

## Pengaruh Manajemen Pelayanan Pengunjung dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung di Lembang Park & Zoo

Putri Rahayu<sup>1</sup>, Yudha Munajat Saputra<sup>2</sup>, Gilang Pratama Putra<sup>3</sup>

Universitas Pendidikan Indonesia, Sumedang

putriarahayu@upi.edu<sup>1</sup>, yudhamsaputra@upi.edu<sup>2</sup>, gilang.p.putra@upi.edu<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*Tourist attraction managers can improve visitor satisfaction by optimizing their human resources. This means that this study was conducted to determine how visiting tourists assess service management. The main factor in consumer satisfaction is their perception of the quality of service received. The expected results are to provide information about this service management process to help tourists assess staff performance during the operation of Lembang Park & Zoo. This study uses a quantitative approach design, using a descriptive method approach with a data collection technique, namely a survey. . By distributing questionnaires and google forms. Other populations are visitors who are active in the Lembang Park & Zoo area, which is 410,000. then the number of samples to be taken in this study is 100 tourists. The sampling technique in this study uses simple random sampling. Visitor service management has a strong correlation with visitor satisfaction at Lembang Park & Zoo, because the service provided by a destination is an effective thing that must ensure that the quality of service provided to visitors is consistent and satisfactory, including the speed in responding to complaints and the availability of friendly and trained staff to improve visitor satisfaction. Affirming that visitor service management is not only important in daily operations but is important in improving the image of a good destination and the attractiveness of a tourist destination. Visitor satisfaction has been shown to increase when their interactions with visitor service staff are positive and satisfying, meaning that this shows that in reliable service can bring benefits can greatly help tourist destinations by increasing visitor satisfaction and making tourists come back.*

**Keywords:** Visitor Service Management; Visitor Satisfaction; Lembang Park & Zoo

### ABSTRAK

Pengelola tempat wisata dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang mereka miliki. Artinya, dilakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana wisatawan yang berkunjung menilai manajemen pelayanan. Faktor utama kepuasan konsumen adalah persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Hasil yang diharapkan yaitu dapat memberikan informasi tentang proses manajemen pelayanan ini untuk membantu wisatawan menilai kinerja staf selama operasional Lembang Park & Zoo. Penelitian ini menggunakan desain pendekatan kuantitatif, menggunakan pendekatan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data yaitu survey. Dengan penyebaran kuesioner dan google form. Populasi lainnya yaitu pengunjung yang sedang beraktivitas di kawasan Lembang Park & Zoo yaitu sebanyak 410.000. maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 wisatawan. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan simple random sampling. Manajemen pelayanan pengunjung memiliki korelasi yang kuat dengan kepuasan pengunjung di Lembang Park & Zoo, karena pelayanan yang diberikan oleh suatu destinasi merupakan hal efektif yang harus memastikan bahwa kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung konsisten dan memuaskan, termasuk kecepatan dalam menanggapi keluhan dan

ketersediaan staf yang ramah dan terlatih untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.. Menegaskan bahwa manajemen pelayanan pengunjung tidak hanya penting dalam operasional harian tetapi penting dalam meningkatkan citra destinasi yang baik dan daya tarik suatu destinasi wisata. Kepuasan pengunjung terbukti meningkat ketika interaksi mereka dengan staf pelayanan pengunjung berlangsung positif dan memuaskan, Artinya, ini menunjukkan bahwa dalam keandalan melayani dapat membawa manfaat dapat sangat membantu destinasi wisata dengan meningkatkan kepuasan pengunjung dan membuat wisatawan berkunjung kembali.

**Kata kunci:** Manajemen Pelayanan Pengunjung ; Kepuasan Pengunjung ; Lembang Park & Zoo.

## PENDAHULUAN

Di Indonesia, terdapat berbagai macam industri pariwisata dari mulai pariwisata alam, budaya, kuliner, dan lain sebagainya. Bank Indonesia (BI) menyatakan pariwisata merupakan sektor yang paling efektif untuk mendongkrak devisa Indonesia. Salah satu alasannya karena sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan pariwisata dalam negeri. Selain Sumber Daya Manusia (SDM), sumber daya yang dimaksud adalah letak geografis antara lain luas wilayah serta keragaman sumber daya alam, budaya, kuliner dan kekayaan yang ada di tanah air. Sumber daya inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun manca negara (Setiaputri, 2024). Hal itu dikarenakan kondisi geografis Indonesia yang kaya akan alam yang memukau, dan kondisi etnis yang beragam. Provinsi Jawa Barat adalah salah satu wilayah di Indonesia yang kaya dengan beragam jenis pariwisata di dalamnya. Secara lebih spesifik, Provinsi Jawa Barat memiliki 3 kawasan pariwisata, 16 objek wisata budaya, 37 wisata taman hiburan, 101 objek wisata tirta, 116 objek wisata alam, dan 141 objek wisata buatan (Sadya, 2023). Terdapat 18 kabupaten dan 9 kota di Jawa Barat yang masing-masing memiliki objek-objek wisatanya sendiri, dan salah satu yang paling banyak objek wisatanya adalah Kabupaten Bandung Barat (KBB), di mana di tahun pasca COVID-2019, yaitu 2021, jumlah kunjungan wisatanya mencapai 2,2 juta (BPS, 2021).

Daya tarik wisata di Kabupaten Bandung Barat (KBB) merupakan sebuah peluang yang besar, dimana harus dapat dimanfaatkan dengan baik, dengan demikian objek wisata yang ada dapat menjadi sumber mata pencaharian dan membantu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Setiaputri, 2024). Dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata dapat menjadi peluang yang besar jika dimanfaatkan dengan baik. Selain daripada keindahan alamnya, daerah KBB juga sangat terkenal dengan kulinernya, dan tempat rekreasi (Setiaputri, 2024). Wilayah KBB yang merupakan wilayah pegunungan membuatnya kaya akan objek wisata alam yang indah. Selain wisata alam, terdapat banyak objek wisata lain di Kabupaten Bandung Barat yaitu wisata desa, wisata minat khusus, dan jenis wisata lainnya (Haq et al., 2021). Salah satu kecamatan yang memiliki banyak destinasi wisata terkenal di KBB adalah Kecamatan Lembang. Lembang memiliki banyak atraksi wisata yang menarik didukung oleh kondisi alamnya yang merupakan daerah pegunungan (Sinaga et al., 2021). Selain wisata alam, di Lembang juga banyak destinasi wisata lain seperti

wisata buatan, wisata pertanian atau peternakan, dan bahkan kebun binatang yang diberi nama Lembang *Park & Zoo*.

Seolah sengaja melengkapi keanekaragaman destinasi wisata di wilayah KBB, Lembang *Park & Zoo* hadir sebagai satu-satunya destinasi wisata dengan konsep kebun binatang. Sebetulnya masih banyak destinasi wisata di daerah Lembang khususnya yang menyediakan hewan-hewan sebagai atraksi wisatanya, namun kebanyakan bukan murni berkonsep sebagai kebun binatang. Konsep unik sebagai wisata kebun binatang inilah yang membuat peneliti tertarik untuk menjadikannya objek penelitian pariwisata. Kebun binatang tidak hanya berperan sebagai objek wisata, akan tetapi juga sebagai sarana pelestarian keanekaragaman hayati fauna. Sebagaimana diketahui, Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman hayati yang terbanyak di dunia, namun sayang beberapa spesies mulai langka bahkan mengalami kepunahan akibat aktivitas manusia dan pembangunan. Beberapa faktor yang mengancam keanekaragaman hayati di Indonesia menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS), meliputi:

1. Kerusakan habitat karena bencana alam, kebakaran hutan, pencemaran lingkungan dan perubahan iklim yang berakibat pada rusaknya habitat.
2. Hilangnya habitat karena penggunaan habitat untuk lahan pertanian, pertambangan, industri maupun pemukiman sehingga peningkatan dari jumlah penduduk tidak diikuti dengan ketatnya pengawasan.
3. Pembunuhan flora & fauna karena nilai manfaat yang terkandung di dalamnya yang di dorong oleh pedagang yang tidak bertanggung jawab.

Untuk mencegah kepunahan tersebut Kebun Binatang bisa menjadi pilihan upaya melestarikan flora & fauna di Indonesia. Kebun Binatang adalah tempat pemeliharaan satwa sekurang-kurangnya 3 kelas taksa (pengelompokan) pada areal sekurang-kurangnya 15 hektar dan pengunjung tidak menggunakan kendaraan bermotor. Kebun Binatang mempunyai fungsi utama sebagai lembaga konservasi yang juga dimanfaatkan sebagai sarana pendidikan, penelitian, pengembangan ilmu dan teknologi serta sarana rekreasi. Kebun Binatang seharusnya bisa menjadi tempat wisata yang menjadi miniatur habitat asli hewan tersebut agar unsur edukasi dan konservasi dapat tercapai hingga maksimal dengan itu dapat diharapkan pengunjung yang datang mendapatkan edukasi dan menumbuhkan kepedulian untuk melindungi satwa. Lembang *Park & Zoo* yang merupakan lokasi wisata dengan konsep kebun binatang tentunya juga berperan sebagai sarana konservatif bagi beberapa spesies hewan.

Lembang *Park & Zoo* adalah lokasi wisata yang bertempat di Jalan Kolonel Masturi nomor 171, Sukajaya, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat (Dewi et al., 2021). Lembang *Park & Zoo* merupakan lokasi wisata yang menawarkan dua jenis wisata, yaitu: "Park" dan "Zoo". Itu artinya, Lembang *Park & Zoo* menyediakan taman yang indah sebagai objek wisata di mana tersedia berbagai atraksi wisata yang bisa dinikmati seperti pemandangan yang indah, taman yang memesona, dan

berbagai wahana permainan. Selain taman, Lembang *Park & Zoo* juga merupakan wisata yang berbentuk kebun binatang di mana terdapat koleksi hewan eksotis yang tidak layak dipelihara manusia, seperti hewan-hewan liar dan belum terdomestikasi (penjinakan) di dalamnya, contohnya: ular, orang utan, zebra, alpaca, harimau dan masih banyak lagi.

Nilai yang dijual oleh suatu tempat wisata kepada para wisatawan biasanya berupa keindahan, keunikan, dan kenyamanan yang terdapat di lokasi tersebut. Pengunjung dapat merasakan pengalaman eksklusif untuk bisa melihat dan berinteraksi dengan hewan-hewan eksotis yang ada di Lembang *Park & Zoo*. Selain itu, Lembang *Park & Zoo* juga menawarkan keindahan alam dan berbagai wahana permainan seperti adanya kebun binatang dengan konsep kandang yang terbuka juga wahana lainnya seperti *waterboom*, berkuda, dan panahan (Dewi et al., 2021) yang bisa dinikmati oleh pengunjung.

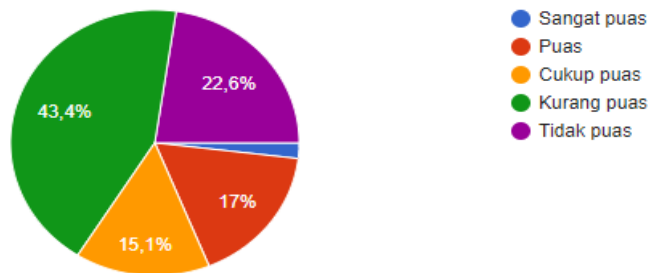
Lembang *Park & Zoo* juga termasuk ke dalam kategori wisata edukasi karena para pengunjung bisa mengenal spesies-spesies hewan sekaligus karakteristik hidupnya. Meskipun pengamatan terhadap hewan-hewan di kebun binatang akan berbeda dengan pengamatan terhadap hewan-hewan di alam liar, akan tetapi ada beberapa persamaan karakteristik yang bisa dijadikan bahan edukasi khususnya bagi anak-anak. Tentu saja hal tersebut menjadi suatu nilai jual tertentu bagi Lembang *Park & Zoo*. Nilai tersebut menjadi sesuatu yang dicari oleh para pengunjung yang datang dan rela membayar tiket di Lembang *Park & Zoo*. Permasalahan awal di Lembang *Park & Zoo* terjadinya penurunan angka pengunjung juga hingga 2021 Lembang *Park & Zoo* belum balik modal imbas dari penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada 2020 pada saat mereka *trial opening* hingga Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada awal tahun 2021 dan resmi dibuka di tengah pandemi Covid-19 pada 16 Oktober 2020 (Putra Prima Perdana, 2021).

**Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan LPZ**

Bulan / Tahun	2021	2022	2023
Januari	30.000	35.000	40.000
Februari	30.000	30.000	30.000
Maret	25.000	30.000	20.000
April	20.000	20.000	30.000
Mei	35.000	30.000	30.000
Juni	25.000	30.000	30.000
Juli	35.000	35.000	35.000
Agustus	30.000	35.000	35.000
September	30.000	30.000	30.000
Oktober	30.000	30.000	30.000
November	30.000	30.000	30.000
Desember	35.000	40.000	40.000

Sumber: Pengelola Lembang *Park & Zoo*

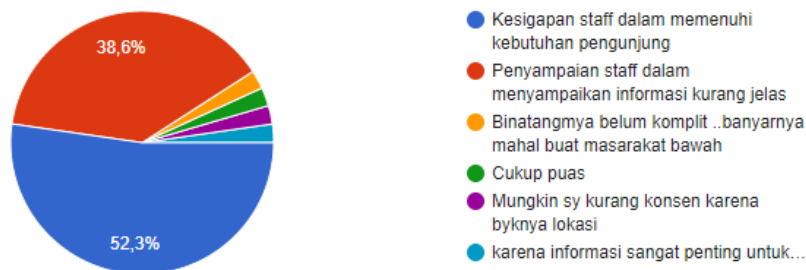
Lembang Park & Zoo memiliki jumlah pengunjung bulanan yang cukup stabil setiap harinya, yaitu 1000 pengunjung dari keseluruhan daya tarik yang dimiliki oleh Lembang Park & Zoo. Dan akan naik di sekitar bulan Desember-Januari dan Juli karena dibulan itu berlangsungnya libur sekolah. Dalam mempertahankan kualitasnya, suatu lokasi wisata tidak hanya bergantung pada keindahan dan keunikan yang dimilikinya, akan tetapi lokasi wisata perlu menjamin kepuasan para pengunjungnya. Meskipun suatu tempat wisata memiliki keindahan dan keunikan yang menarik, akan tetapi belum tentu kepuasan para pengunjungnya terjamin karena kepuasan pengunjung ditentukan oleh faktor-faktor lainnya juga. Adapun beberapa faktor yang dapat menimbulkan kepuasan pengunjung pada suatu objek pariwisata adalah: atraksi wisata, fasilitas, infrastruktur, transportasi, dan keramahan/pelayanan (Negara et al., 2019a). Kelima faktor tersebut perlu diperhatikan dengan baik kualitas dan kuantitasnya oleh pengelola lokasi wisata agar para pengunjung yang datang merasa puas atas kunjungannya.



**Gambar 1. Diagram Hasil Survey**

Sumber: Diagram hasil pra penelitian penulis, 2023

Dari hasil pra *survey* yang peneliti lakukan Lembang Park & Zoo dilatar belakangi masalah yang cukup krusial untuk dibahas yaitu terdapatnya keluhan dr konsumen mengenai pelayanan yang dapat penulis ketahui dari pra penelitian dan *survey* langsung ke tempat, dari diagram hasil pra penelitian terjawab bahwa 43,4% responden kurang puas dengan pelayanan staf di Lembang Park & Zoo, selain karena adanya pengaruh Covid-19, permasalahan yang cukup krusial dalam penyebab terjadinya penurunan angka pengunjung di Lembang Park & Zoo yaitu :



**Gambar 2. Diagram Hasil Survey**

Sumber: Diagram hasil pra penelitian penulis, 2023

- (1) Sebanyak 52,3% menjawab alasan pengunjung kurang puas dengan pelayanan di Lembang Park & Zoo adalah kurangnya kesigapan staf dalam memenuhi kebutuhan pengunjung
- (2) Sebanyak 38,6% menjawab alasan pengunjung kurang puas dengan pelayanan di Lembang Park & Zoo penyampaian staf dalam menyampaikan informasi kurang jelas.

Pengelola tempat wisata dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang mereka miliki. Kinerja staf merupakan salah satu hal yang fundamental jika suatu destinasi wisata ingin membangun *destination image* yang baik (Alviansha et al., 2024). Artinya, dilakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana wisatawan yang berkunjung menilai manajemen pelayanan. Faktor utama kepuasan konsumen adalah persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan yang diterima (Wirajaya, 2013). Hasil yang diharapkan yaitu dapat memberikan informasi tentang proses manajemen pelayanan ini untuk membantu wisatawan menilai kinerja staf selama operasional Lembang Park & Zoo. Pelayanan merupakan salah satu focus penting bagi organisasi dalam melaksanakan kegiatan operasional organisasi (Septianing & Farida, 2021). Artinya, manajemen pelayanan di Lembang Park & Zoo harus sangat memerhatikan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pengunjung. Manajemen Pelayanan biasanya dipengaruhi oleh beberapa aspek, yaitu, keandalan dan ketanggapan (Zihaml dan Bitner dalam Rustini, 2021).

Kepuasan pengunjung sangat berpengaruh pada tujuan dan harapan destinasi karena jika pelayanan jasa yang ditawarkan diluar harapan, maka artinya wisatawan merasa tidak puas, dan sebaliknya jika wisatawan merasa puas, wisatawan akan menyampaikan pengalamannya dan merekomendasikan kepada orang lain dan cenderung berkunjung kembali. Kualitas pelayanan dalam sektor wisata merujuk pada tingkat keunggulan yang diahrapkan oleh wisatawan dan kemampuan pengelola untuk mengendalikn serta menjaga tingkat keunggulan tersebut guna memenuhi keinginan pelanggan (Satia Negara et al., 2019). Artinya, Kualitas pelayanan menentukan seberapa baik layanan wisata memenuhi ekspetasi mereka, yang pada gilirannya mempengaruhi tingkat kepuasan mereka.

Upaya yang dapat dilakukan pengelola tempat wisata dalam menjamin kepuasan para pengunjungnya adalah dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang dimiliki. Para staf pengelola perlu dimobilisasi, khususnya dalam memberikan pelayanan terbaik terhadap pengunjung yang ada di sekitar lokasi. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk menyusun penelitian dengan judul “Manajemen Pelayanan Pengunjung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung di Lembang Park & Zoo.”

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan desain pendekatan kuantitatif, sehingga data-data yang ada di dalam penelitian ini akan direpresentasikan dalam bentuk angka-

angka agar dapat diperoleh informasi yang lebih akurat. Desain penelitian dalam metode penelitian kuantitatif mencakup perencanaan sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data numerik. Desain penelitian ini menjadi dasar untuk memastikan bahwa penelitian dapat menjawab pertanyaan penelitian dengan cara yang valid dan dapat diandalkan. Desain penelitian kuantitatif dapat bervariasi tergantung pada tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian yang diajukan. (Farid Wajdi, 2024)

Penelitian ini menguraikan tentang peran manajemen pelayanan di Lembang Park & Zoo. Sehingga para pengunjung puas dan tertarik untuk mengunjungi Lembang Park & Zoo. Objek penelitian ini adalah Manajemen pelayanan (X) sebagai variable independent (bebas) yang terdiri dari dua dimensi yaitu keandalan melayani ( $X_1$ ) dan daya tanggap ( $X_2$ ). Sedangkan yang menjadi variable dependent (terikat) adalah Kepuasan Pengunjung (Y). Adapun kepuasan pengunjung diukur berdasarkan indikator yaitu minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Manajemen Pelayanan Pengunjung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung

Menurut penelitian yang dilakukan Manajemen Pelayanan Pengunjung memiliki pengaruh signifikan terhadap meningkatkan Kepuasan Pengunjung. Manajemen pelayanan pengunjung diukur melalui berbagai aspek seperti keandalan melayani dan daya tanggap. Hasil penelitian menunjukkan beberapa faktor seperti keandalan melayani dan daya tanggap melayani kebutuhan pengunjung, memberikan pelayanan dengan sikap ramah dan sopan, sigap dalam memenuhi kebutuhan dan menanggapi keluhan pengunjung, seluruhnya berkontribusi secara positif terhadap kepuasan pengunjung. Menunjukkan pentingnya memobilisasi seluruh staf dan evaluasi/penilaian kinerja secara rutin untuk meningkatkan pelayanan guna meningkatkan kepuasan pengunjung.

Manajemen pelayanan pengunjung memiliki korelasi yang kuat dengan kepuasan pengunjung di Lembang Park & Zoo, karena pelayanan yang diberikan oleh suatu destinasi merupakan hal efektif yang harus memastikan bahwa kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung konsisten dan memuaskan, termasuk kecepatan dalam menanggapi keluhan dan ketersediaan staf yang ramah dan terlatih untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Penelitian ini juga menyatakan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh Manajemen Pelayanan Pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengunjung saat mengunjungi Lembang Park & Zoo. Kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh kenyamanan, kemudahan, dan keseluruhan pengalaman pengunjung. Pengunjung dapat menikmati perjalanan mereka tanpa gangguan atau ketidaknyamanan karena adanya layanan yang ramah dan responsif. Selain itu, dapat menjadi lebih menarik bagi pengunjung dan membuat pengalaman yang menyenangkan dengan melayani mereka dengan cepat, memenuhi kebutuhan mereka, dan menanggapi keluhan

mereka. Selain itu beberapa pengunjung berpendapat setuju bahwa mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Lembang Park & Zoo. Semua hal ini membuat pengunjung lebih puas dan membuat mereka ingin kembali ke Lembang Park & Zoo.

Namun faktor “mengalami gangguan atau masalah teknis saat menggunakan layanan yang disediakan” dan “Merasakan kesigapan staf dalam memberikan Solusi atau jawaban yang memuaskan Ketika anda mengalami masalah”, memiliki skor terendah yaitu dengan rata-rata 0,481. Berdasarkan pengujian dengan analisis linear sederhana, dapat dilihat bahwa manajemen pelayanan pengunjung memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,915 dengan nilai t hitung sebesar 14,798, dengan demikian dinyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara manajemen kepuasan pengunjung terhadap kepuasan pengunjung. Setiap satu variabel manajemen pelayanan pengunjung dilakukan maka akan meningkatkan nilai kepuasan pengunjung sebesar 15.713. Artinya, semakin tinggi manajemen pelayanan pengunjung maka akan berdampak pada tingginya jumlah kepuasan pengunjung.

Mengaitkan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu juga menemukan aspek-aspek seperti. Penelitian oleh (Septianing & Farida, 2021) hasil yang didapatkan adalah manajemen pelayanan pengunjung memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, manajemen pelayanan pengunjung Lembang Park & Zoo harus terus memobilisasi (memberi pengarahan), evaluasi secara rutin, meningkatkan komunikasi yang efektif; mengelola ekspektasi pengunjung secara teratur mengukur kepuasan pengunjung. Ini akan meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pengunjung, menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan reputasi Lembang *Park & Zoo* sebagai destinasi wisata.

Hal ini dapat terjadi karena manajemen pelayanan di Lembang Park & Zoo dapat menyampaikan informasi mengenai Lembang Park & Zoo dengan baik dan menarik, selain itu, Lembang Park & Zoo memanfaatkan media sosial untuk menarik wisatawan dan memperkuat citra destinasi dalam media sosialnya (Syahreza & Wibisono, 2021). Pada hasil penelitian ini responden didominasi dengan wisatawan yang mendapat informasi Lembang Park & Zoo dari sosial media sebesar 56%. Lembang Park & Zoo menampilkan beberapa *public figure* sebagai salah satu cara untuk menarik wisatawan (Anisa, 2023). Manajemen pelayanan di Lembang Park & Zoo dapat menyesuaikan konten-konten yang mereka buat di sosial media dengan trend dan spot-spot terbaru dan menarik. Karena wisatawan berusia 14-28 tahun (gen Z) merupakan segmen utama yang dapat menjadi sasaran untuk penelitian ini karena kelompok usia ini yang paling dominan menjadi wisatawan.

Penelitian ini tidak hanya mengkonfirmasi penelitian sebelumnya tetapi juga memberikan bukti tambahan tentang pentingnya manajemen pelayanan pengunjung dalam industri pariwisata, khususnya dalam hal destinasi wisata alam seperti Lembang Park & Zoo. Ini menegaskan bahwa manajemen pelayanan destinasi wisata harus terus meningkatkan dan memelihara kualitas pelayanan pengunjung untuk memastikan kepuasan pengunjung.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa manajemen pelayanan penunjang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Indikator seperti daya tanggap dan keandalan melayani berkontribusi positif terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, ini menegaskan bahwa manajemen pelayanan pengunjung tidak hanya penting dalam operasional harian tetapi penting dalam meningkatkan citra destinasi yang baik dan daya tarik suatu destinasi wisata.

Kepuasan pengunjung terbukti meningkatkan ketika interaksi mereka dengan staf pelayanan pengunjung berlangsung positif dan memuaskan, Artinya, ini menunjukkan bahwa dalam keandalan melayani dapat membawa manfaat dapat sangat membantu destinasi wisata dengan meningkatkan kepuasan pengunjung dan memberikan ulasan positif dan membuat wisatawan berkunjung kembali.

Dari hasil penelitian ini juga terlihat bahwa Lembang Park & Zoo telah berhasil memanfaatkan sumber daya manusianya untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, yang merupakan hal krusial dalam pengelolaan destinasi wisata yang berkelanjutan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya peran manajemen pelayanan pengunjung dalam sektor pariwisata.

### Saran

Penelitian ini menunjukkan adanya Pengaruh Manajemen Pelayanan Pengunjung terhadap peningkatan Kepuasan Pengunjung di Lembang Park & Zoo maka terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Bagi Peneliti dapat mengembangkan keahlian dalam analisis dan evaluasi destinasi wisata.

2. Bagi Program Studi

Bagi program studi dapat mengembangkan kurikulum yang ada dalam program studi pariwisata.

3. Bagi Lembang Park & Zoo

Bagi Lembang Park & Zoo dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi pengukuran dan peningkatan secara teratur untuk mengukur kepuasan pengunjung dan menggunakan data ini untuk meningkatkan pelayanan guna meningkatkan kepuasan berkunjung.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi Peneliti Selanjutnya Penelitian ini dapat mengembangkan penelitian ini dengan variabel tambahan dan melakukannya dengan lebih lengkap berdasarkan minat dan keahlian mereka sendiri, serta dengan mempertimbangkan kebutuhan dan kesenjangan pengetahuan yang ada di bidang ini. Artinya, peneliti masa depan juga harus menyesuaikan diri dengan fenomena yang sedang terjadi pada saat penelitian nantinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, J., & Faroji, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135.
- Alviansha, R., Athaya, N., Rizki, M., Nur, S., & Yasmin, A. (2024). *Persepsi Wisatawan Terhadap Kinerja Staf Ticketing di Lembang*. 3(4), 846–853.
- Andhiyani Rahmasari Putri, & Ari Susanti. (2022). Pengaruh E-Commerce, Sosial Media, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(01), 20–33. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.013.1.02>
- Anisa, R. (2023). Keberadaan Public Figure Dalam Akun Instagram Tempat Wisata: Studi Etnografi Virtual Keberadaan Public Figure Dalam Akun Instagram @lembang\_parkzoo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(12), 5704–5710.
- BPS. (2021). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata 2018-2021*. Jabar.Bps.Go.Id.
- Budijaji, W. (2013). The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 129.
- Capinera, John L. (2021). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Block Caving – A Viable Alternative?*, 21(1), 1–9.
- Clair McClure, Y.-K. S. (2020). The role of involvement: Investigating the effect of brand's social media pages on consumer purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Dewi, A. M., Prahara, G. A., & Aulia, R. (2021). Perancangan Strategi Branding Destinasi Wisata Lembang Park & Zoo. *E-Proceeding of Art & Design*, 8(6), 3214–3220.
- Dewi, Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2019). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage dan Rasio Profitabilitas Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(November), 1689–1699.
- Duwi Priyatno. (2022). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*.
- Farid Wajdi, Et. al. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Ghasemi, A., & H. M. (2016). Normality tests for large datasets: A comparison of the Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, and Lilliefors tests. *Journal of Statistical Theory and Practice*, 15(1), 1-18. *Normality Tests for Large Datasets: A Comparison of the Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, and Lilliefors Tests. Journal of Statistical Theory and Practice*, 15(1), 1-18., 1–18.

- Hafidz, I. A., Syafei, M. M., & Afrinaldi, R. (2021). Survei Pengetahuan Siswa Terhadap Pembelajaran Atletik Nomor Lompat Jauh di SMAN 1 Rengasdengklok. *Jurnal Literasi Olahraga*, 2(2), 104–109.
- Haq, F. U., Suganda, D., & Rachmat, H. (2021). Strategi Pengembangan Desa Karanganyar sebagai Desa Wisata di Kabupaten Bandung Barat. *Media Bina Ilmiah*, 15(11), 5667–5674.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Jennifer L. Green, et al. (2023). *Descriptive statistics*.
- Kemenparekraf. (2023). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulan Januari 2023*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.
- Limanto, S., Kartikasari, F. D., & Oeitheurisa, M. (2020). Improved Learning Outcomes of Descriptive Statistics through the Test Room and Data Processing Features in the Mobile Learning Model. *Proceeding - 2020 2nd International Conference on Industrial Electrical and Electronics, ICIEE 2020*, 139–142. <https://doi.org/10.1109/ICIEE49813.2020.9277408>
- Mustofa, A., Roekminiati, S., & Lestari, D. S. (2020). *Administrasi Pelayanan Kesehatan Masyarakat*. Jakad Media Publishing.
- Najoan, J. F., Pangemanan, L. R. J., & Tangkere, E. G. (2018). Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pertanian Kabupaten Minahasa. *Agri-Sosioekonomi*, 14(1), 11. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.14.1.2018.18888>
- Negara, S., Weda, I. M., Sudiarta, I. N., & Suardana, I. W. (2019a). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Berkunjung di Serangan Denpasar Bali. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 125. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2019.v06.i01.p07>
- Negara, S., Weda, I. M., Sudiarta, I. N., & Suardana, I. W. (2019b). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Berkunjung di Serangan Denpasar Bali. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 125. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2019.v06.i01.p07>
- Ni'mah, M. (2022). *tudi Analisis Manajemen Pelayanan PT. Arwaniyyah Tour Dan Travel Kudus dalam Menjaga Minat Calon Jemaah Haji dan Umrah Tahun 2022*. IAIN Kudus.
- Oktaviani, A. B., & Yuliani, E. (2023). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Kajian Ruang*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v3i1.22574>

- Putra Prima Perdana, P. S. P. (2021). *Tutup Selama PPKM, Ini Cara “Lembang Park and Zoo” Bertahan di Tengah Pandemi*.  
<https://regional.kompas.com/read/2021/10/17/120209878/tutup-selama-ppkm-ini-cara-lembang-park-and-zoo-bertahan-di-tengah-pandemi>
- Rustini, R. (2021). Pelayanan Tuan Rumah Homestay dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based-Tourism) di Desa Wisata Wates Jaya, Kabupaten Bogor. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 50–60.  
<https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1805>
- Sadya, S. (2023). *Jawa Barat Punya Objek Daya Tarik Wisata Terbanyak pada 2021*. DataIndonesia.Id.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi penelitian bisnis*.
- Satia Negara, I. M. W., Sudiarta, I. N., & Suardana, I. W. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Berkunjung di Serangan Denpasar Bali. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 125.  
<https://doi.org/10.24843/jumpa.2019.v06.i01.p07>
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796>
- Setiaputri, M. D. (2024). Komunikasi Pariwisata Berdasarkan Analisis Sektor Wisata di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 576–588.
- Siagian, P. R. (2023). Perkembangan Pariwisata Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jimeis*, 3, 1–9.
- Sinaga, E. K., Utami, D. D., Sibarani, J. A., Haryandari, V., & Buana, V. A. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Motivasi Berwisata Di Lembang, Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(2), 150–156.  
<https://doi.org/10.36441/pariwisata.v3i2.412>
- Siregar, I. A. (2021). Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif. *ALACRITY : Journal of Education*, 1(2), 39–48. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.25>
- Soekidjo Notoatmodjo. (2005). *Metodologi penelitian kesehatan*.
- Strada, J. (2020). *Manajemen Pelayanan Publik Obyek Wisata Djunjungan dalam Melayani Kebutuhan Pengunjung di Desa Sukabanjar Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran*. UIN raden Intan Lampung.
- Sudiarta, I. N., Wirawan, P. E., Astina, I. N. G., & Dewi, I. G. A. M. (2022). Kualitas Layanan dan Destinasi Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan untuk

Mengunjungi Kembali Desa Wisata. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 508–526. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3704>

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D*.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd.*

Supriyadi, & Komara. (2020a). Studi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dilihat Dari Manajemen Pelayanan Pariwisata dan Kebijakan adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Kabupaten Pangandaran. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 2(1), 100–116.

Supriyadi, & Komara. (2020b). Studi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dilihat Dari Manajemen Pelayanan Pariwisata dan Kebijakan adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Kabupaten Pangandaran. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 2(1), 100–116.

Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160-166.

Syahreza, K., & Wibisono, N. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Destination Image dan Minat Berkunjung Lembang Park & Zoo. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung, 4-5 Agustus 2021*, 4–5.

Syamsul Bahri, N. A. (2020). Analisis Manajemen SDM Dalam Mengembangkan. *Journal of Islamic Education*, 1(1), 20–40.

Tina Rahmadayanti, & Kholid Murtadlo. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>

Wibowo, R., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Astuti, W., & Setioko, D. (2021). Analysis of the Influence of Tourist Destinations and Service Quality on Tourist Satisfaction Visiting the Jawa Timur Park in the New Normal Era. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(1), 295–300.

Widi, R. (2011). Uji Validitas dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (J.K.G. Unej)*, 8(1), 27–34.

Wirajaya, Y. (2013). ANALISIS KEPUASAN WISATAWAN MANCANEGERA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PARIWISATA. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*.