berkunjung di daya tarik wisata tersebut.

Dalam bisnis pariwisata pelayanan terlihat sebagai salah satu variabel penentu kepuasan (Ihshani, 2005; Hamzah & Hariyanto, 2015; dan Priyanto, 2016). Kepuasan pengunjung yaitu tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya, maka dalam menilai tingkat kepuasan dilakukan pengukuran antara kesesuaian harapan wisatawan dilayani dibandingkan dengan pelayanan nyata yang diberikan pengelola destinasi wisata.

Wisatawan

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan suatu perjalanan wisata meninggalkan tempat asalnya dengan jangka waktu sekurang-kurangnya 24 jam. (Suwantoro, 1997:4). Sementara Damardjati (2001:42) mendefinisikan wisatawan adalah Seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata disebut dengan wisatawan (tourist), jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam didaerah atau negara yang dikunjungi. Apabila mereka tinggal di daerah atau negara yang dikunjungi dengan waktu kurang dari 24 jam maka mereka disebut pelancong (excursionist).

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi. Menurut Nyoman (2003:14), wisatawan adalah “orang yang melakukan kegiatan wisata atau orang yang melakukan perjalanan untuk sementara waktu ke tempat atau daerah yang sama sekali masih asing baginya”.

Menurut Smith (dalam Pitana dan Gayatri, 2005, hlm. 53) wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang berbeda.

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Makens, 1999). Dalam bukunya yang lain, Kotler (2002) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan

antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan tentang daya tarik wisata dibandingkan dengan harapan wisatawan sebelum berkunjung di daya tarik wisata tersebut. Dalam bisnis pariwisata pelayanan terlihat sebagai salah satu variabel penentu kepuasan. (Hamzah & Hariyanto, 2015; dan Priyanto, 2016).

Strategi bersaing pada bisnis pariwisata dewasa ini mutlak menuntut perhatian penuh para pengelola jasa pariwisata dalam mengelola kepuasan maupun ketidakpuasan. Pada dasarnya skema bisnis suatu perusahaan jasa wisata adalah menciptakan kepuasan wisatawan, dengan harapan wisatawan yang terpuaskan tersebut akan loyal, sehingga mampu memberi kontribusi keuntungan perusahaan yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Banyak studi membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan akan semakin meningkat loyalitas wisatawan berkunjung ke destinasi (Hermawan, 2017b; Priyanto, 2016; Ihshani, 2005). Sehingga secara tidak langsung berkorelasi dengan tingkat keuntungan perusahaan, ketika pengunjung puas, maka mereka akan melakukan pembelian ulang pada produk yang ditawarkan perusahaan. Namun disisi lain, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung rendah, maka terdapat kemungkinan bahwa pengunjung tersebut akan berpindah ke layanan pesaing.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan

Kualitas produk wisata ini tergantung dari manusia. Maksudnya bahwa manusialah yang menciptakan atraksi yang menarik, fasilitas yang lengkap, infrastruktur yang menunjang, transportasi yang lancar, serta manusia yang ramah dan murah senyuman. Hal ini mendorong pada kepuasan wisatawan yang berkunjung (Poerwanto, 2004)

Penelitian ini memperkuat atau sesuai dengan penelitian Syahadat (2010), serta Sulistiyani (2010) yang menemukan bahwa kualitas produk wisata berkaitan dengan kepuasan wisatawan yang berkunjung di suatu obyek wisata. Semakin baik kualitas produk wisata yang ada maka semakin puas wisatawan yang berkunjung ke suatu obyek wisata. Sementara semakin rendah kualitas produk wisata di suatu obyek wisata akan mengurangi tingkat harapan atau kepuasan dari wisatawan yang berkunjung ke suatu obyek wisata.

Menurut Supranto (2006: 107) ada enam faktor kepuasan tamu/wisatawan, yaitu:

- a. Keberadaan pelayanan (Availability of service), meliputi keberadaan karyawan saat bekerja.

- b. Ketanggapan pelayanan (Responsiveness of service), daya tanggap karyawan terhadap apapun yang dibutuhkan wisatawan.
- c. Ketepatan pelayanan (Timeliness of service), kemampuan karyawan untuk memberikan ketepatan sesuai dengan waktu yang ditentukan serta bertanggung jawab atas apa yang dikerjakannya.
- d. Profesionalisme pelayanan (Professionalism of service) merupakan keterampilan dari karyawan itu sendiri dalam hal melayani wisatawan.
- e. Kepuasan keseluruhan dengan pelayanan (Overall satisfaction with service), merupakan kepuasan menyeluruh atas apa yang dirasakan oleh wisatawan terhadap layanan yang diterima.
- f. Kepuasan keseluruhan dengan barang (Overall satisfaction with product), meliputi kepuasan menyeluruh terhadap fasilitas atau barang yang digunakan.

Dari berbagai pendapat, dalam penelitian ini penulis menggunakan enam faktor kepuasan tamu menurut Fandy Tjiptono (2011: 453) yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, minat pembelian ulang, kesediaan untuk merekomendasi, dan ketidakpuasan pelanggan. Alasannya karena enam faktor tersebut lebih mencakup dan sejalar pada penelitian ini. Awalnya penulis akan memilih faktor menurut Supranto akan tetapi pada faktor terakhir menurut Supranto ada faktor yang berhubungan dengan fasilitas, sedangkan penulis menjurus pada pelayanan saja.

Teori Tentang Manajemen Pelayanan Pariwisata

Teori tentang manajemen pelayanan pariwisata dikaji mulai dari pengertian manajemen, pengertian pelayanan, pengertian pariwisata, dan manajemen pelayanan pariwisata.

Pengertian Manajemen

Istilah manajemen memiliki berbagai pengertian. Secara universal manajemen adalah penggunaan sumberdaya organisasi untuk mencapai sasaran dan kreativitas serta kinerja yang tinggi dalam berbagai tipe organisasi profit maupun non profit. Definisi manajemen yang dikemukakan oleh Daft (2008:4) sebagai berikut: "Management is the attainment of organizational goals in an effective and efficient manner through planning organizing leading and controlling organizational resources". Pendapat tersebut kurang lebih mempunyai arti bahwa manajemen merupakan pencapaian tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan efisien lewat perencanaan pengorganisasian pengarahan dan pengawasan sumber daya organisasi.

Menurut Lewis dkk (2004: 5) mendefinisikan manajemen sebagai: “the process of administering and coordinating resources effectively and efficiently in an effort to achieve the goals of the organization.” Pendapat tersebut kurang lebih mempunyai arti bahwa manajemen merupakan proses mengelola dan mengkoordinasi sumber daya secara efektif dan efisien sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Mary Parker Follet yang dikutip oleh Handoko (2000: 8) manajemen merupakan seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini mengandung arti bahwa para manajer mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui pengaturan orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai tugas yang mungkin diperlukan.

Beberapa pengertian di atas, memberikan kesimpulan bahwa manajemen adalah suatu proses yang dilakukan oleh satu individu atau lebih untuk mengkoordinasikan berbagai aktivitas dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan.

Pengetian Pelayanan

Menurut Poerwadarminta (2008: 231) menyatakan pengertian pelayanan bahwa “pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain. Istilah pelayanan dikenal dengan service, pengertian service dalam Oxford (2000) didefinisikan sebagai “a system that provides something that the public needs, organized by the government or a private company”. Oleh karenanya, pelayanan berfungsi sebagai sebuah sistem yang menyediakan apa yang dibutuhkan oleh orang lain.

Definisi lain dari pelayanan diberikan oleh crosby, et al (2007: 448) dalam Ratminto dan Winarsih (2005: 2) secara simpel bahwa: “pelayanan adalah produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan”. Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos (2000:27) dalam Ratminto dan Winarsih (2005: 2) yaitu: Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan atau lembaga pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Dalam konsep pelayanan, dikenal dua jenis pelaku pelayanan, yaitu penyedia layanan dan penerima layanan. Penyedia layanan atau service provider (Barata, 2003: 11) adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada

konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang (goods) atau jasa-jasa (services). Penerima layanan atau service receiver adalah pelanggan (customer) atau konsumen (consumer) yang menerima layanan dari para penyedia layanan.

Pada prinsipnya pelayanan berusaha memenuhi harapan pelanggan, dan mendapatkan kepercayaannya sebagai jaminan atas kelangsungan hidup organisasi atau lembaga.

Secara umum, pelayanan dapat berbentuk barang yang nyata (tangible), barang tidak nyata (intangible), dan juga dapat berupa jasa. Layanan barang tidak nyata dan jasa adalah jenis layanan yang identik. Jenis-jenis pelayanan ini memiliki perbedaan mendasar, misalnya bahwa pelayanan barang sangat mudah diamati dan dinilai kualitasnya, sedangkan pelayanan jasa relatif lebih sulit untuk dinilai. Walaupun demikian dalam prakteknya keduanya sulit untuk dipisahkan. Suatu pelayanan jasa biasanya diikuti dengan pelayanan barang, misalnya jasa pemasangan telepon berikut pesawat teleponnya, demikian pula sebaliknya pelayanan barang selalu diikuti dengan pelayanan jasanya.

Namun demikian, secara garis besar, pelayanan dibedakan menjadi 2 (dua) jenis saja, yaitu barang dan jasa. Berikut ini adalah karakteristik pelayanan dari Gronroos (2000) yang menjelaskan perbedaan antara pelayanan barang dan jasa. Inti isi executive order tersebut di atas adalah adanya upaya identifikasi pelanggan yang (harus) dilayani oleh instansi, mensurvei pelanggan untuk menentukan jenis dan kualitas pelayanan yang diinginkan dan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang sedang berjalan, termasuk standar pelayanan pos serta mengukur hasil dengan yang terbaik, menyediakan berbagai pilihan sumber-sumber pelayanan kepada pelanggan dan sistem pengaduan yang mudah diakses, serta menyediakan sarana untuk menampung dan menyelesaikan keluhan atau pengaduan.

Standar pelayanan menjadi faktor kunci dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan. Upaya penyediaan pelayanan yang berkualitas antara lain dapat dilakukan dengan memperhatikan ukuran-ukuran apa saja yang menjadi kriteria kinerja pelayanan. Menurut LAN (2003: 29), kriteria-kriteria pelayanan tersebut antara lain:

- a. Kesederhanaan, yaitu bahwa tata cara pelayanan dapat diselenggarakan secara mudah, lancar, cepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan dilaksanakan oleh pelanggan.
- b. Reliabilitas, meliputi konsistensi dari kinerja yang tetap dipertahankan dan menjaga saling ketergantungan antara pelanggan dengan

- pihak penyedia pelayanan, seperti menjaga keakuratan perhitungan keuangan, teliti dalam pencatatan data dan tepat waktu.
- c. Tanggungjawab dari para petugas pelayanan, yang meliputi pelayanan sesuai dengan urutan waktunya, menghubungi pelanggan secepatnya apabila terjadi sesuatu yang perlu segera diberitahukan.
 - d. Kecakapan para petugas pelayanan, yaitu bahwa para petugas pelayanan menguasai keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan.
 - e. Pendekatan kepada pelanggan dan kemudahan kontak pelanggan dengan petugas. Petugas pelayanan harus mudah dihubungi oleh pelanggan, tidak hanya dengan pertemuan secara langsung, tetapi juga melalui telepon atau internet. Oleh karena itu, lokasi dari fasilitas dan operasi pelayanan juga harus diperhatikan.
 - f. Keramahan, meliputi kesabaran, perhatian dan persahabatan dalam kontak antara petugas pelayanan dan pelanggan. Keramahan hanya diperlukan jika pelanggan termasuk dalam konsumen konkret. Sebaliknya, pihak penyedia layanan tidak perlu menerapkan keramahan yang berlebihan jika layanan yang diberikan tidak dikonsumsi para pelanggan melalui kontak langsung.
 - g. Keterbukaan, yaitu bahwa pelanggan bisa mengetahui seluruh informasi yang dibutuhkan secara mudah dan gampang, meliputi informasi mengenai tata cara, persyaratan, waktu penyelesaian, biaya dan lain-lain.
 - h. Komunikasi antara petugas dan pelanggan. Komunikasi yang baik dengan pelanggan adalah bahwa pelanggan tetap memperoleh informasi yang berhak diperolehnya dari penyedia pelayanan dalam bahasa yang dimengerti.
 - i. Kredibilitas, meliputi adanya saling percaya antara pelanggan dan penyedia pelayanan, adanya usaha yang membuat penyedia pelayanan tetap layak dipercayai, adanya kejujuran kepada pelanggan dan kemampuan penyedia pelayanan untuk menjaga pelanggan tetap setia.
 - j. Kejelasan dan kepastian, yaitu mengenai tata cara, rincian biaya layanan dan tata cara pembayarannya, jadwal waktu penyelesaian layanan tersebut. Hal ini sangat penting karena pelanggan tidak boleh ragu-ragu terhadap pelayanan yang diberikan.
 - k. Keamanan, yaitu usaha untuk memberikan rasa aman dan bebas pada pelanggan dari adanya bahaya, resiko dan keragu-ruguan. Jaminan keamanan yang perlu kita berikan

berupa keamanan fisik, finansial dan kepercayaan pada diri sendiri.

- l. Kenyataan, meliputi bukti-bukti atau wujud nyata dari pelayanan, berupa fasilitas fisik, adanya petugas yang melayani pelanggan, peralatan yang digunakan dalam memberikan pelayanan, kartu pengenal dan fasilitas penunjang lainnya.
- m. Efisien, yaitu bahwa persyaratan pelayanan hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan jasa pelayanan.
- n. Ekonomis, yaitu agar pengenaan biaya pelayanan harus ditetapkan secara wajar dengan memperhatikan nilai barang atau jasa dan kemampuan pelanggan untuk membayar.

Pengertian Pariwisata

Menurut etimologi kata "pariwisata" identik dengan kata "travel" dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Menurut definisi yang luas, pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, yang bersifat sementara dan dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Spillane, 1987: 21). Menurut UU RI No. 9 tahun 1990 pasal 7 tentang kepariwisataan "Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain dibidang tersebut".

Menurut etimologi kata, Pariwisata berasal dari dua suku kata bahasa Sanskerta, "pari" yang berarti banyak atau berkali-kali dan "wisata" yang berarti perjalanan atau bepergian. Jadi, pari-wisata diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan berkali-kali

Menurut Heriawan (2004) mengomentari uraian tersebut memiliki pengertian bahwa tidak semua orang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat (tempat asal) ke tempat lain termasuk kegiatan wisata. Perjalanan rutin seseorang ke tempat bekerja walaupun mungkin cukup jauh dari segi jarak tentu bukan termasuk kategori wisatawan. Dengan kata lain kegiatan pariwisata adalah kegiatan bersenang-senang (leisure) yang mengeluarkan uang atau melakukan tindakan konsumtif.

Sedang menurut Gamal (2004), Pariwisata didefinisikan sebagai bentuk suatu proses bepergian sementara dari seorang, lebih menuju ketempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, budaya,

politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain.

Menurut WTO (1999:5), *Tourism-activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leasure, business and other purposes* ; pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya, perjalanan wisata ini berlangsung dalam jangka waktu tidak lebih dari satu tahun secara berturut-turut untuk tujuan bersenang-senang, bisnis dan yang lainnya. Sedangkan menurut Undang-Undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara

Upaya meningkatkan kunjungan pariwisata tentunya harus didukung oleh daya tarik wisata yang memadai. Secara garis besar daya tarik wisata dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yakni, daya tarik alam, daya tarik budaya dan daya tarik buatan manusia (Marpaung, 2000: 76). Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, dikemukakan pengertian daya tarik wisata bahwa segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Selanjutnya, dengan memberikan daya tarik wisata tentunya para wisatawan akan tertarik untuk berkunjung di wilayah tersebut. Adapun faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan, yaitu: 1) harga, 2) pendapatan, 3) sosial budaya, 4) intensitas keluarga. Kunjungan wisatawan tentunya mempengaruhi faktor tersebut, karena dari keempat faktor tersebut memiliki keterkaitan satu sama lain.

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang menyediakan sarana dan prasarana serta berbagai jasa lainnya, Pariwisata memiliki beberapa unsur yang keberadaannya akan menentukan keberhasilannya dalam menarik para wisatawan menurut Yoeti, Oka (1999, hlm. 57). Unsur tersebut antara lain adalah atraksi, transportasi, restorasi, akomodasi, konservasi, dan lembaga yang mengatur dan memelihara semua unsur penunjang. Seluruh unsur tersebut dapat dijadikan objek wisata.

Menurut Richard Sihite dalam Marpaung dan Bahar (2000: 46) menjelaskan definisi pariwisata sebagai berikut: Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara

waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Dalam kegiatan kepariwisataan ada yang disebut subyek wisata yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dan objek wisata yang merupakan tujuan wisatawan. Berbagai pendapat para ahli mengenai definisi pariwisata, seperti yang diungkapkan oleh Spilande (1985), Pendi (1994), Yoeti (1996) yang mengungkapkan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam menemukan kebahagiaan baik dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.

Menurut Suwanto (2004: 3) mendefinisikan istilah pariwisata, yaitu suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha lainnya. Potensi wisata adalah semua obyek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan (Janianto Damanik dan Helmut F. Weber, 2006: 11).

Istilah Pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan merupakan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha yang lainnya (Gamal, 2004: 3)

Istilah "pariwisata" konon untuk pertama kali di gunakan oleh Presiden Soekarno dalam suatu percakapan sebagai pandangan dari istilah asing *tourism* "Arti pariwisata ialah bahwa kalau semua kegiatan itu dianggap gagal". Tanda adanya wisatawan semua kegiatan pembangunan Hotel, persediaan angkutan dan sebagainya itu tidak

memiliki makna kepariwisataan. (Soekadijo, 2000: 1).

Keseluruhan kegiatan dunia usaha dan masyarakat yang ditujukan untuk menata kebutuhan perjalanan dan persinggahan wisatawan. Menurut Soekadji (1996: 86), terdapat tiga potensi Kepariwisata, yaitu :

- a. Modal dan potensi alam,
- b. Modal dan potensi Kebudayaan,
- c. Modal dan potensi manusia

Melihat beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan orang atau kelompok dengan melakukan perjalanan yang berpindah dari tempat tinggal ke tempat lain dan tinggal dalam kurun waktu yang tidak lama dengan tujuan bersenang-senang, bisnis, dan tujuan lainnya. Kata kunci dari pengertian ini adalah berpindah, melakukan perjalanan, bersenang-senang dan menetap dalam kurun waktu yang tidak lama.

1. Manajemen Pelayanan Pariwisata

Pada umumnya yang dimaksud dengan produk adalah sesuatu yang dihasilkan melalui proses produksi. Jadi produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan, jasa masyarakat dan jasa alam.

Pada dasarnya ada tiga golongan pokok produk wisata yaitu:

- a. Objek wisata yang terdapat pada daerah-daerah tujuan wisata.
- b. Fasilitas yang diperlukan di tempat tujuan tersebut, seperti akomodasi, catering, hiburan, dan rekreasi.
- c. Transportasi (Yoeti, 1996: 13)

Jadi pada hakikatnya definisi produk wisata adalah keseluruhan bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat kediamannya, selama di daerah tempat wisata, hingga ia kembali ke tempat semula (Yoeti, 2006: 55). Ciri-ciri produk wisata adalah sebagai berikut:

- a. Tidak dapat dipindahkan, karena dalam penjualannya tidak mungkin pelayanan itu sendiri dibawa kepada konsumen, sebaliknya konsumen (wisatawan) yang harus datang ke tempat produk dihasilkan.
- b. Pada umumnya peranan perantara tidak dibutuhkan.
- c. Hasil atau produk tidak dapat ditimbun.
- d. Hasil atau produk tidak mempunyai standar atau ukuran objektif.
- e. Permintaan terhadap hasil atau produk wisata tidak tetap.
- f. Hasil atau produk wisata banyak tergantung dari tenaga manusia (Yoeti, 1996: 18).

Industri Pariwisata Pembangunan dibidang kepariwisataan merupakan salah satu terobosan

untuk meningkatkan pendapatan daerah dan negara, jika bidang atau sektor kepariwisataan akan disejajarkan kedudukannya dengan sektor-sektor lain dalam meningkatkan pendapatan negara, maka kepariwisataan pantas kalau diangkat menjadi sebuah industri, sehingga disebut industri pariwisata (Sujali, 1989:7).

Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. (UU No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata)

Menurut Hanum (2014:122) Strategi adalah cara pencapaian tujuan perusahaan atau organisasi yang dapat mempengaruhi keberlangsungan sebuah perusahaan atau organisasi, strategi memberikan kekuatan bagi suatu organisasi atau perusahaan dalam menghadapi lingkungan jangka panjang.

Menurut Suryono dalam Primadany (2013) strategi pada prinsipnya berkaitan dengan kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana dan prasarana. Oleh karena itu strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah haruslah melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata.

Teori Tentang Kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru

Teori tentang kompensasi dikaji lebih rinci tentang pengertian kebijakan, Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) dan makna kejikanan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB).

1. Pengertian Kebijakan

Secara umum kebijakan atau *policy* dipergunakan untuk menunjukkan perilaku seseorang aktor misalnya seorang pejabat, suatu kelompok, maupun lembaga tertentu untuk memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Pada dasarnya terdapat banyak penjelasan dengan batasan-batasan atau pengertian mengenai kebijakan. Menurut Noeng Muhadjir (200: 15) kebijakan merupakan upaya memecahkan problem sosial bagi kepentingan masyarakat atas asas keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Dan dalam kebijakan setidaknya harus memenuhi empat hal penting yakni; (1) tingkat hidup masyarakat meningkat, (2) terjadi keadilan: By the law, social justice, dan peluang prestasi dan kreasi individual, (3) diberikan peluang aktif partisipasi masyarakat (dalam membahas masalah, perencanaan, keputusan dan implementasi), dan (4) terjaminnya pengembangan berkelanjutan.

Kemudian Monahan dan Hengst (1993: 123) yang dikutip oleh Syafaruddin bahawa kebijakan (policy) secara etimologi diturunkan dalam bahasa Yunani, yaitu "Polis" yang artinya kota (city).² Pendapat ini menjelaskan kebijakan mengacu kepada cara-cara dari semua bagian pemerintahan mengarahkan untuk mengelola kegiatan mereka. Dalam hal ini, kebijakan berkenaan dengan gagasan pengaturan organisasi dan merupakan pola formal yang sama-sama diterima pemerintah atau lembaga sehingga dengan hal itu mereka berusaha mengejar tujuannya.

Sementara menurut Weihrich dan Koontz dikutip dari Amin priatna (2008: 15) bahwa kebijakan adalah alat membersihkan hati atau harapan yang mendorong, inisiatif tetatp dalam keterbatasan. Kebebasan tergantung pada kebijakan dan sebaliknya akan mereflesikan posisi dan kekuasaan dalam organisasi.³ Kebijakan juga adalah rencana, kebijakan itu sebagai pernyataan atau pemahaman atau pengertian yang mengarahkan pikiran dalam membuat keputusan. Tidak semua kebijakan merupakan pernyataan, tetapi sering diimplikasikan dari tindakan menejer. Sementara Koontz, Donnell dan Weihrich (1992: 144) mengatakan bahwa kebijakan adalah sebagai tuntunan dalam berfikir untuk mengambil keputusan, keputusan tersebut diambil dalam batas-batas. Keputusan memerlukan tindakan tetapi dimaksudkan untuk menuntut manager dalam memutuskan komitmen. Menurut Carl J Federick sebagaimana dikutip Leo Agustino (2008: 7) mendefinisikan kebijakan sebagai serangkaian tindakan/kegiatan yang diusulkan seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat hambatan-hambatan (kesulitan-kesulitan) dan kesempatan-kesempatan terhadap pelaksanaan usulan kebijaksanaan tersebut dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Pendapat ini juga menunjukkan bahwa ide kebijakan melibatkan perilaku yang memiliki maksud dan tujuan merupakan bagian yang penting dari definisi kebijakan, karena bagaimanapun kebijakan harus menunjukkan apa yang sesungguhnya dikerjakan daripada apa yang diusulkan dalam beberapa kegiatan pada suatu masalah.

Menurut Solichin Abdul Wahab istilah kebijakan sendiri masih terjadi silang pendapat dan merupakan ajang perdebatan para ahli. Maka untuk memahami istilah kebijakan, Solichin Abdul Wahab (2008: 40-50) memberikan beberapa pedoman sebagai berikut : a) Kebijakan harus dibedakan dari keputusan b) Kebijakan sebenarnya tidak serta merta dapat dibedakan dari administrasi c) Kebijakan mencakup perilaku dan harapan-harapan d) Kebijakan mencakup ketiadaan tindakan ataupun adanya tindakan e)

Kebijakan biasanya mempunyai hasil akhir yang akan dicapai f) Setiap kebijakan memiliki tujuan atau sasaran tertentu baik eksplisit maupun implisit g) Kebijakan muncul dari suatu proses yang berlangsung sepanjang waktu h) Kebijakan meliputi hubungan-hubungan yang bersifat antar organisasi dan yang bersifat intra organisasi i) Kebijakan publik meski tidak eksklusif menyangkut peran kunci lembaga-lembaga pemerintah j) Kebijakan itu dirumuskan atau didefinisikan secara subyektif.

Menurut Budi Winarno (2007: 15), istilah kebijakan (policy term) mungkin digunakan secara luas seperti pada "kebijakan luar negeri Indonesia", "kebijakan ekonomi Jepang", dan atau mungkin juga dipakai untuk menjadi sesuatu yang lebih khusus, seperti misalnya jika kita 13 mengatakan kebijakan pemerintah tentang birokratisasi dan deregulasi. Namun baik Solihin Abdul Wahab maupun Budi Winarno sepakat bahwa istilah kebijakan ini penggunaannya sering dipertukarkan dengan istilah lain seperti tujuan (goals) program, keputusan, undang-undang, ketentuanketentuan, standar, proposal dan grand design (Suharno :2009 : 11). Irfan Islamy sebagaimana dikutip Suandi (2010: 12) kebijakan harus dibedakan dengan kebijaksanaan. Policy diterjemahkan dengan kebijakan yang berbeda artinya dengan wisdom yang artinya kebijaksanaan. Pengertian kebijaksanaan memerlukan pertimbangan pertimbangan lebih jauh lagi, sedangkan kebijakan mencakup aturanaturan yang ada didalamnya.

Menurut Richard Rose sebagaimana dikutip Budi Winarno (2007: 17) juga menyarankan bahwa kebijakan hendaknya dipahami sebagai serangkaian kegiatan yang sedikit banyak berhubungan beserta konsekuensi-konsekuensi bagi mereka yang bersangkutan daripada sebagai keputusan yang berdiri sendiri. Pendapat kedua ahli tersebut setidaknya dapat menjelaskan bahwa mempertukarkan istilah kebijakan dengan keputusan adalah keliru, karena pada dasarnya kebijakan dipahami sebagai arah atau pola kegiatan dan bukan sekadar suatu keputusan untuk melakukan sesuatu. Berdasarkan pendapat berbagai ahli tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan adalah tindakan-tindakan atau kegiatan yang sengaja dilakukan atau tidak dilakukan oleh seseorang, suatu kelompok atau pemerintah yang di dalamnya terdapat unsur keputusan berupa upaya pemilihan diantara berbagai alternatif yang ada guna mencapai maksud dan tujuan tertentu. Kebijakan merupakan istilah yang sering kali kita dengar dalam konteks pemerintahan atau berpolitikan. Istilah kebijakan memiliki cakupan yang sangat luas. Kata "policy" yang berarti mengurus

masalah atau kepentingan umum, atau berarti juga administrasi pemerintah.

Istilah kebijakan (*Policy*) sering kali dicampuradukkan dengan kebijaksanaan (*wisdom*). Kedua istilah ini memang hampir sama dari segi pengucapan. Namun sebenarnya kedua istilah ini mempunyai makna yang sangat jauh berbeda. Kebijakan didasari oleh pertimbangan akal dalam proses pembuatannya. Akal manusia merupakan unsur yang dominan di dalam mengambil keputusan dari berbagai opsi dalam pengambilan keputusan kebijakan. Sedangkan kebijaksanaan lebih terpengaruh faktor emosional dalam prosesnya. Suatu kebijaksanaan bukan berarti tidak mengandung unsur-unsur rasional di dalamnya. Barangkali faktor-faktor tersebut belum tercapai pada saat itu atau merupakan intuisi.

Kebijakan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sebagaimana dikutip dalam buku Administrasi Pendidikan Kontemporer karya Syaiful Syagala diartikan sebagai kepandaian, kemahiran, kebijaksanaan, rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis dasar dan dasar rencana dalam pelaksanaan pekerjaan, kepemimpinan dan cara bertindak oleh pemerintah, organisasi dan sebagainya sebagai pernyataan cita-cita, prinsip atau maksud sebagai garis pedoman untuk manajemen dalam mencapai sasaran.

Dalam buku Analisis kebijakan Pendidikan, Nanang Fatah mengutip pendapat Hogwood dan Gun yang membedakan kebijakan sebagai label untuk bidang kegiatan. Kebijakan sebagai suatu ekspresi umum dari tujuan umum atau keadaan yang diinginkan. Kebijakan sebagai proposal khusus, kebijakan sebagai keputusan pemerintah, kebijakan sebagai otorisasi formal, dan kebijakan sebagai program.

Berikut ini adalah definisi kebijakan menurut para ahli:

- a. Pendapat Eaulau dan Prewitt dikutip oleh H.M. Hasbullah yang menjelaskan bahwa Kebijakan adalah keputusan tetap yang dicirikan oleh konsistensi dan pengulangan tingkah laku dari mereka yang membuat dan dari mereka yang mematuhi keputusan tersebut.
- b. Pendapat Duke dan Canady dikutip oleh Mudjia Rahardjo yang mengelaborasi konsep kebijakan dengan delapan arah pemaknaan kebijakan, yaitu:
 - 1) kebijakan sebagai penegasan maksud dan tujuan,
 - 2) kebijakan sebagai sekumpulan keputusan lembaga yang digunakan untuk mengatur, mengendalikan, mempromosikan, melayani, dan lain-lain pengaruh dalam lingkup kewenangannya,
 - 3) kebijakan sebagai suatu panduan tindakan diskresional,
 - 4) kebijakan sebagai suatu

strategi yang diambil untuk memecahkan masalah, 5) kebijakan sebagai perilaku yang bersanksi, 6) kebijakan sebagai norma perilaku dengan ciri konsistensi, dan keteraturan dalam beberapa bidang tindakan substansif, 7) kebijakan sebagai keluaran sistem pembuatan kebijakan, 8) kebijakan sebagai pengaruh pembuatan kebijakan, yang menunjuk pada pemahaman khalayak sasaran terhadap implementasi sistem.

- c. Pendapat Koontz dan O'Donell dikutip oleh Syaiful Syagala mengemukakan bahwa kebijakan adalah pernyataan atau pemahaman umum yang mempedomani pemikiran dalam mengambil keputusan yang memiliki esensi batas-batas tertentu dalam pengambilan keputusan.

Implikasi dari kebijakan yang diambil mempersyaratkan dua hal. Pertama, sekelompok persoalan dengan karakteristik tertentu. Kedua, implikasi dari karakteristik pembuatan kebijakan sebagai suatu proses. Jika dilihat dari sudut pembangunan pendidikan, maka implikasi kebijakan pendidikan nasional adalah upaya peningkatan taraf dan mutu kehidupan bangsa dalam mengembangkan kebudayaan nasional, karenanya dalam pengambilan keputusan selalu ditemukan problem.

2. Pengertian Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB)
Istilah Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) merupakan langkah percepatan penanganan Covid-19 dalam bidang kesehatan, sosial, dan ekonomi. Artinya masyarakat diminta beraktivitas kembali dalam situasi Covid-19, namun tetap memperhatikan protokol kesehatan. Rencana penerapan New Normal diterapkan dengan pertimbangan kesiapan daerah berdasarkan hasil riset epidemiologis di daerah tersebut. Penerapan pola hidup baru tersebut hanya diterapkan oleh sejumlah daerah yang masuk dalam kategori zona hijau dan zona kuning. Berbagai stigma masyarakat muncul, tentang keefektifan aturan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Bagaimana tidak, tingkat kedisiplinan masyarakat Indonesia masih harus diperbaiki, sehingga berdampak kepada stigma masyarakat tentang keefektifan aturan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Hal ini sangat penting, mengingat setelah tiga bulan sebelumnya, penerapan-penerapan aturan penanganan Covid-19 pun masih belum begitu efektif, tingkat penyebaran Covid-19 masih tinggi di beberapa daerah. Adaptasi Kebiasaan Baru adalah perubahan perilaku atau kebiasaan untuk tetap menjalankan aktivitas seperti biasa namun dengan selalu menerapkan protokol kesehatan di tengah pandemi Covid-19. Himbauan dari pemerintah ini menganjurkan agar kita bisa hidup

“berdampingan” dengan virus yang telah menelan ratusan ribu jiwa di seluruh dunia. Setelah lama dirumah dalam era adaptasi kebiasaan baru ini pasti beberapa dari kita ingin tampil beda.

Upaya penanggulangan Covid-19 secara empiris tidak hanya memberi dampak positif, tetapi juga memberi dampak negatif baik bagi pemerintah maupun bagi masyarakat, salah satu dampak negatif tersebut yaitu penurunan tingkat ekonomi masyarakat yang mana menurut Menteri Keuangan diproyeksikan akan ada penambahan sebesar 1,1 (satu koma satu) juta jiwa penduduk miskin baru, sedangkan menurut laporan Kementerian Ketenagakerjaan menyatakan bahwa dalam kurun waktu 1,5 (satu setengah) bulan selama penanggulangan Covid-19 telah terjadi penambahan pengangguran sebanyak 2 (dua) juta jiwa. Lebih lanjut pemerintah memproyeksikan wabah Covid-19 dapat berdampak lebih besar lagi apabila tidak dilakukan upaya pemulihan sektor perekonomian (Anggraeni, 2020; Fajar, 2020). Bantuan sosial tersebut pada dasarnya merupakan bantuan sektoral yang tidak akan berlangsung selamanya yang mana Rumah Tangga Sasaran (RTS) bantuan sosial diharapkan mampu pulih kembali ketika bantuan sosial yang diberikan oleh pemerintah berakhir atau dihentikan. Upaya yang secara sistemis dan menyeluruh perlu dilakukan oleh pemerintah guna dapat memulihkan kembali sektor perekonomian, salah satu kebijakan yang diputuskan pemerintah yaitu memberikan hak kepada pemerintah daerah yang dianggap mampu menanggulangi Covid-19 untuk melaksanakan kebijakan tatanan normal baru atau dikenal dengan istilah Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB).

Kebijakan tatanan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) didasarkan kepada adanya pernyataan dari Badan Kesehatan Dunia (WHO) yang menyatakan bahwa Covid-19 tidak akan hilang dalam waktu singkat, sementara obat dan vaksin yang ditujukan untuk penyembuhan infeksi Covid-19 belum ditemukan (Gunia, 2020). Kondisi tersebut mendorong pemerintah untuk dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk tetap bisa beraktivitas sebagaimana kondisi sebelum adanya Covid-19 dengan tetap melakukan kesiapsiagaan terhadap potensi penularan Covid-19. Di sisi lain pemerintah tidak bisa membiarkan masyarakat untuk tetap berada di rumah dikarenakan dampak ekonomi dan sosial yang akan muncul memiliki potensi untuk memperbesar angka kemiskinan dan pengangguran yang selama penanggulangan Covid-19 telah banyak berdampak kepada masyarakat, khususnya terhadap peningkatan angka kemiskinan baru dan pengangguran baru.

Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang mana menjadi salah satu provinsi yang menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) secara menyeluruh di seluruh kabupaten dan kota menyambut kebijakan tatanan normal baru yang dibuat oleh pemerintah sebagai peluang dalam upaya untuk mengembalikan kegiatan pemerintahan dan kemasyarakatan yang terdampak Covid-19, sehingga secara bertahap dapat mengembalikan kondisi menjadi pulih seperti kondisi sebelum adanya wabah Covid-19.

Pemerintah Provinsi Jawa Barat mengeluarkan kebijakan melalui Keputusan Gubernur Nomor 47 Tahun 2020 yang pada dasarnya memberikan pedoman bagi pemerintah Kota dan Kabupaten yang berada di wilayah Provinsi Jawa Barat untuk dapat melaksanakan kebijakan PSBB secara proporsional, kebijakan tersebut kemudian dikenal dengan istilah Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB).

Kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) mengatur bagaimana para pemangku kepentingan di Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat untuk mempraktekan kegiatan di ruang publik dengan tetap memperhatikan kewaspadaan terhadap penularan Covid-19. Dengan adanya kebijakan tersebut diharapkan dapat memunculkan kesadaran masyarakat untuk melakukan kegiatan dengan beradaptasi kepada kebiasaan baru yaitu kegiatan yang didasarkan kepada protokol kesehatan pencegahan Covid-19.

Kebijakan AKB yang dikeluarkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat memunculkan pertanyaan baik secara konseptual maupun secara empiris. Dalam tataran konseptual apakah kebijakan AKB tersebut merupakan kebijakan yang memiliki kesamaan konsep dengan kebijakan tatanan normal baru sebagaimana kebijakan yang dibuat oleh pemerintah atau merupakan kebijakan yang berbeda? Dalam konteks ini, apakah makna adaptasi dilihat dari perspektif substansi kebijakan? Pola adaptasi serta nilai apa yang menjadi dasar untuk dijadikan pedoman dalam mendorong masyarakat untuk merubah perilaku dan kegiatannya?

Provinsi Jawa Barat termasuk kedalam daerah yang terinfeksi COVID19, bahkan sebaran kasus COVID-19 sudah merata ke seluruh kota dan kabupaten yang ada di wilayah Provinsi Jawa Barat, sehingga Gubernur Jawa Barat mengkoordinasikan para Walikota dan Bupati untuk secara bersama-sama menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di seluruh wilayah secara bersamaan. Penerapan kebijakan PSBB yang telah dilaksanakan serentak tersebut tidak mampu secara bersamaan

menjadikan kota dan kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Barat mampu mengendalikan penyebaran COVID-19. Terdapat kota dan kabupaten yang sudah masuk ke zona hijau dan biru COVID-19, namun ada juga yang masih berstatus zona kuning dan merah COVID-19. Bagi daerahdaerah yang sudah berada di zona hijau dan biru dapat melanjutkan penanggulangan COVID-19 dengan cara menerapkan pendekatan AKB yang mana kebijakan ini merupakan kebijakan yang diputuskan oleh Gubernur Jawa Barat (Sembiring, 2020).

3. Kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru di Sektor pariwisata Kabupaten Pangandaran

Surat Edaran Bupati Pangandaran Nomor : 443/1587/Bpbd/2020 Tanggal 01 Juli 2020 Tentang Persiapan Pelaksanaan Adaptasi Kebiasaan Baru Di Kabupaten Pangandaran memberikan arahan tentang pelaksanaan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Melakukan cuci tangan menggunakan air mengalir dan sabun atau pencuci tangan berbasis alkohol;
- Menggunakan masker;
- Menjaga jarak secara fisik (physical distancing); dan
- Melaksanakan pola hidup bersih dan sehat (PHBS).

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi

Penelitian ini dilakukan di 5 Destinasi wisata yang dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran, yaitu: Objek Wisata Pangandaran, Objek Wisata Karapyak, Objek Wisata Batuhiu, Objek Wisata Greencanyon dan Objek Wisata Batukaras.

Sampel

Pengambilan sampel dipilih sebanyak 6 orang yang dipilih secara acak dari masing-masing objek wisata dengan mempertimbangkan kondisi *pandemic covid-19* di wilayah Kabupaten Pangandaran sehingga jumlah responden sebanyak 30 orang yang telah terpilih menjadi sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data didapat dengan dua cara yaitu data dokumentasi untuk melihat seberapa banyak jumlah wisatawan dan pengisian angket yg di dapat dari indikator manajemen pelayanan dan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB).

Tabel 3.2. Skor Item-item Positif dan Negatif Instrumen Penelitian

Skala Sikap	Skor Pernyataan
-------------	-----------------

	Positif	Negatif
Selalu	5	1
Sering	4	2
Kadang-kadang	3	3
Jarang	2	4
Tidak Pernah	1	5

Dalam penelitian ini data atau skor mentah yang diperoleh digunakan langsung untuk uji masing-masing hipotesis. Skor mentah yang diperoleh disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi

Tabel 3.3. Pedoman Konversi

PERSENTASE	KUALIFIKASI
90% – 100%	Sangat Tinggi
80% – 89%	Tinggi
70% – 79%	Cukup Tinggi
60% – 69%	Sedang
50% – 59%	Rendah
49% ke bawah	Rendah sekali

Data variabel X_1 adalah data manajemen pelayanan pariwisata. Data variabel X_2 adalah data yang diperoleh dari hasil pengisian angket tentang kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Kabupaten Pangandaran. Data variabel Y adalah data kepuasan wisatawan.

Uji Hipotesis

Hipotesis statistik dibuat untuk memudahkan perhitungan data secara statistik. Hipotesis tersebut dituangkan sebagai berikut:

- $R_{X_1.Y} = 0$: Manajemen Pelayanan Pariwisata tidak berhubungan dengan kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran
 $R_{X_1.Y} > 0$: Manajemen Pelayanan Pariwisata berhubungan positif dengan Kepuasan Wisatawan di Kabupaten Pangandaran
- $R_{X_2.Y} = 0$: Kebijakan adaptasi kebiasaan baru tidak berhubungan dengan terhadap Kepuasan Wisatawan di Kabupaten Pangandaran
 $R_{X_2.Y} > 0$: Kebijakan adaptasi kebiasaan baru berhubungan positif dengan Kepuasan Wisatawan di Kabupaten Pangandaran
- $R_{X_1X_2.Y} = 0$: Manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan adaptasi kebiasaan baru secara bersama-sama tidak berhubungan dengan kepuasan

- wisatawan di Kabupaten Pangandaran.
- $R_{X_1X_2.Y} > 0$: Manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan adaptasi kebiasaan baru secara bersama-sama berhubungan positif dengan kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran.
4. $\rho_{X_1.Y} = 0$: Manajemen pelayanan pariwisata tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran
- $\rho_{X_1.Y} > 0$: Manajemen pelayanan pariwisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran
5. $\rho_{X_2.Y} = 0$: Kebijakan adaptasi kebiasaan baru tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran
- $\rho_{X_2.Y} > 0$: Kebijakan adaptasi kebiasaan baru berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran
6. $\rho_{X_1X_2.Y} = 0$: Manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan adaptasi kebiasaan baru secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Kabupaten Pangandaran.
- $\rho_{X_1X_2.Y} > 0$: Manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan adaptasi kebiasaan baru secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran.

Hipotesis Pertama (Hubungan Variabel X_1 dengan Y)

Hipotesis Pertama yang diajukan adalah “manajemen pelayanan pariwisata berhubungan positif yang signifikan dengan kepuasan wisatawan”.

Setelah dilakukan perhitungan diperoleh nilai korelasi antara manajemen pelayanan pariwisata dengan kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran sebesar 0,429. Hal ini bila dikonfirmasi dengan rujukan dari Sugiyono pada halaman 46 menunjukkan bahwa variabel X_1 memberikan berhubungan positif dengan variabel Y pada kualifikasi sedang karena berada pada rentang 0,400 – 0,599.

Hipotesis Kedua (Hubungan Variabel X_2 dengan Y)

Hipotesis kedua yang diajukan adalah “Kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB)

berhubungan positif dengan kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran”.

Setelah dilakukan perhitungan diperoleh nilai korelasi antara kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) dengan kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran sebesar 0,677. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) berhubungan positif dengan variabel bergantung yaitu kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran.

Hipotesis Ketiga (Hubungan Variabel X_1 dan X_2 dengan Y)

Hipotesis ketiga yang diajukan adalah “manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) secara bersama-sama berhubungan positif dengan kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran”.

Besarnya koefisien korelasi yang diperoleh adalah 0,679. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) secara bersamaan terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran.

Hipotesis Keempat (Pengaruh Variabel X_1 Terhadap Y)

Hipotesis keempat yang diajukan adalah “manajemen pelayanan pariwisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran”.

Sehingga didapat koefisien determinasi sebesar $(0,429)^2 \times 100\% = 18,40\%$. Artinya, kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran dipengaruhi oleh manajemen pelayanan pariwisata sebesar 18,40% dan 81,60% lagi adalah pengaruh dari faktor lain.

Hipotesis Kelima (Pengaruh Variabel X_2 terhadap Y)

Hipotesis kelima yang diajukan adalah “Kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran”.

Sehingga didapat koefisien determinasi sebesar $(0,677)^2 \times 100\% = 45,83\%$. Artinya, kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran dipengaruhi oleh kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) sebesar 45,83% dan 54,17% lagi adalah pengaruh dari faktor lain.

Hipotesis Keenam (Pengaruh Variabel X_1 dan X_2 terhadap Y)

Hipotesis keenam yang diajukan adalah “manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran”.

Koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi dikali 100% dan didapat nilai sebesar $(0,679)^2 \times 100\% =$

46,10%, artinya kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran dipengaruhi oleh manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) secara bersama-sama sebesar 46,10% dan sisanya 53,90% oleh faktor-faktor lain.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan beberapa keterbatasan diantaranya keterbatasan pada pengambilan sampel yang dilakukan secara *random sampling area*. Dengan meninta enam dari tiap destinasi wisata.

Pengisian angket yang dilakukan dengan menceklist langsung daftar isian angket pada wisatawan yang ditemui di sekitar destinasi wisata yang dikelola oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Pangandaran. Responden diberikan waktu beberapa menit untuk mengisinya diperkirakan membuat jawaban responden banyak direkayasa dan tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan terhadap hasil analisa data seperti yang telah diungkapkan, dapatlah disimpulkan beberapa kesimpulan dari studi ini, antara lain:

1. Manajemen pelayanan pariwisata memberikan pengaruh positif pada kategori sedang terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran.
2. Kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) memberikan pengaruh positif pada kategori kuat terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran.
3. Manajemen pelayanan pariwisata dan kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) secara bersamaan memberikan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pangandaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, L. (2008). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta. Al-Barry,
- Anggraeni, R. (2020). *Dampak Covid 19, Sri Mulyani: Kemiskinan dan Pengangguran di Indonesia Meningkat*. Retrieved June 9, 2020, from <https://sumut.sindonews.com/read/20123/717/dampak-covid-19-srimulyani-kemiskinan-danpengangguran-di-indonesiameningkat-1588824335>
- Api Purba Nglanggeran. (2005). *Wahana Informasi Pariwisata : Media Wisata*, Badan Pusat Statistik. (2020). *Provinsi Jawa Barat dalam Angka 2020*. Bandung: BPS Provinsi Jawa Barat.
- Fajar, T. (2020). *Angka Pengangguran dan Kemiskinan RI Meningkat Imbas Covid-19,*

Berikut Faktanya. Retrieved June 9, 2020, from

<https://economy.okezone.com/read/020/04/17/> Jakarta.

- H.M. Hasbullah, *Kebijakan Pendidikan (Dalam Perspektif Teori, Aplikasi, dan Kondisi Objektif Pendidikan di Indonesia)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 37
- Peraturan Gubernur Jawa Barat Nomor 46 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Secara Proporsional Sesuai Level Kewaspadaan Daerah Kabupaten/Kota Sebagai Persiapan Pelaksanaan Adaptasi Kebiasaan Baru Untuk Pencegahan Dan Pengendalian C (2020). Indonesia.
- Hamzah, F., & Hariyanto, O. I. B. (2015). *Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Tamu Menginap di Sumber Alam Resort Garut*. *Jurnal Pariwisata*, 2(2), 89–97.
- Hermawan, H. (2017a). *Pengantar Manajemen Hospitality*. Jawa Tengah: Penerbit NEM.
- Hermawan, H. (2017b). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran*. *Wahana Informasi Pariwisata : Media Wisata*, 15(1), 562–577.
- Hermawan, H. (2017b). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community Based Tourism di Gunung*
- Ihshani, D. W. (2005). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Wisata Canguang Garut, Jawa Barat*. IPB (Bogor Agricultural University). Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/11549>
- Kertajaya, H. (2013). *Tourism Marketing 3.0*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, terjemahan Hendra Teguh, edisi Millenium, cetakan pertama (1st ed.)*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Makens, J. C. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism*, 5/e. Pearson Education India.
- Kotler, Philip dan Keller, K.L. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- M. D. Y. (2001). *Kamus Sosiologi Antropologi*. Surabaya: Penerbit Indah.
- Mudjia Rahardjo, *Pemikiran Kebijakan Pendidikan Kontemporer*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), hlm. 3

- Noeng Muhadjir, *Ilmu pendidikan dan Perubahan Sosial. Teori Pendidikan Pelaku Sosial Kreatif*. Yogyakarta : Raka Sarasin, th.2000, h. 15
- Heinz Wehrich and Harold Koontz, *Management A. Global Perspective Tent Edition* (New York : McGraw-Hill, Inc., 1993), h 123
- Palitati, A. (2007). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan. Universitas Haluoleo Kendari, Sulawesi Selatan.
- Priyanto, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Saung Angklung Udjo. *Jurnal Pariwisata*, 3(1), 29–40.
- Proyek Wisata. 2017. Saatnya Pengamen Malioboro di Tertibkan!. <http://proyekwisata.blogspot.co.id/2017/09/saatnya-pengamen-malioboro-ditertibkan.html>. Diakses pada 25 Agustus 2017.
- Sembiring, L. J. (2020). Berkat PSBB, Penyebaran Covid-19 di Jabar Turun 50%. Retrieved June 10, 2020, from <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200524185642-4-160643/berkat-psbb-penyebaran-covid-19-di-jabar-turun-50>
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Penerbit Alfabeta, CV. Bandung
- Sulistiyani, E. 2010. Membangun Loyalitas Wisatawan Melalui Peningkatan Kualitas Obyek Wisata, Promosi dan Kepuasan Wisatawan di Kawasan Wisata Tawangmangu Karanganyar. *Jurnal Pengembangan Humaniora*. 10 (3) Desember: 161-165.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suwintari, I Gusti Ayu Eka. 2012. *Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan* www.pps.unud.ac.id/thesis/pdf.../unud-423-1442581869-pdf.pdf diunduh pada 16 Februari 2017
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Syaiful Syagala. *Administrasi Pendidikan Kontemporer*, .. hlm.97
- Tangkilisan, H. N. S. (2003). *Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta: Lukman Offset.
- Winarno, B. (2008). *Kebijakan Publik: Teori dan Proses*. Jakarta: PT. Buku Kita. View publication stats
- Taufiq, IA. 2016. *Kepuasan Pengunjung Terhadap Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Rumah Makan Di Pantai Drini Kabupaten Gunungkidul*. Sumber: eprints.uny.ac.id/34034/1/IBNU%20AL%20TAUFIQ.pdf diunduh pada 20 Februari 2017 pukul 22.00 WIB.
- Tjiptono, F. (2004). *Kepuasan dalam Pelayanan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2012. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi. View publication stats
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Jakarta: Ekonisia.