

Kualitas Pelayanan Wisata Mangrove Park di Desa Darunu Kabupaten Minahasa Utara Berdasarkan Persepsi Pengunjung

Rifini Lantang¹, Margaretha N. Warokka²
Politeknik Negeri Manado^{1,2},

*Email Korespondensi: lantangrifini@gmail.com

Diterima: 09-09-2025 | Disetujui: 19-09-2025 | Diterbitkan: 21-09-2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the quality of mangrove park tourism services in Darunu Village, Wori District, North Minahasa Regency based on visitor perceptions. The study used a descriptive qualitative approach through observation and interviews with visitors. The results showed that the service quality was generally good, especially in the dimensions of physical facilities, responsiveness, and friendliness. Visitors positively assessed environmental cleanliness, entrance ticket prices, and friendly service from staff. However, there are still aspects that need to be improved, such as the availability of information facilities. Recommendations provided include improving supporting facilities, training staff professionalism, and involving local communities in tourism development.

Keywords: Service quality, Visitor Perception, Mangrove park.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan wisata mangrove park di Desa Darunu, Kecamatan Wori, Kabupaten Minahasa Utara berdasarkan persepsi pengunjung. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi dan wawancara terhadap pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara umum sudah baik terutama pada dimensi fasilitas fisik, daya tanggap, dan keramahan. Pengunjung menilai positif kebersihan lingkungan, harga tiket masuk, serta pelayanan ramah dari petugas. Namun, masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, seperti ketersediaan sarana informasi. Rekomendasi yang diberikan antara lain peningkatan fasilitas pendukung, pelatihan profesionalisme petugas, serta pelibatan masyarakat lokal dalam pengembangan wisata.

Katakunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Pengunjung, Wisata Mangrove.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Sulawesi Utara. Desa Darunu di Kecamatan Wori, Kabupaten Minahasa Utara memiliki potensi pariwisata melalui Ekowisata Mangrove Park. Keberhasilan destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diebrikan kepada pengunjung. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan rekomendasi positif. Sebaliknya, pelayanan yang kurang memadai dapat menurunkan minat kunjungan ulang, Towoliu, dkk. (2017; 2021)

Penelitian ini berfokus pada persepsi pengunjung terhadap kualitas pelayanan Mangrove Park Desa Darunu menggunakan SERQUAL (Parasuraman et al) yang terdiri dari tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan Mangrove Park dinilai berdasarkan persepsi pengunjung.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari konsumen ke konsumen yang lain. Menurut Kumar dan Reinartz, (2021); Pagayang, dkk (2025). Kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan tentang seberapa baik layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan mereka, yang berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

(a) Dimensi kualitas pelayanan

Tangible (Bukti fisik)

Reliability (Kehandalan)

Responsiveness (Daya Tanggap)

Assurance (Jaminan)

Empathy (Empati)

(b) Pengunjung

Pengunjung adalah individu atau kelompok yang datang ke suatu tempat, dengan tujuan tertentu, seperti untuk mencari informasi, berinteraksi, atau menikmati pengalaman yang ditawarkan. Menurut Fuchs dan Weiermair (2021), Pengunjung adalah individu yang datang ke suatu lokasi untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau kegiatan lainnya, dan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi lokal.

(c) Persepsi

Menurut Solomon (2021), Persepsi adalah cara individu memahami dan memberikan makna terhadap stimulasi yang diterima indera mereka, yang dipengaruhi oleh pengalaman, kepercayaan, dan konteks sosial. Menurut Kotler dan Keller (2021), Persepsi adalah proses dimana individu mengorganisir dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk pandangan mereka tentang produk, merek, atau layanan.

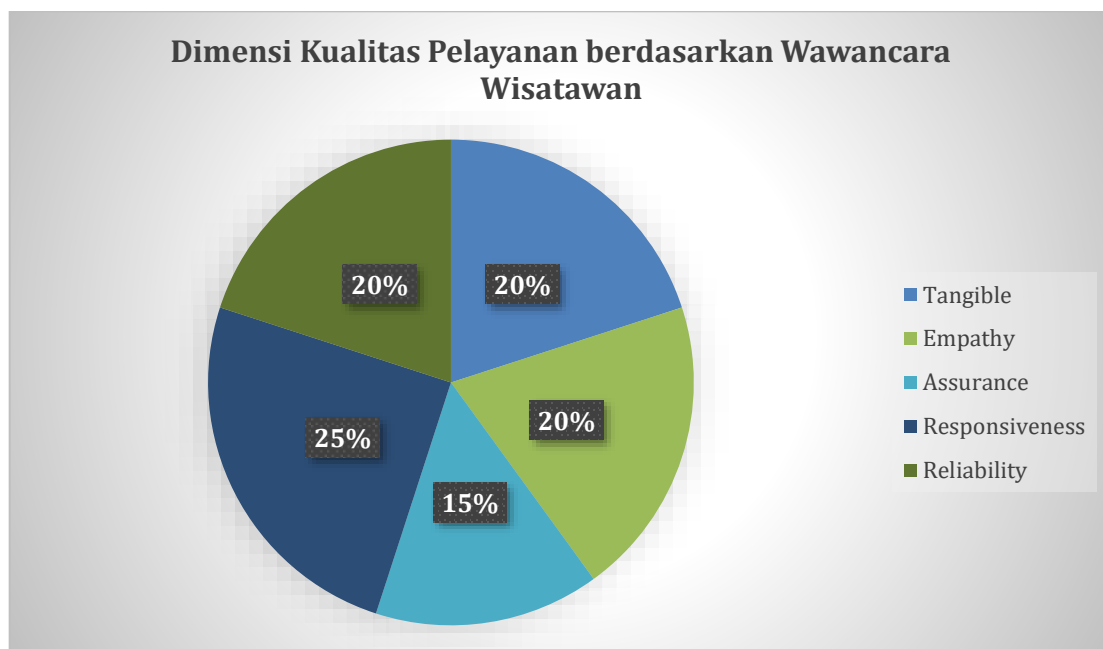
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Maleong, metode kualitatif adalah sebuah penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam kontak sosial secara alami dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang ingin dibahas. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan kepada 25 orang pengunjung yang datang berkunjung di Mangrove Park Desa Darunu, sudah dirangkum dan disajikan pada diagram berikut:



Gambar 1. Diagram hasil wawancara wisatawan
Sumber: Peneliti 2025

a. Responsiveness (Ketanggapan) – 25%

Dimensi yang paling menonjol dari hasil wawancara adalah **responsiveness**, yaitu ketanggapan petugas dalam memberikan layanan. Sebagian besar informan menyatakan bahwa petugas di lokasi wisata ini memberikan respon yang cepat dan tepat terhadap kebutuhan atau pertanyaan wisatawan. Mereka merasa tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan bantuan atau informasi, baik mengenai rute wisata, fasilitas, maupun aturan yang berlaku.

b. Tangibles (Bukti Fisik) – 20%

Dimensi tangibles merujuk pada tampilan fisik dari fasilitas yang tersedia, seperti toilet, tempat duduk, kebersihan kawasan, serta keberadaan petunjuk arah. Berdasarkan wawancara, banyak wisatawan

menyatakan bahwa kawasan wisata ini terlihat bersih, rapi, dan alami. Tempat sampah tersedia di beberapa titik, sehingga mendukung kebersihan lingkungan secara keseluruhan.

c. Reliability (Keandalan) – 20%

Dimensi keandalan merujuk pada kemampuan petugas dan pengelola wisata untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan akurat. Dalam konteks ini, informan menyampaikan bahwa pelayanan yang mereka terima di awal kedatangan sudah sesuai dengan ekspektasi. Petugas menyampaikan informasi dengan cara yang jelas, tidak bertele-tele, dan tetap sopan.

d. Empathy (Empati dan Kepedulian) – 20%

Empathy dalam pelayanan merujuk pada sejauh mana petugas memahami dan peduli terhadap kebutuhan individu pengunjung. Banyak wisatawan menggambarkan penyambutan di lokasi wisata sebagai **hangat dan ramah**. Mereka merasa petugas memperlakukan setiap pengunjung secara personal, tidak sekadar formalitas.

e. Assurance (Jaminan dan Kepercayaan) – 15%

Assurance mencakup rasa percaya dan aman yang dirasakan wisatawan terhadap profesionalitas dan sikap petugas. Meskipun dimensi ini memiliki persentase terkecil di antara lima lainnya, bukan berarti tidak penting. Justru assurance menjadi pondasi kepercayaan jangka panjang terhadap suatu destinasi wisata.

2) Observasi

No	Aspek yang di Teliti	Ketersediaan	Kondisi	Keterangan
Fasilitas				
1.	Tempat parkir yang memadai.	Ada	Baik	Tempat parkir untuk kendaraan roda dua dan roda empat, area tempat parkir cukup luas dan mudah di akses.
2.	Pusat informasi / pos jaga	Ada	Baik	Dijaga oleh petugas, dan menjadi tempat pusat informasi dan pelayanan.
3.	Tempat makan dan minum	Ada	Baik	Tempat makan dan minum di lokasi wisata dengan pemandangan langsung ke laut dan matahari terbenam.
4.	Gazebo/Tempat istirahat	Ada	Baik	Tersedia di beberapa titik dengan tempat duduk.
5.	Tersedia toilet umum	Ada	Baik	Tersedia dekat pintu masuk, toilet yang bersih dan cukup memadai serta air bersih dan mengalir.
6.	Tersedia Homestay / penginapan	Ada	Baik	Akomodasi sederhana namun nyaman, ideal bagi wisatawan yang ingin tinggal dekat dengan suasana alam mangrove dan alam.
7.	Jalan masuk dari loket	Ada	Baik	Setelah masuk, pengunjung berjalan di atas bakau, menjadi jalur utama yang

				menghubungkan gazebo, spot foto, dan area mangrove serta sunset view.
Daya Tarik				
1.	Objek utama yang unik dan menarik	Ada	Baik	Desa darunu memiliki hutan mangrove yang alami dan menjadi daya tarik utama bagi pengunjung yang datang untuk menikmati keindahan alam.
2.	Lingkungan wisata yang bersih	Ada	Baik	Masyarakat terlibat secara aktif dalam kegiatan gotong royong untuk membersihkan area wisata.
3.	Atraksi budaya lokal	Ada	Baik	Desa ini memiliki tarian tradisional yang menjadi salah satu daya tarik wisatawan.
Biaya				
1.	Biaya masuk yang terjangkau	Ada	Baik	Biaya masuk yang sangat terjangkau hanya Rp. 5.000 per orang.
2.	Biaya layanan lainnya (paddle board, snorkling, dll)	Ada	Baik	Biayanya sangat terjangkau, sehingga pengunjung dapat menikmati berbagai pengalaman menarik seperti penggunaan paddle board dan snorkling.
Pelayanan staff				
1.	Apakah staff menunjukkan keramahan kepada pengunjung?	Ada	Baik	Staff menyambut pengunjung yang datang dengan memberikan senyuman dan sapaan ramah.
2.	Apakah staff membantu ketika tamu memerlukan bantuan?	Ada	Baik	Staff sangat membantu ketika tamu memerlukan informasi selama berada di desa wisata.

3) Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu tangible, reliability, assurance, empathy, dan responsiveness yang dikemukakan oleh Parasuramen et al. (2020), yang menyebutkan bahwa kelima dimensi pelayanan merupakan komponen utama dalam membentuk persepsi pelanggan. Dalam konteks ekowisata seperti Mangrove Park, kualitas pelayanan sangat menentukan kepuasan dan niat kembali pengunjung. Dengan adanya lima dimensi di atas untuk itu penulis membahas sebagai berikut:

a) Tangible

Menurut teori kualitas pelayanan indikator tangible, yaitu yang berbicara tentang fisik dan fasilitas yang ada di tempat wisata, berdasarkan hasil yang peneliti dapatkan melalui observasi bahwa fasilitas yang ada di objek wisata ini sudah lengkap namun ada beberapa fasilitas yang perlu diperhatikan yaitu

kebersihan gazebo, juga hasil wawancara dengan pengunjung yang datang berkunjung, dijelaskan bahwa fasilitas yang ada cukup memadai, ini menjadi poin penting untuk pengelola agar lebih memperhatikan dan perlu ada peningkatan kebersihan di area gazebo dan kiranya dapat menambah tempat duduk di area objek wisata ini agar dapat membuat pengunjung lebih merasa nyaman ketika berada di objek wisata ini.

b) Reliability

Menurut teori kualitas pelayanan indikator reliability, yaitu tentang kemampuan memberi pelayanan yang sesuai dengan harapan pengunjung. Berdasarkan dengan hasil yang didapatkan harga tiket sesuai dengan fasilitas, pelayanan sesuai informasi yang diberikan, tempat sesuai dengan ekspektasi berdasarkan promosi. Dan berdasarkan hasil wawancara pengunjung merasa harga tiket sangat terjangkau dan sepadan dengan fasilitas yang tersedia, menunjukkan keandalan dalam memenuhi ekspektasi.

c) Assurance

Menurut teori kualitas pelayanan assurance, yaitu tentang kemampuan petugas memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pengunjung melalui kompetensi, kesopanan dan keprofesionalan. Contohnya petugas memberikan penjelasan yang sopan dan jelas, pelayanan yang memberikan rasa aman dan nyaman, komunikasi yang baik dari petugas. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pengunjung merasakan bahwa petugas memberikan informasi dengan jelas dan sopan. Hal ini memberikan rasa aman selama berada di kawasan wisata ini.

d) Empathy

Menurut teori kualitas pelayanan empathy, yaitu tentang kemampuan petugas atau pengelola untuk memberikan perhatian secara personal dan memahami kebutuhan pengunjung. Contohnya pelayanan kepada pengunjung dengan ramah dan bersahabat, perhatian terhadap kenyamanan pengunjung selama berada di wisata ini, suasana yang mendukung relaksasi dan kepuasan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pengunjung merasa diperhatikan, suasana wisata yang nyaman dan udara yang sejuk sangat mendukung kenyamanan, terutama bagi yang datang untuk healing atau quality time.

e) Responsiveness

Menurut teori kualitas pelayanan responsiveness, yaitu kesiapan dan kecepatan petugas dalam membantu pengunjung serta memberikan pelayanan. Sangat penting ketika pengelola mempunyai daya tanggap atau respon yang cepat pada keluhan tamu maka dipastikan pengunjung yang datang akan merasa puas dengan apa yang mereka terima. Contohnya petugas cepat membantu ketika pengunjung bertanya, pelayanan cepat dan tidak berbelit, respon cepat terhadap kebutuhan pengunjung. Berdasarkan hasil wawancara sebagian besar pengunjung memberikan informasi dan menunjukkan sikap ramah saat pengunjung membutuhkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Mangrove Park Desa Darunu secara umum baik, khususnya dalam dimensi tangible, responsiveness dan empathy. Pengunjung merasa puas dengan kebersihan, harga tiket masuk dan pelayanan ramah dari petugas. Aspek yang masih perlu ditingkatkan meliputi lokasi fasilitas umum dan penyediaan sarana informasi yang lebih memadai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Manado melalui Jurusan Pariwisata dan Program Studi Manajemen Perhotelan yang telah mendukung penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, D. A., & Cameron, E. (2022). *The Role of Visitor Experience in Tourism*. Journal of Tourism Research, 28(2), 45-60. DOI: 10.1080/14766825.2021.1891234
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2021). *Quality, Satisfaction, and Behavioral Intentions*. Journal of Travel Research, 60(5), 1025-1038. DOI: 10.1177/0047287520901880
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2020). *Quality, Satisfaction, and Behavioral Intentions*. Journal of Travel Research.
- Fuchs, M., & Weiermair, K. (2021). *Tourist Behavior: A Review of the Literature*.
- Grönroos, C. (2020). *Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic*. Wiley.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2021). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Education.
- Journal of Travel Research, 60(1), 3-20. DOI: 10.1177/0047287519871234
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson.
- Kwortnik, R. J., & Thompson, G. M. (2021). *Unifying Service Marketing and Operations with Service Experience Management*. Journal of Service Research, 24(1), 3-20. DOI: 10.1177/1094670518778820
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2021). *Creating Enduring Customer Value*. Journal of Marketing.
- Kwortnik, R. J., & Thompson, G. M. (2021). *Unifying Service Marketing and Operations with Service Experience Management*. Journal of Service Research.
- Keller, K. L. (2022). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson.
- Ladhari, R. (2021). *Developing a Service Quality Scale for the Hospitality Industry*. Journal of Hospitality Marketing & Management.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (2021). *Consumer Behavior*. McGraw-Hill Education.
- Matzler, K., Füller, J., & Schlegelmilch, B. B. (2022). *Customer Satisfaction and Loyalty in the Service Sector*. Journal of Service Management, 33(1), 1-20. DOI: 10.1108/JOSM-09-2021-0330
- Pagayang, D., Kamagi, J., & Towoliu, B. I. (2025). Analisis Kesiapan Masyarakat Terhadap Pengembangan Homestay Di Desa Wiau Lapi, Kabupaten Minahasa Selatan, Propinsi Sulawesi Utara. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 1(3), 975-987.
- Patterson, P. G., et al. (2021). *Customer Experience Management: A Review and Future Directions*. Journal of Service Management, 32(1), 1-20. DOI: 10.1108/JOSM-09-2020-0330
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2021). *Consumer Behavior*. Pearson.
- Solomon, M. R. (2021). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson.

- Towoliu, B. I., Sangari, F., & Permana, D. E. (2017). Questioning the Readiness of Manado as a Tourism Destination: Poor Service of Waitresses in the Local Restaurants. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 5(1), 9-18.
- Towoliu, B. I., & Polii, B. D. (2021). Pengabdian Masyarakat Pariwisata.
- Walker, J. R. (2020). *Introduction to Hospitality Management*. Pearson Education.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.