

Analisis kinerja dan kepentingan aspek pelayanan pariwisata di Taman Wisata Air Wendit, Kabupaten Malang

Wawargita Permata Wijayanti*, Fadly Usman, Turniningtyas Ayu Rahmawati, Dayang Kalih Shafira Wirawati
Universitas Brawijaya, Indonesia

wawargita.pw@ub.ac.id, fadlypwk@ub.ac.id, t_tyas@ub.ac.id, dayang0717@student.ub.ac.id

Article Info

Submitted,
8 December 2024
Revised,
2 July 2025
Accepted,
11 September 2025

Keywords:

Performance;
Importance; Tourism
services quality; Taman
Wisata Air Wendit

Kata kunci:

Kinerja; Kepentingan;
Kualitas; Pelayanan
pariwisata; Taman
Wisata Air Wendit

D.O.I:

<https://doi.org/10.17509/jithor.v8i2.77129>

ABSTRACT

Taman Wisata Air Wendit is a priority tourist attraction in Malang Regency. This tourist attraction offers artificial tourism related to water-pool for children and adults. However, there has been a significant decrease in tourists more than 60% in the last five years. Scholars explained that tourism services quality is an essential factor influences tourist visits. It is considered as a successful indicator of tourist attraction in providing restorative value/benefits. This research aims to analyze the gap between performance and importance of tourism service qualities in the Taman Wisata Air Wendit. Data collected used observation and questionnaires with 100 respondents/samples. This reserach applied a descriptive quantitative and Important Performance Analysis (IPA). The results of the IPA show that tangibles, assurances, and empathy variables were in quadrant 1 (concentrate here). This means that several indicators need to be improved both quality and quantity in order to increase the tourist's expectations and their revisit intention. Thus, these priority indicators are considered for improving tourism service quality at Wendit Water Park, Malang Regency.

ABSTRAK

Taman Wisata Air Wendit merupakan objek wisata unggulan Kabupaten Malang. Objek wisata ini menawarkan wisata buatan berupa kolam pemandian untuk anak-anak maupun orang dewasa. Akan tetapi, terjadi penurunan wisatawan yang signifikan antara 25-40% dalam lima tahun terakhir. Beberapa peneliti menjelaskan bahwa kualitas pelayanan pariwisata merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan. Kualitas pelayanan wisata dianggap sebagai tolak ukur keberhasilan suatu objek wisata dalam memberikan nilai/manfaat restoratif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kesesuaian antara kinerja dan kepentingan terhadap aspek pelayanan pariwisata Taman Wisata Air Wendit. Metode pengambilan data dengan cara observasi dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Taman Wisata Air Wendit dengan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan Important Performance Analysis (IPA). Hasil analisis IPA menunjukkan pada variabel *tangibles*, *assurances*, dan *emphaty* berada pada kuandran 1. Hal ini berarti beberapa indikator pada kuadran tersebut perlu untuk peningkatan kualitas maupun kuantitas demi memenuhi harapan wisatawan sehingga mereka berminat untuk berkunjung kembali. Dengan demikian, indikator prioritas tersebut dipertimbangkan untuk peningkatan kualitas pelayanan Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang.

PENDAHULUAN

Kabupaten Malang merupakan lokasi destinasi wisata unggulan di Provinsi Jawa Timur. Sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur No. 6 Tahun 2017 tentang Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Provinsi Jawa Timur tahun 2017-2032, wilayah kabupaten ini termasuk dalam Destinasi Pariwisata Provinsi (DPP) dengan tema pengembangan wisata alam dan wisata perkotaan. Kabupaten dan kota yang termasuk di dalamnya, meliputi Kabupaten Malang, Kota Malang, Kota Batu, Kota Pasuruan, Kabupaten Pasuruan, Kota Probolinggo, Kabupaten Probolinggo, serta Kabupaten Lumajang.

Salah satu destinasi wisata unggulan Kabupaten Malang adalah Taman Wisata Air Wendit. Objek wisata ini telah menjadi ikon wisata yang terkenal sejak lebih dari 20 dekade ([Islami, Nungky Wanodyatama dan Khourouh Umu, 2022](#)). Destinasi wisata ini dibuka oleh PD Jasa Yasa pada tahun 1973, kemudian mulai dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang sejak tahun 1978. Pada tahun 2006 dilakukan pembangunan fasilitas baru, pembentukan struktur kelembagaan, dan penambahan atraksi wisata. Hingga saat ini, luas objek wisata ini mencapai 7,7 Ha.

Selama beberapa dekade, Taman Wisata Air Wendit menjadi ikon wisata yang bukan hanya representatif, tetapi juga terjangkau dan mudah diakses seluruh masyarakat ([Abdillah, Akhmad Bories Yasin; Hamid, 2016](#)). Taman Wisata Air Wendit memiliki kolam renang buatan dan alami yang luas, perahu dayung, kolam gelombang, kolam arus, area *outbond*, area permainan anak, *waterboom*, mushola, toilet, tempat parkir, pusat makanan, kios, pendopo, tempat ritual, panggung, hutan, dan sumber air.

Meskipun telah menjadi ikon wisata yang terkenal, Taman Wisata Air Wendit menghadapi tantangan besar dalam

hal jumlah wisatawan. Penurunan jumlah wisatawan dalam kurun waktu 2020-2023 mencapai lebih dari 60%. Taman Wisata Air Wendit hanya ramai ketika akhir pekan dan hari libur tertentu. Penurunan jumlah wisatawan menyebabkan kurangnya usaha perawatan dan pengelolaan yang dilakukan pada Taman Wisata Air Wendit ([Hasil Wawancara, 2023](#)). Terdapat beberapa area di Taman Wisata Air Wendit yang sepi dikarenakan kurangnya perawatan, pemanfaatan dan desain sehingga keramaian berpusat pada beberapa area saja. Selain itu Taman Wisata Air Wendit kini memiliki kondisi yang kurang layak seperti atraksi dan fasilitas yang tersedia kurang perawatan. Dalam perkembangannya, Taman Wisata Air Wendit ini termasuk dalam kategori stagnasi ([Buku Pengembangan Taman Wisata Air Wendit berdasarkan *Tourism Area Life Cycle*. Universitas Brawijaya karya Nabila tahun 2019](#))

Perkembangan objek wisata tidak akan pernah terlepas dari kualitas pelayanan pariwisata. Hal ini dipahami sebagai penilaian wisatawan terhadap atribut-atribut layanan yang ditawarkan dan diberikan oleh suatu objek wisata ([Latiff & Siew, 2015](#)). Kualitas pelayanan pariwisata ini yang kemudian menentukan kepuasan wisatawan atas apa yang telah diperoleh dari suatu objek wisata ([Rahayu & Samsuddin, 2024; Shyju et al., 2023](#)). Oleh karena itu, penilaian terhadap kualitas pelayanan suatu objek wisata menjadi penting. Selain untuk mengevaluasi layanan, penilaian tersebut juga dapat mengindikasikan kepuasan wisatawan dimana hal ini akan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata yang sama.

Sejauh ini, penelitian yang telah dilakukan pada Taman Wisata Air Wendit beragam, seperti tahapan perkembangan pariwisata, citra destinasi ([Dewi & Wulandari, 2025](#)), pemasaran dan kelembagaan ([Darmawati, 2018; Nirwana](#)

et al., 2019), dan pengembangan strategi pariwisata (Islami, Nungky Wanodyatama; Khouroh, 2022). Akan tetapi, belum dilakukan penelitian mengenai penilaian kualitas pelayanan yang diberikan oleh Taman Wisata Air Wendit. Padahal, kualitas pelayanan menjadi pertimbangan utama dalam pengembangan suatu objek wisata sehingga pelayanan yang diberikan akan sesuai dengan ekspektasi dan memberikan kepuasan bagi pelanggan/wisatawan (Ge, et al., 2021).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menilai tingkat kualitas pelayanan Taman Wisata Air Wendit dengan mempertimbangkan aspek kinerja dan kepentingan. Dengan demikian, dapat diketahui indikator kualitas pelayanan yang perlu diprioritaskan untuk perbaikan, pembangunan, atau pengembangan. Dengan pengembangan tersebut, Taman Wisata Air Wendit nantinya mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan minat berkunjung kembali.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan pariwisata

Kualitas pelayanan pariwisata adalah penilaian wisatawan terhadap keunggulan atau layanan yang diberikan oleh suatu objek wisata sehingga dapat membentuk kepuasan wisatawan (Ge et al., 2021). Kualitas pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara kinerja dan kepentingan (harapan) wisatawan sebelum dan setelah mengunjungi suatu objek wisata. Dengan demikian, kualitas pelayanan suatu objek wisata dapat diukur dengan mempertimbangkan aspek kinerja dan kepentingan atas suatu indikator. Kinerja dipahami sebagai nilai yang diterima atau diperoleh atas suatu layanan. Sementara itu, kepentingan adalah representasi atas harapan dan urgensi suatu layanan bagi masyarakat. Kepuasan terhadap kualitas wisata, melalui produk dan pelayanan dari

suatu objek wisata akan mempengaruhi kepuasan wisatawan (Wijayanti, et al., 2024).

Tangibles

Aspek *tangible* dipahami sebagai suatu objek yang dapat dilihat dan dirasakan oleh panca indera. Aspek ini dapat berupa infrastruktur, teknologi, maupun alat dan peralatan yang dimanfaatkan untuk menghasilkan layanan. Dalam obyek wisata, dimensi ini dapat meliputi ketersediaan dan kualitas sarana prasarana wisata, kebersihan lingkungan sekitar, dan infrastruktur pendukung (Astuti, 2017).

Reliability

Reliability adalah kemampuan seseorang untuk memberikan layanan yang tepat dan memuaskan. Dalam pariwisata, *reliability* dinilai apakah janji layanan objek wisata dapat diberikan dengan terpercaya dan akurat. Indikator yang dinilai antara lain daya tarik sesuai dengan yang diinformasikan, harga (makanan, minuman, *souvenir*, tiket masuk dan parkir), ketepatan waktu operasional, dan ketepatan waktu pertunjukan. Selain itu, terdapat atribut mengenai keunikan daya tarik, seperti *atmosfer* yang berbeda dengan lingkungan lain, kekhasan pertunjukan, kekhasan kuliner, dan kekhasan *souvenir*. Terdapat pula atribut mengenai pengalaman yang dirasakan pengunjung, seperti informasi yang valid, pengetahuan kebudayaan baru, mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan mengesankan.

Responsiveness

Responsiveness dipahami sebagai keinginan pemilik usaha dan/atau karyawan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan. Dimensi *responsiveness* diukur dari kemampuan dan kesigapan pelayanan kepada pengunjung. Hal tersebut dapat digambarkan dari kemampuan dan kesigapan petugas dalam menangani keluhan, kesigapan/cepat tanggap petugas (petugas parkir, petugas

keamanan, petugas kebersihan, petugas museum) dalam melayani pengunjung, kesediaan pemandu wisata/petugas informasi yang komunikatif dan aktif, dan kemudahan pengunjung mendapatkan informasi terkait layanan.

Assurance

Assurance dipahami sebagai kepemilikan pengetahuan, kompetensi, dan *soft-skills* lain oleh suatu pemilik usaha/layanan dan karyawan. Dengan kepemilikan sumberdaya fisik dan non-fisik tersebut, maka diharapkan layanan yang diberikan memiliki kualitas yang baik. Sehingga, dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Dalam pariwisata, beberapa atribut dalam menilai dimensi jaminan dan kepastian, yakni keamanan parkir kendaraan, pemandu wisata/petugas informasi yang memiliki pengetahuan terkait kawasan wisata, pemandu/staf museum yang memiliki

pengetahuan terkait benda yang dipamerkan, dan jaminan keamanan wahana permainan.

Empathy

Empathy adalah kemudahan dalam menjalin hubungan, kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik, perhatian, dan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan. Empati merupakan bentuk perhatian yang tulus dan bersifat personal sehingga dapat dipahami keinginan konsumen. Pada sektor pariwisata, dimensi empati berkaitan dengan sikap pengelola wisata dan masyarakat yang terlibat usaha wisata kepada pengunjung. Aspek *emphaty* ini mampu menumbuhkan kenyamanan bagi wisatawan, sehingga akan tumbuh keinginan berkunjung kembali atau merekomendasikan objek wisata pada orang lain.

Tabel 1. Variabel penelitian

Variabel	Kode	Indikator
Tangibles	X1	Wisatawan dapat melihat, melakukan, dan membeli oleh-oleh
	X2	Terdapat aktivitas yang tidak bisa dilakukan di obyek wisata lainnya
	X3	Terdapat tempat makan dan minum di Taman Wisata Air Wendit
	X4	Akses menuju Taman Wisata Air Wendit mudah
	X5	Taman Wisata Air Wendit didukung oleh fasilitas yang memadai
	X6	Orang yang berada di Taman Wisata Air Wendit bersikap ramah dan mudah untuk memberikan informasi
	X7	Taman Wisata Air Wendit memiliki pemandangan yang tidak kalah dengan pemandangan di obyek wisata lain
	X8	Taman Wisata Air Wendit memiliki lokasi yang strategis
Reliability	X9	Taman Wisata Air Wendit mampu memberikan layanan yang tepat bagi wisatawan
	X10	Taman Wisata Air Wendit mampu memberikan layanan yang memuaskan wisatawan
Responsiveness	X11	Pegawai Taman Wisata Air Wendit sigap dalam membantu wisatawan
	X12	Pegawai Taman Wisata Air Wendit sigap dalam menangani keluhan wisatawan
	X13	Pengetahuan pegawai terhadap Taman Wisata Air Wendit baik
Assurance	X14	Keramahan, perhatian dan kesopanan pegawai Taman Wisata Air Wendit dalam memberi pelayanan baik
	X15	Keterampilan pegawai Taman Wisata Air Wendit dalam memberi informasi yang dibutuhkan konsumen
	X16	Pegawai Taman Wisata Air Wendit memiliki sifat dapat dipercaya
Empathy	X17	Wisatawan diberikan kemudahan untuk menghubungi pihak pengelola Taman Wisata Air Wendit
	X18	Pegawai Taman Wisata Air Wendit mampu berkomunikasi dengan baik dengan wisatawan
	X19	Pegawai Taman Wisata Air Wendit memiliki perhatian dan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan

Sumber: Data peneliti, 2024

METODE

Metode pengumpulan data

Data penelitian adalah data primer, yang diperoleh dari kuesioner dan observasi. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai persepsi wisatawan terhadap kinerja dan kepentingan aspek pelayanan wisata di lokasi studi. Dengan menggunakan Rumus Slovin dengan mempertimbangkan jumlah wisatawan pada tahun 2023 sebanyak 43.356 orang dan taraf signifikansi 10%, maka jumlah sampel penelitian adalah 100 orang. Sementara itu, observasi lapangan dilakukan untuk mengamati secara langsung kondisi fisik lokasi, sarana prasarana, dan pembagian zona pariwisata di Taman Wisata Air Wendit.

Metode analisis

Teknik analisa yang digunakan adalah IPA (*Importance-Performance Analysis*) untuk menilai kinerja dan kepentingan aspek pelayanan wisata di Taman Wisata Air Wendit. Secara rinci, tahapan analisa yang dilakukan adalah:

1. Menghitung frekuensi kinerja dan kepentingan tiap indikator

Perhitungan frekuensi per responden dilakukan berdasarkan skala penilaian per indikator. Skala penilaian yang digunakan adalah 1-5.

2. Menghitung skor tiap indikator

Proses ini dilakukan dengan menjumlahkan hasil perkalian antara frekuensi dengan skala penilaian. Sehingga, diperoleh nilai skor kinerja dan skor kepentingan untuk masing-masing indikator.

3. Menghitung tingkat kesesuaian kinerja dan kepentingan

Cara menghitung tingkat kesesuaian kinerja dan kepentingan setiap indikator menggunakan rumus berikut.

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki : Tingkat kesesuaian, yang dinyatakan dalam bentuk prosentase (%)

X_i : Total nilai kinerja

Y_i : Total nilai kepentingan

Apabila nilai kesesuaian semakin mendekati 100%, maka indikator tersebut memiliki kinerja dan kepentingan yang tinggi.

4. Menghitung nilai kuadran per indikator

Nilai kuadran diperoleh dengan menjumlahkan seluruh skor kinerja dan kepentingan pada masing-masing indikator dibagi dengan jumlah responden.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n}$$
$$\bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{X}_i : Rata-rata nilai kinerja indikator n

\bar{Y}_i : Rata-rata nilai kinerja indikator n

$\sum X_i$: Jumlah skor kinerja indikator n

$\sum Y_i$: Jumlah skor kepentingan indikator n

n: Jumlah responden

Dari perhitungan tersebut, maka dapat diketahui titik koordinat setiap indikator dimana rata-rata skor kinerja sebagai sumbu X dan rata-rata skor kepentingan sebagai sumbu Y. Untuk bisa membuat kuadran dalam diagram kartesius, maka perlu mencari titik tengah yang diperoleh dari rata-rata \bar{X}_i dan rata-rata \bar{Y}_i . Titik tengah tersebut yang akan membagi diagram kartesius menjadi 4 kuadran.

5. Menentukan posisi kuadran per indikator

Setelah diperoleh nilai sumbu X dan Y untuk masing-masing indikator, maka dapat terpetakan posisi indikator tersebut dalam diagram kartesius. Pembagian kuadran sebagai berikut.

- Kuadran I (*Concentrate these*)

Faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan disajikan dalam Kuadrat I. Namun, faktor-faktor tersebut tidak memenuhi harapan pelanggan karena tingkat kepuasan yang masih rendah. Kuadran ini memerlukan peningkatan variabel.

- Kuadran II (*Keep up the good work*) Faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan yang sesuai dengan perasaan mereka sehingga meningkatkan tingkat kepuasan berada pada dikuadran II. Variabel-variabel ini harus dipertahankan karena mereka menciptakan produk atau jasa yang unggul di mata pelanggan.
- Kuadran III (*Low priority*) Kuadran III wilayah mencakup faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena dampaknya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.
- Kuadran IV (*Possible overkill*) Kuadran IV merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Untuk membantu perusahaan menghemat biaya, variabel-variabel di kuadran ini dapat dikurangi.

HASIL DAN DISKUSI

Taman Wisata Air Wendit terletak di Desa Mangliawan, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang. Taman Wisata Air Wendit memiliki daya tarik berupa potensi alam yang dikembangkan menjadi wisata buatan berupa kolam pemandian untuk anak-anak maupun orang dewasa. Pada Taman Wisata Air Wendit, wisatawan

dapat melakukan berbagai aktivitas, seperti olahraga, rekreasi, dan kegiatan budaya. Wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Air Wendit dapat melakukan wisata air seperti berenang, memancing, naik perahu dayung, dan menikmati berbagai wahana air dan wahana bermain yang tersedia di Taman Wisata Air Wendit. Pada Taman Wisata Air Wendit tersedia berbagai fasilitas seperti kolam renang alami dan kolam renang buatan, perahu dayung, *water technology* berupa kolam gelombang dan kolam arus, area *outbond*, wahana permainan, *waterboom*, mushola, toilet, tempat parkir, *food center*, kios, pendopo, tempat ritual, panggung, hutan, dan sumber air.

Di dalam Taman Wisata Air Wendit wisatawan dapat melakukan aktivitas wisata air seperti berenang di kolam renang anak maupun dewasa, bermain air di *waterboom* maupun *water technology*, bermain di wahana permainan, dan menikmati seluruh fasilitas yang tersedia. Icon fauna di Taman Wisata Air Wendit berupa monyet juga dapat menjadikan wisatawan memiliki motivasi untuk berkunjung.

Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengidentifikasi kinerja atribut pelayanan Taman Wisata Air Wendit. Tingkat kesesuaian <100% berarti kualitas layanan yang diberikan kurang memenuhi harapan wisatawan, sebaliknya jika tingkat kesesuaian >100% dapat dikatakan kualitas layanan yang diberikan telah melebihi harapan wisatawan, sedangkan jika tingkat kesesuaian = 100% dapat dikatakan kualitas layanan telah memenuhi harapan wisatawan. Berikut merupakan hasil perhitungan skor kepuasan (Xi), skor kepentingan (Yi), dan tingkat kesesuaian (Tki) atribut kepuasan wisatawan terhadap Taman Wisata Air Wendit. Hasil analisis kinerja dan kepentingan adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Analisis kinerja dan kepentingan

Variabel	Kode	Atribut	Kinerja		Kepentingan		Kesesuaian (%)
			Skor	Rata-rata	Skor	Rata-rata	
<i>Tangibles</i>	X ₁	Wisatawan dapat melihat, melakukan, dan membeli sesuatu di Taman Wisata Air Wendit	298	2.98	412	4.12	72%
	X ₂	Terdapat aktivitas yang tidak bisa dilakukan di obyek wisata lainnya	239	2.39	391	3.91	61%
	X ₃	Terdapat tempat makan dan minum di Taman Wisata Air Wendit	304	3.04	395	3.95	77%
	X ₄	Akses menuju Taman Wisata Air Wendit mudah	324	3.24	411	4.11	79%
	X ₅	Taman Wisata Air Wendit didukung oleh fasilitas yang memadai	242	2.42	410	4.10	59%
	X ₆	Orang yang berada di Taman Wisata Air Wendit bersikap ramah dan mudah untuk memberikan informasi kepada pengunjung	291	2.91	430	4.30	68%
	X ₇	Taman Wisata Air Wendit memiliki pemandangan yang tidak kalah dengan pemandangan di obyek wisata lain	213	2.13	402	4.02	53%
	X ₈	Taman Wisata Air Wendit memiliki lokasi yang strategis	328	3.28	426	4.26	77%
<i>Reliability</i>	X ₉	Taman Wisata Air Wendit mampu memberikan layanan yang tepat bagi wisatawan	307	3.07	412	4.12	75%
	X ₁₀	Taman Wisata Air Wendit mampu memberikan layanan yang memuaskan wisatawan	306	3.06	430	4.30	71%
	X ₁₁	Pegawai Taman Wisata Air Wendit sigap dalam membantu wisatawan	315	3.15	415	4.15	76%
<i>Responsive-ness</i>	X ₁₂	Pegawai Taman Wisata Air Wendit sigap dalam menangani keluhan wisatawan	267	2.67	411	4.11	65%
	X ₁₃	Pengetahuan pegawai terhadap Taman Wisata Air Wendit baik	290	2.90	411	4.11	71%
<i>Assurance</i>	X ₁₄	Keramahan, perhatian dan kesopanan pegawai Taman Wisata Air Wendit dalam memberi pelayanan baik	310	3.10	436	4.36	71%
	X ₁₅	Keterampilan pegawai Taman Wisata Air Wendit dalam memberi informasi yang dibutuhkan konsumen baik dan benar	266	2.66	412	4.12	65%
	X ₁₆	Pegawai Taman Wisata Air Wendit memiliki sifat dapat dipercaya	297	2.97	421	4.21	71%
	X ₁₇	Wisatawan diberikan kemudahan untuk menghubungi pihak pengelola Taman Wisata Air Wendit	324	3.24	411	4.11	79%
<i>Emphaty</i>	X ₁₈	Pegawai Taman Wisata Air Wendit mampu berkomunikasi dengan baik dengan wisatawan	308	3.08	357	3.57	86%
	X ₁₉	Pegawai Taman Wisata Air Wendit memiliki perhatian dan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan	304	3.04	357	3.57	85%
Rata-rata				2.91		4.08	72%

Sumber: Data peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 2. diketahui bahwa rata-rata skor kepuasan sebesar 2.91, rata-rata skor kepentingan sebesar 4.08 dan rata-rata tingkat kesesuaian secara keseluruhan sebesar 72%. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

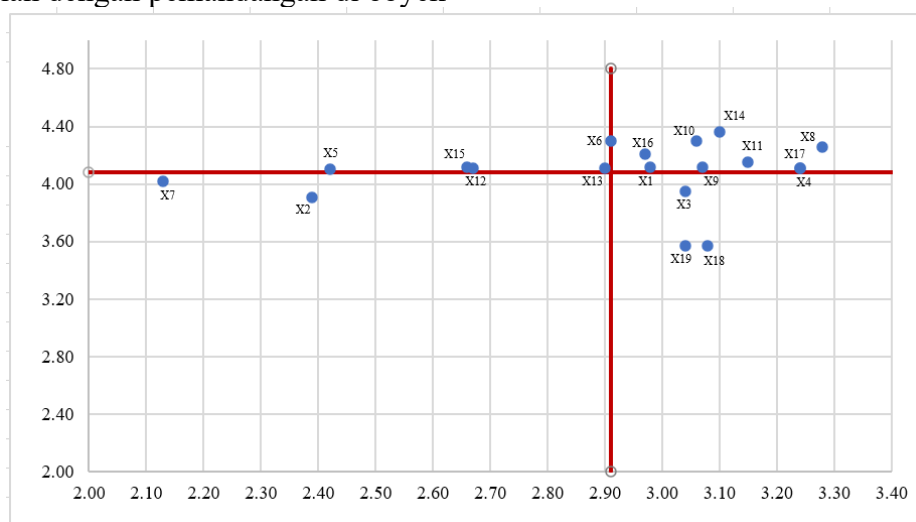
Taman Wisata Air Wendit masih jauh dari harapan wisatawan. Dari 19 atribut yang dinilai, terdapat 10 atribut yang memiliki nilai dibawah rata-rata, yaitu atribut X₂, X₅, X₆, X₇, X₁₀, X₁₂, X₁₃, X₁₄, X₁₅, dan X₁₆,

Tingkat kesesuaian terbesar adalah atribut X₁₈ (pegawai Taman Wisata Air Wendit mampu berkomunikasi dengan baik dengan wisatawan) sebesar 86%. Meskipun belum mencapai kesesuaian 100%, atribut ini memiliki nilai yang tertinggi. Pengelola Taman Wisata Air Wendit dianggap mampu berkomunikasi dengan wisatawan secara baik. Bahkan, beberapa responden wisatawan menjelaskan bahwa pengelola mampu berbahasa daerah/lokal sehingga mempermudah proses komunikasi. Hanya saja, pengelola Taman Wisata Air Wendit masih sangat kurang dalam berkomunikasi dengan bahasa asing atau bahasa internasional.

Sedangkan tingkat kesesuaian terkecil adalah atribut X₇ (Taman Wisata Air Wendit memiliki pemandangan yang tidak kalah dengan pemandangan di obyek

wisata lain) sebesar 53% yang artinya kinerjanya masih jauh dari ekspektasi/harapan pengunjung. Oleh karena itu, tingkat kesesuaian hanya dapat mengidentifikasi atribut mana yang memerlukan perbaikan dan perlu mempertahankan kinerjanya. Untuk dapat mengidentifikasi atribut pelayanan mana yang akan menjadi prioritas perbaikan diperlukan analisis kuadran.

Analisis kuadran IPA menggunakan diagram kartesius yang terbagi menjadi empat kuadran bermanfaat untuk mengidentifikasi prioritas indikator-indikator kualitas pelayanan yang harus segera diperbaiki, dipertahankan, serta menghasilkan formula perbaikan kualitas pelayanan. Sumbu X pada diagram kartesius merupakan rata-rata tingkat kepuasan dan sumbu Y merupakan rata-rata tingkat kepentingan konsumen. Berikut analisis diagram kartesius kualitas pelayanan Taman Wisata Air Wendit.



Gambar 1. Hasil analisa importance performance analysis

Sumber: Olah data peneliti, 2024

Berdasarkan titik potong yang diperoleh dari rata-rata tingkat kepuasan dan rata-rata tingkat kepentingan. Masing-masing kuadran menggambarkan prioritas pengembangan atribut kualitas pelayanan.

Hasil analisis kuadran dapat dijelaskan sebagai berikut.

- Kuadran I (Prioritas Utama/*Concentrate Here*)

Indikator yang termasuk dalam kategori ini dianggap penting dan diharapkan oleh wisatawan, tetapi hasil penilaian kinerjanya dianggap belum memuaskan. Nilai kinerja (X_i) di bawah rata-rata nilai kinerja keseluruhan, tetapi nilai harapannya (Y_i) di atas rata-rata nilai harapan keseluruhan. [Gambar 1.](#) menunjukkan bahwa terdapat 10 indikator yang termasuk dalam kuadran prioritas ini. Ke-empat indikator, yaitu X_1 , X_4 , X_7 , X_8 merupakan aspek *tangibles*. X_1 adalah indikator wisatawan dapat melihat, melakukan, dan membeli sesuatu di Taman Wisata Air Wendit. Indikator ini dinilai wisatawan tidak optimal karena tidak ada *souvenir* khas yang dapat dibeli di objek wisata ini. Bahkan, aktivitas yang berkembang juga terbatas pada aktivitas berenang atau bersantai (duduk-duduk) saja. Hal ini dianggap tidak menarik bagi wisatawan. Padahal, atraksi yang menarik dan ciri khas pada suatu objek wisata adalah indikator pelayanan prioritas ([Ngurah et al., 2021](#); [Wibowo et al., 2023](#)). Selanjutnya, X_4 merupakan akses yang mudah. Meskipun terletak pada jalan yang menghubungkan Kabupaten Malang dan Kota Malang hanya terdapat 1 rute angkutan umum yang melewati. Disamping atraksi yang sudah ada, Taman Wisata Air Wendit juga dinilai memiliki pemandangan yang unik. Akan tetapi, kinerjanya masih dinilai kurang karena adanya pepohonan yang mengganggu pemandangan alam di sekitarnya (X_8). Aspek *tangibles* yang terakhir adalah lokasi strategis. Meskipun lokasi strategis, tetapi keterbatasan rute angkutan umum menjadi salah satu kelemahan. Selain faktor *tangibles*, aspek *reliability* yang perlu diprioritaskan adalah X_{10} (layanan yang memuaskan). Menurut wisatawan, beberapa layanan

dinilai kurang memuaskan, misalnya kamar mandi, tempat duduk, dan penerangan. Indikator prioritas lainnya adalah X_{11} , X_{14} , X_{16} , X_{18} , dan X_{19} . Oleh karena dinilai belum memuaskan, maka penyedia layanan perlu mengalokasikan sumber daya guna meningkatkan performa indikator prioritas pada kuadran ini. Perbaikan dan peningkatan kualitas pada indikator-indikator tersebut tentunya akan meningkatkan nilai kinerja layanan. Sehingga, wisatawan akan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

▪ Kuadran II (Pertahankan Prestasi/*Keep Up the Good Work*)

Indikator kualitas pelayanan yang masuk pada kuadran ini dinilai memiliki kinerja yang baik dan kepentingan yang tinggi. Dengan demikian, pengelola Taman Wisata Air Wendit perlu mempertahankan kondisi. Beberapa fasilitas yang disediakan dalam kondisi yang baik (X_5). Sementara, indikator lain, yaitu X_6 , X_{12} , X_{13} , dan X_{15} berkaitan dengan kesiagapan dan layanan petugas yang diberikan kepada pengunjung. Meskipun dengan jumlah petugas tiket, petugas kebersihan yang terbatas, mereka dinilai mampu memberikan layanan dengan baik. Sementara itu, pemandu wisata memiliki cukup pengetahuan dan informasi mengenai sejarah dan perkembangan atraksi wisata. Sehingga, mereka dapat menceritakan dengan baik kepada pengunjung. [Pusparani et al., \(2024\)](#) dan [Syakier, Wan Aniq; Hanafiah \(2023\)](#) mempertegas bahwa pemandu wisata memiliki peran yang krusial dalam membantu kesulitan wisatawan. Sehingga, wisatawan akan memiliki penilaian yang baik terhadap objek wisata.

▪ Kuadran III (Prioritas Rendah/*Low Priority*)

Indikator yang termasuk pada prioritas rendah, adalah X₂ dan X₇. Indikator X₂ adalah terdapat aktivitas yang tidak bisa dilakukan di obyek wisata lainnya. Taman Wisata Air Wendit menyediakan fasilitas kolam renang dimana fasilitas ini dapat dijumpai pada objek wisata lainnya. Secara aktual, nilai kinerja dan nilai kepentingan indikator ini rendah. Akan tetapi, kolam renang yang disediakan di Taman Wisata Air Wendit berbeda karena air kolam renang langsung bersumber dari mata air Wendit yang segar dan dingin. Selain itu, terdapat indikator X₇ berkaitan dengan pemandangan yang tidak kalah dengan objek wisata lain. Berdasarkan hasil kuesioner, wisatawan ternyata tidak mempermasalahkan indikator ini. Pemandangan yang disajikan sudah cukup baik. Disamping berenang, wisatawan pun dapat duduk bersantai, piknik, atau menikmati pemandangan yang ada di sekitarnya.

▪ Kuadran IV (Berlebihan/*Possibly Overkill*)

Indikator yang masuk ke dalam kuadran IV, berarti indikator yang memiliki tingkat kinerja tinggi, tetapi memiliki tingkat kepentingan yang rendah. Dalam kasus tertentu, sumberdaya yang diberikan untuk memberikan layanan terlalu besar, tetapi ternyata hasil tersebut dianggap tidak terlalu penting bagi wisatawan. Pada Taman Wisata Air Wendit, indikator terdapat tempat makan dan minum di Taman Wisata Air Wendit (X₃) masuk dalam kuadran IV. Meskipun terdapat beberapa warung dan kios penjual makanan, wisatawan lebih banyak membawa bekal makanan dan minuman sendiri. Sehingga keberadaan penjual makanan pada objek wisata dianggap tidak penting bagi wisatawan. Lain halnya apabila warung dan kios penjual

makanan menyediakan makanan khas wilayah Malang Raya, wisatawan kemungkinan akan lebih tertarik untuk membeli. Indikator lainnya adalah X₁₈ dan X₁₉, yaitu pegawai Taman Wisata Air Wendit mampu berkomunikasi dengan baik dengan wisatawan dan pegawai Taman Wisata Air Wendit memiliki perhatian dan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan. Pegawai yang bekerja berasal dari sekitar wilayah Kabupaten Malang sehingga lebih memahami penguasaan bahasan dan informasi mengenai lokasi wisata. Namun, hal tersebut dinilai wisatawan dengan tingkat kepentingan rendah. Hal ini menjadi temuan yang cukup menarik dikarenakan pada kasus lainnya keberadaan pegawai lokal yang mampu berkomunikasi dan memberikan informasi dengan baik justru dianggap sebagai faktor penting yang mempengaruhi kinerja layanan. Dalam penelitian [Nandika, et al. \(2023\)](#) dijelaskan bahwa pemandu wisata lokal yang mampu membantu wisatawan akan meningkatkan kepuasan terhadap kinerja objek wisata tersebut.

Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa 10 dari 19 indikator kualitas pelayanan masuk dalam kategori Kuadran 1 (diprioritaskan). Dari 10 indikator tersebut terdapat 4 indikator aspek *tangibles*. Aspek *tangibles* merupakan aspek prioritas dalam kualitas pelayanan pariwisata. Hal ini disebabkan aspek yang bersifat fisik ini sangat erat kaitannya dengan atraksi, infrastruktur, dan elemen fisik lain dalam suatu objek wisata ([Mercade & Almeida-garcı, 2021](#)). Di samping itu, kondisi dan kualitas destinasi wisata yang baik akan semakin mempermudah pengelola wisata dalam memasarkan atau mempromosikan produk wisata ([Chin et al., 2020](#)). Kedua penelitian tersebut semakin memperkuat bahwa peningkatan kualitas aspek

tangibles akan semakin meningkatkan kualitas layanan. Hingga akhirnya dapat mendorong minat wisatawan untuk berkunjung. Merujuk pada aspek *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, dan *emphaty* secara umum telah menunjukkan kinerja yang baik.

KESIMPULAN

Analisis kinerja dan kepentingan sangat diperlukan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan pada suatu objek wisata. Selain menemukan tingkat kesesuaiannya, analisis ini dapat menghasilkan indikator prioritas. Dalam kasus Taman Wisata Air Wendit masih terdapat beberapa indikator yang perlu diprioritaskan. Sesuai dengan hasil analisis kinerja dan kepentingan terhadap aspek pelayanan wisata Taman Wisata Air Wendit diperoleh bahwa X₁, X₄, X₇, X₈, X₁₀, X₁₁, X₁₄, X₁₆, X₁₈, dan X₁₉ merupakan variabel yang masuk ke dalam **Kuadran I (Prioritas utama/Concentrate here)**. Hal ini berarti bahwa ke-10 indikator tersebut perlu peningkatan kualitas, kuantitas, maupun ketersediaannya. Beberapa rekomendasi, antara lain:

- Inovasi atraksi wisata dan penyediaan souvenir khas budaya Kabupaten Malang;
- Meningkatkan kualitas layanan moda transportasi publik menuju objek wisata;
- Meningkatkan kualitas kebersihan, baik akses dalam lokasi Taman Wisata Air Wendit, sarana, dan prasarana;
- Mengembangkan *siteplan* zonasi ruang wisata yang lebih menarik;
- Meningkatkan layanan petugas dan pegawai, seperti *tour guide*, petugas kebersihan, petugas tiket, dan petugas keamanan;
- Membangun *signage* atau penanda yang interaktif pada area dalam Taman Wisata Air Wendit.

- Mengembangkan sistem promosi berbasis media online, seperti *instagram* dan *Tiktok* sehingga mudah diakses oleh masyarakat.
- Mengembangkan atraksi wisata baru yang lebih edukatif dan interaktif sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi wisatawan.
- Pemenuhan layanan prasarana yang menarik wisatawan, misalnya media untuk foto atau *selfie*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Akhmad Bories Yasin; Hamid, D. T. (2016). Dampak pengembangan pariwisata terhadap kehidupan masyarakat lokal di kawasan wisata (Studi pada masyarakat sekitar Wisata Wendit, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 30(1), 74–78.
- Astuti, A. K. (2017). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Wisata Dlingo. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 12(2), 107–119.
- Chin, C. H., Lo, M. C., Razak, Z., & Pasbakhsh, P. (2020). Resources confirmation for tourism destinations marketing efforts using PLS-MGA: The moderating impact of semirural and rural tourism destination. *Sustainability*, 12(17), 1–23.
- Darmawati, L. E. S. (2018). Analisis internal marketing dalam pengembangan daya tarik Wisata Wendit Water Park. *Media Wisata*, 16(2012), 730–739.
- Dewi, D. C., & Wulandari, W. (2025). Peran pengalaman wisata dalam memediasi pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas pengunjung: Studi pada Taman Wisata Wendit Water Park Malang. *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*,

- 13(1), 76–86.
- Ge, Y., Yuan, Q., Wang, Y., & Park, K. (2021). The structural relationship among perceived service quality, perceived value, and customer satisfaction-focused on Starbucks reserve coffee shops in Shanghai, China. *Sustainability*, 13(15), 1–19.
- Islami, Nungky Wanodyatama., Khourh, U. (2022). Strategi pengembangan Taman Wisata Air Wendit pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Malang. *Karta Rahardja*, 4(2), 1–14.
- Latiff, K., & Siew, N. G. (2015). The impact of tourism service quality on satisfaction. *International Journal of Economics and Management*, 9, 67–94.
- Mercade, P., & Almeida-garcı, F. (2021). New perspectives on satisfaction and loyalty in festival tourism: The function of tangible and intangible attributes. *PLoS ONE*, 16(2), 1–17.
- Nandika, I. K., Koeswiryono, D. P., & Praminatih, G. A. (2023). Pengaruh kualitas pemandu wisata lokal terhadap tingkat kepuasan wisatawan. *PARIS (Jurnal Pariwisata dan Bisnis)*, 02(6), 1320–1325.
- Ngurah, G., Wiriata, A., & Andiani, N. D. (2021). Peluang dan tantangan pengembangan *souvenir* Desa Wisata berbasis kerajinan lokal. *Pariwisata Masyarakat*, 2(2), 75–98.
- Nirwana, E. E. K. A., Hijri, Y. S., & Kamil, M. (2019). Government cooperation In Malang City and Malang Regency government in management water Resources Wendit. *Logos Journal*, 2(1).
- Pusparani, Boediman, S. F., Nasution, D. Z., Faizal, A., & Hutagalung, H. (2024). Pengaruh pengetahuan *tour guide* dan keterampilan *tour guide* terhadap kepuasan wisatawan di Kota Tua Jakarta, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(3), 312–326.
- Rahayu, S., & Samsuddin, W. (2024). The influence of promotion and service quality on satisfaction and its impact on tourist loyalty in Historical. *RGSA Revista De Gestao Social E Ambiental*, 18(4), 1–23.
- Shyju, P. J., Singh, K., Kokkranikal, J., Bharadwaj, R., & Antony, J. (2023). Service quality and customer satisfaction in hospitality, leisure, sport and tourism: An assessment of research in web of science service quality and customer satisfaction in hospitality. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(1), 24–50.
- Syakier, Wan Aniq., Hanafiah, M. H. (2023). Tour guide performances, tourist satisfaction and behavioural intentions: A study on tours in Kuala Lumpur City Centre. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(3), 597–614.
- Wibowo, M. S., Aulia, A., Baskoro, A., & Lutfiana, A. (2023). Penilaian atraksi, amenities, dan aksesibilitas objek daya tarik wisata di Semarang (Studi kasus: Semarang Zoo). *Sapta Pesona: Jurnal Kepariwisata*, 1(1), 7–15.
- Wijayanti, D. E., Priyanto, M. W., Qomariyah, N., & Suprapti, I. (2024). The effect of products and services on the intention to revisit coastal tourism destinations in Madura Island. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality, and Recreation*, 7(1), 41–54.