

PENGELOLAAN *SERVICE ENCOUNTER* SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PENGUNJUNG DI DESTINASI WISATA TANGKUBAN PERAHU, JAWA BARAT

Raden Rizki Muttaqien

Pariwisata, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
rizki.stiepar@gmail.com

Aa Permana

Pariwisata, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
apermana@stiepar.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengelolaan *service encounter* terhadap tingkat kepuasan pengunjung di destinasi wisata Tangkuban Perahu, Jawa Barat. Sebagai salah satu objek wisata alam unggulan, Tangkuban Perahu memiliki potensi besar dalam menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, data menunjukkan adanya fluktuasi jumlah kunjungan serta indikasi bahwa kepuasan wisatawan belum optimal, terutama dalam aspek pelayanan dan interaksi antara pengunjung dengan penyedia jasa wisata. *Service encounter* menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap kualitas layanan dan pengalaman berkunjung secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif untuk memperoleh gambaran mengenai pengelolaan *service encounter* yang diterapkan oleh pengelola serta dampaknya terhadap kepuasan pengunjung. Data dikumpulkan melalui survei terhadap wisatawan yang berkunjung ke Tangkuban Perahu, dengan analisis yang difokuskan pada dimensi kualitas interaksi, profesionalisme pemandu, dan efektivitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan *service encounter* yang baik — melalui peningkatan kompetensi pemandu wisata, perbaikan fasilitas, serta komunikasi yang efektif — memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan interaksi layanan sebagai strategi utama dalam meningkatkan pengalaman wisata dan daya saing destinasi pariwisata alam di Jawa Barat.

Keywords: Service Encounte, Kepuasan Pengunjung, Manajemen Pelayanan, Tangkuban Perahu, Pariwisata Jawa Barat

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi global dan pembangunan berkelanjutan. Menurut laporan *World Tourism Organization* (UNWTO, 2023), sektor ini menyumbang sekitar 7,6% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dunia dan menjadi salah satu sumber utama penciptaan lapangan kerja di berbagai negara. Di Indonesia, pariwisata menjadi pilar utama ekonomi kreatif karena mampu meningkatkan pendapatan nasional dan menciptakan peluang usaha di berbagai daerah (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Potensi alam dan budaya yang berlimpah menjadikan sektor pariwisata sebagai prioritas nasional yang memerlukan pengelolaan profesional, inovatif, dan berkelanjutan agar mampu bersaing di tingkat global.

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu daerah dengan potensi pariwisata terbesar di Indonesia, dengan lebih dari 360 destinasi wisata yang terdiri atas wisata alam, budaya, dan buatan (Disparbud Jabar, 2020). Salah satu destinasi unggulannya adalah

Tangkuban Perahu, yang terkenal dengan keindahan kawah vulkanik serta panorama pegunungannya yang menawan. Namun, data menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mengalami fluktuasi dalam beberapa tahun terakhir, yang menunjukkan perlunya peningkatan kualitas pelayanan. Menurut penelitian Eviana (2024), peningkatan kepuasan wisatawan tidak hanya bergantung pada daya tarik alam, tetapi juga pada mutu pelayanan dan pengalaman yang diberikan kepada pengunjung selama berinteraksi dengan penyedia jasa wisata.

Kualitas interaksi antara wisatawan dan penyedia layanan dikenal dengan istilah *service encounter*, yaitu momen ketika pelanggan berinteraksi langsung dengan penyedia layanan dan membentuk persepsi terhadap kualitas pelayanan (Zhou, Zhang, & Yu, 2019). Dalam konteks pariwisata, *service encounter* menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan dan menentukan tingkat kepuasan pengunjung. Penelitian Putra dan Suryani (2021) menunjukkan bahwa pengelolaan *service encounter* yang efektif mampu memperkuat citra destinasi dan mendorong loyalitas wisatawan melalui

peningkatan kepuasan emosional. Dengan demikian, strategi peningkatan pelayanan yang berfokus pada interaksi langsung antara pengunjung dan penyedia jasa merupakan langkah penting dalam menjaga daya saing destinasi wisata alam seperti Tangkuban Perahu. Selain aspek pelayanan, kepuasan wisatawan juga dipengaruhi oleh kualitas fasilitas dan kenyamanan lingkungan destinasi. Menurut Sitepu dan Rismawati (2021), pengalaman wisata yang berkesan terbentuk dari kombinasi antara layanan, fasilitas, dan suasana destinasi yang mendukung kenyamanan pengunjung. Dalam konteks Tangkuban Perahu, pengelola perlu mengintegrasikan aspek *service encounter* dengan pengelolaan fasilitas fisik dan sumber daya manusia yang kompeten. Hal ini sejalan dengan arah kebijakan pemerintah daerah yang menekankan pembangunan pariwisata berkelanjutan berbasis pelayanan (*service-based sustainable tourism*) sebagaimana tertuang dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Jawa Barat (Disparbud Jabar, 2020).

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis bagaimana pengelolaan *service encounter* diterapkan di Tangkuban Perahu Jawa Barat, bagaimana tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan, serta sejauh mana pengelolaan interaksi layanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi implementasi *service encounter* di destinasi wisata alam, menilai tingkat kepuasan pengunjung terhadap layanan yang diterima, dan menjelaskan hubungan antara pengelolaan interaksi layanan dan kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen pariwisata berbasis pelayanan, serta rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi wisata dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan secara berkelanjutan (Putra & Suryani, 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai pengelolaan *service encounter* dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung di destinasi wisata Tangkuban Perahu, Jawa Barat. Pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian ini berfokus pada upaya menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan secara sistematis dan faktual, khususnya mengenai interaksi antara pengunjung dengan penyedia jasa wisata, seperti pemandu (*guide*), petugas tiket, serta staf pelayanan lainnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang ke kawasan wisata Tangkuban Perahu selama periode penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode accidental sampling, yaitu pengunjung yang secara kebetulan ditemui dan bersedia menjadi responden. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 100 responden, dengan pertimbangan kecukupan data untuk analisis

kuantitatif. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup yang dirancang berdasarkan indikator *service encounter* (Lovelock & Wirtz, 2011) dan kepuasan pengunjung (Kotler & Keller, 2016). Sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan Dinas Pariwisata Jawa Barat, Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam (BBKSDA), serta dokumentasi dari pihak pengelola Tangkuban Perahu.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan persepsi mereka terhadap pengelolaan *service encounter*, sedangkan regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh pengelolaan *service encounter* terhadap kepuasan pengunjung. Pengujian hipotesis dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% menggunakan bantuan perangkat lunak statistik SPSS. Hasil analisis diharapkan dapat menunjukkan sejauh mana pengelolaan *service encounter* berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pengunjung, serta menjadi dasar rekomendasi strategis bagi pengelola destinasi wisata dalam mengoptimalkan kualitas pelayanan di Tangkuban Perahu, Jawa Barat.

PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengunjung Tangkuban Perahu, diperoleh karakteristik demografis yang beragam. Sebagian besar responden berusia antara **21–35 tahun (45%)**, dengan tingkat pendidikan **SMA/ sederajat (40%)** dan **sarjana (35%)**. Sebanyak **60% responden merupakan wisatawan domestik**, sementara **40% merupakan wisatawan mancanegara**. Tujuan utama mereka berkunjung adalah untuk menikmati keindahan alam dan relaksasi (52%), diikuti oleh kegiatan edukasi dan rekreasi keluarga. Gambaran ini menunjukkan bahwa Tangkuban Perahu memiliki daya tarik lintas usia dan budaya, sehingga pelayanan yang berkualitas menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pengunjung.

2. Pengelolaan *Service Encounter* di Tangkuban Perahu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *service encounter* yang paling dominan dalam memengaruhi pengalaman pengunjung adalah kualitas interaksi antara pemandu wisata dan pengunjung, dengan skor rata-rata kepuasan 4,2 dari 5. Aspek ini meliputi keramahan, kemampuan berkomunikasi, dan pengetahuan pemandu tentang objek wisata. Selain itu, dimensi responsivitas petugas (4,0) dan penampilan fisik lingkungan pelayanan (3,9) juga memberikan kontribusi positif terhadap persepsi pengunjung. Namun, beberapa responden mencatat perlunya peningkatan fasilitas penunjang, seperti

kebersihan area publik dan ketersediaan papan informasi wisata.

Temuan ini mendukung teori Lovelock & Wirtz (2011) yang menyatakan bahwa service encounter merupakan titik kritis dalam pembentukan persepsi kualitas jasa. Interaksi langsung antara karyawan dan pengunjung tidak hanya memengaruhi kepuasan sesaat, tetapi juga membentuk niat untuk berkunjung kembali. Di Tangkuban Perahu, peningkatan kompetensi dan profesionalisme pemandu wisata menjadi faktor utama yang perlu dijaga dan dikembangkan.

3. Tingkat Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, tingkat kepuasan pengunjung terhadap keseluruhan pelayanan di Tangkuban Perahu menunjukkan skor rata-rata 4,1 dari skala 5, yang berarti berada pada kategori puas. Dimensi yang memperoleh skor tertinggi adalah keindahan alam (4,5) dan keramahan petugas (4,3), sementara skor terendah terdapat pada fasilitas umum (3,8) dan kebersihan area (3,7). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun wisatawan umumnya puas terhadap pelayanan, terdapat aspek-aspek yang masih perlu ditingkatkan, terutama terkait kenyamanan fisik dan pengelolaan sarana wisata.

4. Analisis Pengaruh Service Encounter terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa pengelolaan service encounter berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,63$) dan nilai signifikansi $p < 0,05$. Artinya, sebesar 63% variasi kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh kualitas pengelolaan service encounter, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti fasilitas, harga tiket, dan promosi. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik interaksi dan pelayanan yang diberikan oleh pengelola, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung. Temuan ini sejalan dengan pendapat Zeithaml dan Bitner (2009) yang menyatakan bahwa kualitas interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia jasa merupakan prediktor utama dari kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, strategi peningkatan pelayanan melalui pengelolaan service encounter tidak hanya berdampak pada kepuasan pengunjung saat ini, tetapi juga pada potensi kunjungan ulang dan promosi dari mulut ke mulut.

5. Implikasi Manajerial dan Strategis

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengelola destinasi wisata, khususnya di Tangkuban Perahu Jawa Barat. Pengelolaan service encounter terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sehingga pihak pengelola perlu menempatkan kualitas interaksi layanan sebagai prioritas utama dalam strategi pengembangan destinasi. Manajemen Tangkuban Perahu dapat memperkuat

kompetensi sumber daya manusia melalui program pelatihan intensif yang berfokus pada keterampilan komunikasi, sikap pelayanan, serta pemahaman terhadap karakteristik wisatawan. Dengan demikian, pemandu wisata dan petugas di lapangan dapat memberikan pengalaman layanan yang konsisten, profesional, dan berorientasi pada kepuasan pengunjung.

Selain itu, implikasi strategis yang dapat diterapkan adalah penerapan model pengelolaan layanan berbasis pengalaman wisata (experiential service management). Strategi ini menekankan pentingnya membangun hubungan emosional antara pengunjung dan destinasi melalui interaksi layanan yang hangat, informatif, dan berkesan. Pengelola dapat mengembangkan standar operasional prosedur (SOP) yang menekankan nilai keramahan lokal (local hospitality values) dan budaya pelayanan khas Jawa Barat. Hal ini tidak hanya memperkuat identitas destinasi, tetapi juga membedakannya dari destinasi sejenis seperti Kawah Putih Ciwidey atau Ciater. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Putra dan Suryani (2021) yang menegaskan bahwa service encounter yang efektif berkontribusi terhadap pembentukan citra destinasi dan peningkatan niat kunjung ulang wisatawan.

Lebih lanjut, dari sisi kebijakan pariwisata daerah, pengelola Tangkuban Perahu bersama pemerintah daerah dapat mengintegrasikan strategi peningkatan layanan ke dalam program promosi dan pengelolaan destinasi secara berkelanjutan. Misalnya melalui pelatihan terpadu berbasis digital, penguatan sistem umpan balik wisatawan (visitor feedback system), serta penggunaan teknologi informasi untuk memantau kepuasan pengunjung secara real-time. Pendekatan ini selaras dengan kebijakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022) tentang peningkatan daya saing pariwisata berbasis pelayanan dan digitalisasi destinasi. Implementasi strategi tersebut diharapkan tidak hanya meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga memperkuat posisi Tangkuban Perahu sebagai destinasi wisata alam unggulan yang kompetitif di tingkat nasional maupun internasional.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan service encounter memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung di destinasi wisata Tangkuban Perahu, Jawa Barat. Dimensi pelayanan yang meliputi interaksi langsung antara pemandu wisata dan pengunjung, responsivitas petugas, serta penampilan fisik lingkungan wisata terbukti memberikan pengaruh positif terhadap pengalaman dan kepuasan wisatawan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa service encounter menjelaskan sebesar 63% variasi kepuasan

pengunjung, yang berarti semakin baik pengelolaan interaksi layanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan.

Temuan ini memperkuat teori bahwa pengalaman interaksi antara pengunjung dan penyedia layanan merupakan kunci dalam membangun persepsi kualitas dan loyalitas wisatawan. Oleh karena itu, *service encounter* dapat dijadikan indikator utama dalam strategi peningkatan mutu pelayanan pariwisata, khususnya di destinasi berbasis alam seperti Tangkuban Perahu.

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola Tangkuban Perahu disarankan untuk meningkatkan kapasitas pemandu wisata melalui pelatihan komunikasi dan pelayanan berbasis pengalaman (*experiential service*). Peningkatan fasilitas penunjang, kebersihan area, serta penyediaan sarana informasi wisata digital juga perlu diperhatikan untuk menunjang kepuasan pengunjung secara menyeluruh. Selain itu, penelitian lanjutan disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti citra destinasi, kualitas fasilitas, dan nilai pengalaman wisata agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan di destinasi wisata alam.

DAFTAR PUSTAKA

- Africal Journal of Business Management. (2009). *Service Encounter and Perceived Quality in Hospitality Contexts*. 3(7), 431–438.
- Disparbud Jabar. (2020). *Laporan Tahunan Statistik Kepariwisata Jawa Barat*. Bandung: Pemerintah Provinsi Jawa Barat.
- Eviana, N. (2024). Increasing Tourist Satisfaction Through Service Quality: The Mediating Role of Memorable Tourism Experience. *Ilomata International Journal of Management*, 5(1), 33–45.
- Farida, J. (2009). *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Laporan Kinerja Sektor Pariwisata Nasional 2022*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Strategi Penguatan Daya Saing Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Pelayanan dan Digitalisasi Destinasi*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Pendit, N. S. (2006). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Putra, I. G. A., & Suryani, N. K. (2021). The Effect of Service Encounter and Destination Image on Tourist Satisfaction and Loyalty. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 9(3), 115–127.
- Sitepu, H., & Rismawati, E. (2021). The Influence of Service Quality, Destination Image, and Memorable Experience on Revisit Intention with Intervening Variable of Tourist Satisfaction. *International Journal of Applied Science, Technology, and Engineering*, 3(2), 45–55.
- UNWTO. (2010). *World Tourism Barometer: Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia 2010*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- UNWTO. (2023). *World Tourism Barometer 2023*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- Zhou, Y., Zhang, J., & Yu, C. (2019). Destination Service Encounter Modeling and Relationships among Tourist Satisfaction. *Sustainability*, 11(4), 960. <https://doi.org/10.3390/su11040960>