

**RESPON *FEEDBACK* TERHADAP KUALITAS PELAYANAN TEMPAT
PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT**

(Studi Kuantitatif Pengaruh Kualitas Pelayanan Ekowisata Taman Sungai Mudal Kulon
Progo Pada Respon Wisatawan)



Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memeroleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Galang Sabdo Nugroho

13730078

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2018

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Galang Sabdo Nugroho

Nomor Induk : 13730078

Proram Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 10 Februari 2018



Yang Menyatakan,
Galang Sabdo Nugroho
13730078



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55261



NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Galang Sabdo Nugroho
NIM : 13730078
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**RESPON *FEEDBACK* TERHADAP KUALITAS PELAYANAN TEMPAT
PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT
(Studi Kuantitatif Pengaruh Kualitas Pelayanan Ekowisata Taman Sungai
Mudal Kulon Progo pada Respon Wisatawan)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 23 Januari 2018

Pembimbing


Drs. Bono Setyo, M.Si
NIP.196903172008011013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-111/Un.02/DSH/PP.00.9/03/2018

Tugas Akhir dengan judul : RESPON FEEDBACK TERHADAP KUALITAS PELAYANAN TEMPAT
PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT (Studi Kuantitatif Pengaruh Kualitas
Pelayanan Ekowisata Taman Sungai Mudal Kulon Progo Pada Respon Wisatawan)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : GALANG SABDO NUGROHO
Nomor Induk Mahasiswa : 13730078
Telah diujikan pada : Senin, 12 Februari 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Bidang

Drs. Bono Setyo, M.Si.
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji I

Penguji II

Rika Lusi Virga, S.IP., M.A.
NIP. 19850914 201101 2 014

Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.
NIP. 19730423 200501 1 006



Motto

“Tuhan tidak bermain dadu”
(Einstein)

“Dan bahkan kepakan sayap Kupu-kupu di belantara Amerika Selatan mampu memicu Tornado di Negara Bagian Texas”
Butterfly Effect (Chaos Theory)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

**Prodi Ilmu Komunikasi dan Almamater FISHUM UIN
Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Teman - teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2013
serta Diri Saya Pribadi**



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul *Respon Wisatawan Pada Kualitas Pelayanan Tempat Pariwisata Berbasis Masyarakat (Studi Deskriptif Kuantitatif Respon Wisatawan Pada Lima Dimensi Kualitas Jasa Ekowisata Taman Sungai Mudal Kulon Progo)* ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan besar kita nabi Muhammad SAW.

Sungguh merupakan pengalaman yang berharga melakukan penelitian pada tempat pariwisata yang benar-benar dibangun oleh masyarakat lokal dari awal dan sangat bergantung pada alam. Banyak pelajaran tentang perjuangan, kesabaran, keikhlasan serta *gotong-royong* yang peneliti dapatkan. Adanya siklon tropis Cempaka 27-30 November 2017 yang membuat sebagian besar wilayah Yogyakarta mengalami cuaca ekstrim selama tiga hari, turut membuat Ekowisata Taman Sungai Mudal mengalami dampak negatifnya, naum tidak mengurangi semangat Masyarakat pengelola untuk meneruskan usahanya.

Peneliti juga menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan sadar diri pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, di antaranya :

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

2. Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang baru.
3. Drs. Bono Setyo, M.si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberi pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik serta segenap Dosen Prodi Ilmu Komunikasi semuanya.
5. Bapak, Ibu, Kakak, Pak Lik dan Bu Lik yang banyak memberikan motivasi, serta segenap warga Dsn. Gandu tempat belajar bersosialisasi.
6. Teman seangkatan Ilmu Komunikasi 2013, khususnya Ikom C yang telah bersama melewati 6 semester ceria.
7. Teman WH, KSBC, WDFK, Jahanam, Balai Tani, Teman Badminton, Teman KKN dan yang tidak mungkin bisa disebutkan satu per satu.
8. Pengelola Ekowisata Taman Sungai Mudal.

Peneliti juga menyadari jika masih banyak terdapat kekurangan pada skripsi ini. Oleh karena itu peneliti juga mengharap adanya kritik dan saran yang membangun. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat kedepannya.

Yogyakarta, 10 Februari 2018

Galang S Nugroho
13730078

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNAYATAAN.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Landasan Teori.....	11
G. Kerangka Berpikir.....	25
H. Hipotesis.....	26
I. Metodologi Penelitian	26
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Kabupaten Kulon Progo.....	42
B. Perbukitan Menoreh	45
C. Ekowisata Taman Sungai Mudal	49
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data.....	56

B. Uji Validitas	63
C. Uji Reliabilitas	65
D. Deskripsi Sebaran Data Variabel	65
E. Analisis Data	95
F. Pembahasan.....	106

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	108
B. Saran.....	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Daftar Tabel

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Item	64
Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Item	65
Tabel 5. Reliability 1	66
Tabel 6. Reliability 2	67
Tabel 7. Reliability 3	68
Tabel 8. Reliability 4	68
Tabel 9. Reliability 5	69
Tabel 10. Tangible 1	70
Tabel 11. Tangible 2	71
Tabel 12. Tangible 3	72
Table 13. Tangible 4	73
Tabel 14. Tangible 5	74
Tabel 15. Responsiveness 1	75
Tabel 16. Responsiveness 2	75

Tabel 17. Responsiveness 3	76
Tabel 18. Responsiveness 4	77
Tabel 19. Assurance 1	78
Tabel 20. Assurance 2	79
Tabel 21. Assurance 3	80
Tabel 22. Assurance 4	81
Tabel 23. Emphaty 1	82
Tabel 24. Emphaty 2	83
Tabel 25. Emphaty 3	84
Tabel 26. Emphaty 4	85
Tabel 27. Kognitive 1	86
Tabel 28. Kognitive 2	87
Tabel 29. Kognitive 3	88
Tabel 30. Kognitive 4	89
Tabel 31. Afektif 1	90
Tabel 32. Afektif 2	91
Tabel 33. Afektif 3	92

Tabel 34. Afektif 4	93
Tabel 35. Behavior 1	94
Tabel 36. Behavior 2	94
Tabel 37. Grand Mean Reliability	96
Tabel 38. Grand Mean Tangible	97
Tabel 39. Grand Mean Responsiveness	97
Tabel 40. Grand Mean Assurance	98
Tabel 41. Grand Mean Emphaty	98
Tabel 42. Grand Mean Kognitive	99
Tabel 43. Grand Mean Afektif	100
Tabel 44. Grand Mean Behavior	100
Tabel 45. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	102
Tabel 46. Korelasi Pelayanan dengan Kognitif	103
Tabel 47. Korelasi Pelayanan dengan Afktif	104
Tabel 48. Korelasi Pelayanan dengan Behavior	104
Tabel 49. Correlations	105
Tabel 47. ANOVA Table	106

Daftar Grafik

Grafik 1. Karakteristik Usia Responden	57
Grafik 2. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	58
Grafik 3. Grand Mean Variabel Kualitas Pelayanan	99
Grafik 4. Grand Mean Variabel Respon	101
Grafik 5. Perbandingan Grand Mean Respon dan Kualitas Pelayanan	102

Daftar Gambar

Gambar 1. Peta Administratif Kab. Kulon Progo	43
Gambar 2. Lokasi Ekowisata Taman Sungai Mudal bila diakses dari Yogyakarta ...	46
Gambar 3. Lokasi Ekowisata Taman Sungai Mudal bila diakses dari Wates.....	47
Gambar 4. Citra Satelite Ekowisata Taman Sungai Mudal.....	50
Gambar 5. Papan Bertuliskan Taman Sungai Mudal	59
Gambar 6. Aliran Sungai Ekowisata Taman Sungai Mudal	59
Gambar 7. Kolam Pemandian di Ekowisata Taman Sungai Mudal	60
Gambar 8. Pemandangan Dari Salah Satu Gazebo	61
Gambar 9. Wisatawan pada Sisi Air Terjun.....	61
Gambar 10. Petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal	62
Gambar 11. Fasilitas di Ekowisata Taman Sungai Mudal	63

ABSTRACT

Tourism is an important part of Indonesia's economic development. Through various cultures and archipelagic country background that stretched below the equator, Indonesia has a great tourism potential. Not only the Government, the tourism potential also seen by the community, so there is a lot new tourism spot are established by the community. Special Region of Yogyakarta known of its hospitality become one of the Provinces in Indonesia where the community aware and utilize a tourism potential, both through culture and nature. Kulon Progo Regency which is the part of Yogyakarta also emerging a lot of new tourism spot . With many new tourism spot are established by the community, off course there are a competition between them and services has an important role in it. This research find about tourist's respons to services quality of tourism spot manage by the community, that is Ekowisata Taman Sungai Mudal. Using a quantitative approach with an indicators of respone in form of cognitive, affective and behavioral aspects and indicators of services quality in the form of tangible, reliability, assurance, responsiveness and emphaty aspects. The results tourist assess services quality of 3,54 then responded with a value 3,64 on a scale of 5, which is high. Than used Perason's Correaltion Product Moment get 0,717 at value of correlation and signifcation $0,000 < 0,005$ thats means positively correlation between two variabels.

Keyword : Tourism, Community, Response, Services Quality

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting yang menggerakkan roda perekonomian bangsa ini. Berlatar belakang negara kepulauan beriklim tropis yang terbentang pada garis khatulistiwa, dengan garis pantai sepanjang lebih dari 99.000 Kilo Meter versi Badan Informasi Geospasial (BIG), ribuan gunung serta hamparan alam yang memukau. Membuat negara ini memiliki potensi luar biasa untuk mengembangkan pariwisata. Bahkan karena Pulau Dewata terkenal dengan eksotisme alamnya, terdapat artikel menarik The Jakarta Post berjudul “*Why American tourist don't come to Indonesia*”, memuat pernyataan Prof Barbara Russel dari Maryland University bahwa di tahun 2016 saja masyarakat Amerika bagian Utara masih lebih mengenal Bali daripada Indonesia. Hal ini belum ditambah dengan potensi keragaman tradisi serta budaya masyarakat dari ujung Sabang hingga Merauke untuk dikenalkan pada dunia luar.

Berdasarkan Laporan Akuntabilitas Kinerja (LAK) Kementerian Pariwisata tahun 2015, sektor pariwisata mampu menyerap 12,16 Juta lebih tenaga kerja dalam skala nasional. Hal itu menunjukkan bahwa sektor pariwisata, menjadi salah satu bagian penting untuk menanggulangi permasalahan kemiskinan (*pro poor*) dan lapangan kerja (*pro job*), yang selalu menjadi persoalan menahun bangsa ini. Dampak positif pariwisata

ini tentu saja masih sangat mungkin untuk ditingkatkan, mengingat potensi pariwisata di Indonesia masih belum digarap maksimal seluruhnya.

Khusus pada persoalan pariwisata untuk menanggulangi kemiskinan (*pro poor*), bahasan ini telah menjadi diskursus global cukup lama. Terdapat dua konsep penting yang dilahirkan dari berbagai diskursus, yakni pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*). Dimana dalam konsep ini, Djanianton Damanik (2005:22) menyebutkan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata menjadi fokus utama, sementara Demaroto, dkk (2009:20) menyebut masyarakat lokal adalah *stakeholder* yang tidak bisa dikesampingkan. Peran masyarakat dianggap sama vitalnya dengan pemerintah dan pihak swasta yang menggarap jasa pariwisata, mengingat biasanya kebanyakan tempat pariwisata berada di tanah milik masyarakat sekitar tempat wisata.

“Pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) dikembangkan berdasarkan prinsip keseimbangan dan keselarasan antara kepentingan berbagai stakeholders pembangunan pariwisata termasuk pemerintah, swasta dan masyarakat. Secara ideal *community based tourism* menekankan pada pembangunan pariwisata dari masyarakat, oleh masyarakat dan untuk masyarakat” (Demartoto, dkk., 2009:20).

Selanjutnya konsep pariwisata berbasis masyarakat (*Community based tourism*) dikembangkan menjadi dasar dari beberapa konsep pembangunan pariwisata lainnya termasuk salah satunya konsep *Pro Poor Tourism* (PPT). Selain melibatkan masyarakat dalam pembangunan pariwisata, konsep *Pro Poor Tourism* juga menekankan pada berjalannya distribusi benefit bagi masyarakat lokal. Uang ataupun benefit lainnya

yang dibawa wisatawan diharapkan tidak hanya menambah pemasukan dan manfaat bagi daerah saja, tetapi juga mampu meningkatkan pendapatan serta pengembangan bagi masyarakat lokal.

Di tingkat global sedang diupayakan pembangunan pariwisata yang berpihak pada kelompok masyarakat ekonomi lemah atau rakyat miskin yang akan diarahkan pada upaya pengurangan kemiskinan (*poverty reduction*) serta penghapusan kemiskinan (*poverty elimination*). Konsep pengembangan pariwisata tersebut dikenal dengan *Pro-poor tourism* (PPT)... Menurut Pro-Poor Tourism Partnership (2004) menerangkan : *Pro-Poor Tourism (PPT) is tourism that result increased net benefits for poor people. PPT is not specific niche product or niche sector but an approach to tourism development and management*. Dengan kata lain PPT adalah pariwisata yang dapat memberikan keuntungan kepada kelompok masyarakat lapisan bawah atau masyarakat miskin (ekonomi lemah) (Demartoto,dkk., 2009:27).

Sejatinya berbagai konsep tadi bertujuan untuk meletakkan masyarakat tidak lagi sebagai objek dalam pembangunan pariwisata, tetapi juga menjadi pelaku dalam industri pariwisata. Tujuannya adalah agar keuntungan dari sektor pariwisata dapat terdistribusikan pada masyarakat ekonomi lemah, hingga muncul kemandirian masyarakat untuk memberdayakan hidupnya. Bisa dikatakan mengharapkan adanya *trickle-down effect* dari pembangunan pariwisata (Damanik. 2005:18-21).

Kulon Progo menjadi salah satu wilayah di Yogyakarta yang mengalami kemunculan berbagai tempat wisata baru. Khususnya di Kec. Girimulyo pada kawasan Perbukitan Menoreh, terdapat banyak tempat wisata yang hadir mengandalkan potensi keindahan alam, dimana pengunjung dapat menikmati suasana alami yang masih segar dan indah. Terdiri dari *landscape* perbukitan hijau yang nikmat dipandang mata, air

terjun dengan berbagai ketinggian, serta aliran sungai-sungai dengan kejernihan airnya.

Sebagian besar dari tempat wisata tersebut dikelola mandiri oleh penduduk sekitar tempat wisata. Dengan pengelolaan yang menyesuaikan kemampuan penduduk, tempat wisata tersebut menjadi salah satu tambahan sumber penghasilan bagi penduduk sekitar, diluar penghasilan pokok mereka dari bertani, berkebun, berdagang ataupun menjadi sopir kendaraan serta lainnya.

Hal ini tentu sejalan dengan UU No 10 tahun 2009 yang menggantikan UU No 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, pada Pasal 1 tentang ketentuan umum menyebutkan bahwa :

“Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu hal atau lebih aspek seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya...”

Juga pada Pasal 4 jelas menyebutkan bahwa tujuan kepariwisataan diantaranya adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta menghapus kemiskinan.

Ekowisata Taman Sungai Mudal (selanjutnya, ETSM) merupakan satu dari sekian tempat wisata baru di kawasan Perbukitan Menoreh Kulon Progo seperti dengan ciri yang telah disebutkan di atas. Yakni, mengandalkan potensi keindahan alam berupa aliran sungai yang mengalir dari mata air di atas bukit, dengan trek aliran menurun yang bisa dikatakan mendekati curam, namun memiliki batuan yang kesat untuk dipijak serta

anak tangga buatan di sisi-sisi sungai untuk memudahkan mendaki ke atas bagi wisatawan. Selain itu tempat wisata ini juga dikelola mandiri oleh penduduk sekitar tempat wisata, yang mana dalam wawancara tahap pra riset, sebagian besar penduduk yang mengelola ETSM belum mempunyai pengalaman ataupun belum pernah mengelola tempat wisata, mereka mengandalkan keramahan turun temurun khas daerahnya untuk melayani wisatawan yang berkunjung.

Seperti kita ketahui bersama pelayanan dalam industri pariwisata merupakan salah satu hal yang diprioritaskan, karena secara langsung bersentuhan dengan publik utama pariwisata yakni wisatawan. Dalam artikel koran harian Kompas edisi 14 Maret 2017 halaman 15, Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Haryadi Sukmadani mengingatkan bahwa jika persepsi destinasi wisata tidak baik maka pengunjung akan enggan untuk datang. Pelayanan yang diberikan pengelola dalam hal ini masyarakat tentu turut memengaruhi respon wisatawan. Rizal Badudu dalam bukunya *Service Excellent* mengingatkan betapa pentingnya pelayanan dalam dunia bisnis atau usaha. Beliau mencontohkan bagaimana perusahaan-perusahaan yang ingin bertahan dan mengikat konsumennya harus benar-benar memberikan pelayanan yang prima. Di era ini orang tidak hanya membeli produk, tapi juga pelayanan yang diberikan. Selain mengikat konsumen, pelayanan juga dapat memberi *value* lebih untuk sebuah produk.

Menjadi persoalan tambahan, di sekitar ETSM terdapat tiga tempat wisata yang mengandalkan daya tarik tempat wisata berupa aliran air yang hampir serupa, yaitu Wisata Air Terjun Kembang Soka dan Wisata Kedung Pedut, dengan karakteristik pelayanan ramah yang hampir serupa pula dikarenakan masih berada dalam satu wilayah yang berdekatan. Aspek pelayanan menjadi penting bagi tempat pariwisata berbasis masyarakat seperti ETSM untuk tetap mampu bersaing secara sehat dengan tempat pariwisata lainnya agar tetap dikunjungi oleh wisatawan.

Selain penting untuk mempertahankan sebuah usaha, organisasi ataupun perusahaan, pelayanan jika dilakukan dengan tulus juga dapat menjadi kontempelasi spiritual bagi diri kita. Mengutip pendapat Akh. Muwafik Saleh sebagai seorang muslim setidaknya kita mengenal kalimat *إِيَّاكَ نَعْبُدُ* “*iybaka na’budu*” (hanya kepada-Mu kami menyembah/menghamba), menurut Saleh kata *na’budu* artinya menyembah sebagai wujud penghambaan. Menyadari menjadi seorang hamba akan memberikan kesadaran bagi kita untuk dengan ikhlas dalam melayani.

Menarik untuk disimak, pernyataan “*iybaka na’budu*” diungkapkan dengan bentuk dhamir (kata ganti) jamak, “*Na’budu*” (kami menyembah/ mengabdikan), bukan “*a’budu*” (aku mengabdikan). Ada unsur kebersamaan. Dalam melayani, ego ke-akuan kita tanggalkan lalu kita gantikan dengan rasa kebersamaan (saling melayani) dan berarti kita sadar bahwa dengan melayani berarti kita telah menjadi lebih bermakna dengan kehidupan. Mampu memberikan kemanfaatan bagi yang lain, sehingga orang lain betul-betul merasakan keberadaan kita yang tidak hanya sekedar ada. Kita sadar bahwa: “Kita ada karena kita melayani, dan siapapun di luar diri kita berhak mendapatkan pelayanan terbaik dari kita (Customer). Saleh (2010:200)

Pada dasarnya alasan utama kenapa mempertahankan wisata berbasis masyarakat di daerah pedesaan penting adalah, menurut Robert Chambers, pariwisata merupakan satu-satunya cara mempertemukan dua budaya, industrial modern dan agraris tradisional meskipun celahnya sangat kecil. Di tengah kesibukan masyarakat urban yang padat, tentu saja mereka hanya memiliki sangat sedikit waktu untuk melihat kondisi saudaranya di pedesaan, itupun jika mereka sempat berfikir mengenai keadaan masyarakat pinggiran, alih-alih menikmati atraksi wisata yang disajikan. Datang langsung ke lokasi seharusnya sedikit mampu menarik perhatian dan empati mereka. Merasakan langsung dengan mata, fikiran dan perasaan akan ketimpangan multidimensi yang tengah terjadi. Mungkin terlalu berlebihan mengharapkan masyarakat urban yang sibuk dengan dunia dan keluarganya memberikan seklumit ruang befikir bagi orang-orang pinggiran yang mereka saja tidak kenal, namun setidaknya inilah salah satu celah kecil untuk membangkitkan kembali emosi kemanusiaan.

B. Rumusan Masalah

Adakah pengaruh kualitas pelayanan tempat pariwisata berbasis masyarakat Ekowisata Taman Sungai Mudal terhadap tingginya respon wisatawan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mencari tahu tentang respon wisatawan pada lima dimensi kualitas jasa tempat pariwisata berbasis masyarakat.

2. Untuk mengetahui sampai sejauh mana usaha masyarakat lokal dalam mengelola pariwisata diterima oleh publiknya.
3. Menjadi awalan bagi penelitian-penelitian lanjutan mengenai pariwisata yang dikelola masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

1. Memberikan gambaran awal mengenai kualitas jasa pelayanan yang diberikan masyarakat lokal pada wisatawan.
2. Membantu masyarakat lokal pengelola pariwisata mengetahui respon publiknya, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan kedepannya.

E. Tinjauan Pustaka

Pertama, penelitian Monica Vita Atmaja Mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta berjudul *Respon Konsumen Terhadap Komunikasi Pemasaran Ditinjau Dari Hirarki Dampak (Studi Kasus Konsumen Pelajar SMA/SMK dan Mahasiswa Supermarket di Kodya Yogyakarta terhadap Komunikasi Pemasaran Wafer Tango pada Acara Indonesian Idol 2007)*. Studi ini menganalisis perbedaan respon konsumen perempuan dan laki-laki dengan metode statistik menggunakan uji Z. Hasilnya Z hitung lebih dari Z tabel yang membuktikan adanya perbedaan antara konsumen perempuan dan laki-laki dalam merespon stimulus komunikasi pemasaran.

Kedua, penelitian Ihsan Al Mufasik Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang berjudul *Hubungan Kualitas Pelayanan dengan*

Citra (Analisis Kuantitatif Pada Pasien AMC Yogyakarta). Penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan antara kualitas Pelayanan terhadap pasien AMC dengan citra yang terbentuk sebagai akibat dari pelayanan tersebut. Menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan unit analisis lima dimensi kualitas jasa milik Parasuraman. Analisis dalam penelitian ini menggunakan *chi square* yang mengungkapkan bahwa semua kualitas dimensi jasa memengaruhi citra. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah pada penggunaan lima dimensi kualitas jasa milik Parasuraman sebagai unit analisis. Sedangkan perbedaan yang menjadi perhatian peneliti adalah Ikhsan mencari hubungan antara dua variabel pada pelayanan jasa kesehatan dan peneliti sendiri lebih ke deskriptif variabel tunggal.

Ketiga, Skripsi milik N Denny Prasetya Mahasiswa Sosiologi Universitas Atma Jaya Yogyakarta berjudul *Persepsi Penumpang pada Kualitas Jasa Pelayanan Perusahaan Transportasi (Studi Perbandingan PO Safari Dharma Raya, PO Lorena Karina dan PO Phala Kencana)*. Penelitian Denny menggunakan pendekatan kuantitatif dengan unit analisis lima dimensi kualitas jasa Parasuraman, untuk membandingkan persepsi penumpang pada masing-masing Perusahaan Otobus. Hasilnya persepsi penumpang pada ke-3 Perusahaan Otobus relatif sedang dimana artinya menurut pengguna masing-masing PO pelayanan yang diberikan tidak buruk namun juga tidak sangat baik. Jika penelitian Denny

merupakan komparasi antara tiga jasa transportasi Perusahaan otobus, maka peneliti hanya berfokus pada satu tempat pariwisata.

Keempat, merupakan Jurnal Kajian Komunikasi Vol.2 No.2 Desember 2014 Universitas Padjajaran yang ditulis oleh Purwati Hadisiwi dan M Kh. Rakhman pada halaman 118-125 berjudul *Kualitas Jasa Pelayanan Warung Tradisional Di Tengah Persaingan Global (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Kualitas Jasa Pelayanan Warung Tradisional di Tengah Persaingan dengan Minimarket)*. Penelitian yang dilakukan Purwati dan Rakhman menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengkajinya melalui lima dimensi kualitas jasa milik Parasuraman. Hasilnya penelitian menunjukkan bahwa kualitas jasa pelayanan warung tradisional cenderung rendah bila dibandingkan dengan Minimarket. Bila tiga rujukan pertama dan penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian Purwati dan Rakhman menggunakan pendekatan kualitatif namun sama-sama menggunakan lima dimensi kualitas jasa milik Parasuraman sebagai unit analisis.

Dari tiga telaah pustaka terakhir yang peneliti gunakan, semuanya menggunakan unit analisa berupa lima dimensi kualitas jasa milik Parasuraman. Baik itu untuk penelitian variabel tunggal, dua variabel, penelitian komparatif yang menggunakan pendekatan kuantitatif ataupun pendekatan kualitatif. Hal ini menunjukkan bahwa lima dimensi kualitas jasa milik Parasuraman merupakan metode yang populer dan umum digunakan dalam penelitian mengenai kualitas jasa. Meski terdapat kritik

terhadap metode ini, namun umumnya penggunaan lima dimensi kualitas jasa membuat peneliti yakin bahwa, penggunaanya untuk penelitian tentang kualitas jasa tidak perlu diragukan lagi.

F. Landasan Teori

1. Komunikasi Pemasaran

Riswandi (2013: 1 – 2) mengemukakan beberapa pendapat ahli mengenai komunikasi yakni,

a. Carl Hovland, Janis & Kelley

Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya.

b. Bernard Berelson & Gary A. Steiner

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka dan lain-lain.

c. Weaver

Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat memengaruhi pikiran orang lainnya.

Dari pendapat ahli tersebut ketiganya menekankan adanya dampak atau perubahan dalam diri komunikan paska terjadinya proses penyampaian pesan melalui komunikasi. *Feedback* dari komunikan

akan selalu muncul, namun tidak semuanya selalu sesuai dengan harapan komunikator, oleh sebab itu pemasaran ataupun komunikasi pemasaran lebih lanjut menghendaki *feedback* yang positif dari pelanggannya. Seperti yang dikemukakan ahli-ahli pemasaran.

Menurut Kotler dan Keller (2009:5) inti dari pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Sehingga definisi singkatnya pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan. Dari pandangan ini, pemasaran adalah cara memenuhi kebutuhan dengan bersimbiosis yang saling menguntungkan antara produsen dan konsumen. Ketika keduanya saling bertransaksi, di situ akan terdapat *value* yang saling dipertukarkan.

American Marketing Association (AMA) dalam Kotler dan Keller (2009:5) memberikan definisi formal untuk pemasaran yakni,

pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan lainnya.

Definisi dari AMA turut memperkuat adanya hubungan timbal balik yang baik ketika produsen dan konsumen saling mempertukarkan *value* masing-masing. Begitu juga dengan komunikasi pemasaran, menurut Kotler dan Keller (2009:172) dari tujuan dalam definisinya sudah menghendaki hubungan timbal balik seperti berikut,

Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan,

membujuk dan mengingatkan konsumen –secara langsung maupun tidak langsung—tentang produk dan merk yang dijual. Intinya, komunikasi pemasaran merepresentasikan “suara” perusahaan dan mereknya serta merupakan sarana di mana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen.

Terlebih dalam bidang pemasaran jasa yang berbeda dengan barang, hubungan timbal balik yang positif ini merupakan suatu yang harus terus diupayakan. Bagi Lovelock dan Wright (1999:264), komunikasi pemasaran bukanlah sekedar mempromosikan jasa baru dan mendorong orang menggunakan jasa yang sudah ada. Komunikasi pemasaran juga mencakup bagaimana menginformasikan dan mendidik, membujuk, mengingatkan kembali serta memelihara hubungan dengan pelanggan.

Untuk menjaga keberlanjutan hubungan yang baik dalam pemasaran dengan pelanggan, pemasar juga harus memerhatikan beragam pendekatan kepada berbagai macam *audiens*. Jeans (1998) dalam Tjiptono (2011:281) merumuskan bahwa IMC merupakan implementasi semua komunikasi pemasaran sedemikian rupa sehingga setiap proyek bukan hanya mampu mewujudkan tujuan spesifik bersangkutan, melainkan juga bisa :

1. Selaras dengan *platform* merk
2. Sinergis dengan semua proyek lainnya yang berkaitan dengan merk organisasi
3. Secara aktif memperkuat nilai merk dalam setiap dialog dengan pelanggan dan publik
4. Bisa diukur dampak jangka pendek dan jangka panjangnya.

Lebih jauh lagi pada bukunya *Service Management and Marketing*, Gronross dalam Tjiptono (2011: 283) mengkritik bahwa sebagian besar definisi IMC (termasuk versi *American Association of Advertising Agencies*) hanya mencakup sarana komunikasi pemasaran tradisional (seperti periklanan, *direct mail*, promosi penjualan dan *public realtions*). Menurutnya, apa yang dikatakan karyawan, cara mereka menyatakannya, cara mereka berperilaku, penampilan toko, mesin dan sumber daya fisik lainnya, serta kinerja semua itu mengomunkasikan sesuatu kepada para pelanggan. Menurut gronroos aspek-aspek komunikasi dalam penyampaian dan konsumsi barang dan jasa, layanan pelanggan, dan *customer encounters* lainnya termasuk IMC.

Menurut Tjiptono (2011:283) dari definisi ini (Gronroos) pesan komunikasi bisa berasal dari berbagai sumber. Duncan & Moriarty (1997) mengidentifikasikan empat sumber utama pesan komunikasi: *Planned message*, *product message*, *service message* dan *unplanned message*. Gronroos (2000) menambahkan sumber pesan komunikasi kelima, yaitu *the absence of communication* (ketiadaan komunikasi) menjadi seperti berikut :

a. *Planned messages*

Merupakan hasil dari kampanye komunikasi pemasaran terencana. Pada umumnya, tipe ini paling rendah kredibilitasnya, karena publik mengetahui bahwa pesan-pesan yang disampaikan

telah direncanakan oleh pemasar dalam rangka membujuk pelanggan untuk bereaksi sebagaimana diharapkan pemasar bersangkutan.

b. *Product message*

Adalah pesan-pesan menyangkut perusahaan dan penawarannya yang disampaikan melalui produk fisik yang ditawarkan, misalnya desain produk fisik, cara kerja produk, dll.

c. *Service message*

Merupakan pesan-pesan yang dihasilkan melalui proses layanan/jasa, seperti penampilan, sikap dan perilaku karyawan jasa, cara kerja sistem dan teknologi jasa, dan lingkungan atau suasana penyampaian produk /jasa.

d. *Unplanned message*

Merupakan sumber pesan paling terpercaya yang biasanya disampaikan oleh pelanggan lain yang berinteraksi dengan pelanggan tertentu selama proses pelayanan atau yang menyampaikan komunikasi gethok tular positif maupun negatif menyangkut perusahaan dan produknya. Liputan berita dan artikel termasuk kategori di dalamnya.

e. *Ketiadaan komunikasi*

Baik disengaja maupun tidak juga bisa menyampaikan pesan sama efektifnya dengan komunikasi terencana. Apabila perusahaan memutuskan untuk tidak menginformasikan sesuatu (

contoh, keterlambatan jadwal pesawat atau kereta), bisa menyiratkan pesan spesifik bagi para pelanggan. Pelanggan bisa mempersepsikan bahwa perusahaan penyedia jasa tidak memedulikannya dan perusahaan tidak bisa dipercaya.

Terence A. Shimp (2014:14) memberikan sudut pandang lain, dalam bukunya *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion* mengenalkan istilah titik sentuh (*touch point*), yakni suatu tempat dimanapun pemasar sanggup menyentuh atau menjalin kontak dengan konsumennya. Pemasar dapat menggunakan media apapun untuk menjalin komunikasi dengan target konsumennya. Seperti yang dijelaskan Moriarty mengenai sumber-sumber pesan komunikasi tersebut *service message* bisa menjadi salah satu *touch point* (dalam pandangan Shimp) penting karena bersentuhan langsung dengan pelanggan.

2. Respon

Dalam buku psikologi umum Ki Fudyartanta (86:2011) menjelaskan jika respon merupakan reaksi individu terhadap suatu stimulus. Stimulus bisa datang dari mana saja, dan respon ada dalam bentuk perbuatan ataupun refleksi. Jika perbuatan merupakan respon terhadap stimulus karena adanya motif, maka refleksi merupakan respon tanpa adanya motif.

Menurut Jalaluddin Rakhmat (2013:189) para peneliti komunikasi dari tradisi *cybernetics* dalam mekanika-lah yang banyak

mengedepankan riset mengenai *feedback*, mereka menganggap respon sebagai salah satu bentuk *feedback*,

Dalam komunikasi, umpan balik dapat diartikan sebagai respons, peneguhan, dan servomekanisme internal (Fisher, 1978:286-299). Sebagai respons, umpan balik adalah pesan yang dikirim kembali dari penerima ke sumber, memberi tahu sumber tentang reaksi penerima, dan memberikan landasan kepada sumber untuk menentukan perilaku selanjutnya.

Terlebih umpan balik sebagai respon dalam sistem komunikasi interpersonal yang terjadi secara langsung, semua kondisi akan memengaruhi respon komunikator. Dikarenakan seluruh alat indera akan menerima stimulus. (Rakhmat, 2013:190)

Peter dan Olson (2013:21-23) dalam mengkaji konsumen membaginya dalam tiga elemen utama, dua diantaranya adalah afeksi dan kognisi konsumen, serta perilaku konsumen. Jika Afeksi dan kognisi mengacu pada jenis respon mental karena melibatkan perasaan dan pikiran, maka perilaku konsumen merupakan respon yang mengacu pada aksi fisik. Keduanya sebenarnya merupakan perilaku (*behavior*), bedanya, afeksi dan kognisi termasuk *covert behavior* atau perilaku yang tidak dapat diamati, sedangkan perilaku termasuk *overt behavior* atau dapat diamati. Selanjutnya Peter dan Olson (2013:36) menyebutkan jika setiap harinya respon afeksi dan kognisi konsumen memengaruhi perilaku mereka untuk melakukan kegiatan konsumsi.

Bagi Peter dan Olson (2013:43) meskipun secara psikologis Afeksi dan Kognisi merupakan dua sistem yang berbeda dan ada pendapat yang menyebutkan jika afeksi cenderung lebih dominan, keduanya

terhubung satu sama lain dan saling memengaruhi. Fikiran dan perasaan seseorang merupakan dua sistem berbeda, fikiran mampu memengaruhi perasaan begitu juga sebaliknya. Perilaku sendiri merupakan implikasi dari Kognisi dan Afeksi.

Untuk lebih mudahnya pembagian respon terjadi pada bagaian mana saja, mengutip pendapat ahli psikologi komunikasi dan perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

a. Kognitif

Jalaludin Rakhmat (221:2013) dalam konteks membicarakan efek komunikasi massa menjelaskan bahwa efek komunikasi pada kognitif adalah informasi atau pesan yang disampaikan akan membentuk struktur realitas pada fikiran kita, sehingga akan mengurangi ketidakpastian. Tidak berbeda jauh Peter dan Olson (22:2013) menyebut kognisi mengacu kepada struktur mental dan proses yang terlibat dalam pemikiran, pemahaman, dan interpretasi. Kognisi konsumen yang di dalamnya termasuk pengetahuan, arti dan kepercayaan akan berkembang melalui pengalaman yang tersimpan pada ingatan.

b. Afektif

Ketika Peter dan Olson (2013:43) mengungkapkan bahwa sistem Kognisi dan Afeksi saling berhubungan dan ada pendapat yang mengungkapkan afeksi cenderung dominan,

Jalaludin Rakhmat (2013:231-233) menambah wawasan jika efek komunikasi (dalam konteks massa) pada afeksi jauh lebih sulit dibuktikan secara empiris. Namun keduanya mengungkapkan jika respon afeksi selalu berkaitan dengan perasaan, emosi dan sikap seseorang.

c. Behavior

Tidak terlalu ada perbedaan mencolok yang bisa diangkat diantara keduanya baik pada pandangan ahli psikologi komunikasi maupun perilaku konsumen. Berbicara behavior keduanya menekankan pada aksi fisik seseorang berupa gerakan maupun tindakan.

3. Jasa

Sebenarnya jasa dan pelayanan merupakan satu konsep yang dalam bahasa Inggris disebut *services*, penggunaan istilah jasa adalah untuk lebih memudahkan peneliti mendefinisikan konsep pada penelitian.

Christopher Lovelock dan Evert Gummesson dalam Lovelock dkk (2010:15) menetapkan bahwa jasa (*service*) adalah,

suatu bentuk sewa-menyewa yang dapat memberikan manfaat bagi konsumen. Hal yang dihargai konsumen dan mereka berkenan membayar untuk mendapatkannya merupakan berbagai pengalaman yang diinginkan (*desired experience*) dan solusi. Kata sewa digunakan sebagai istilah umum untuk menunjukkan suatu pembayaran yang dilakukan untuk mengakses sesuatu dalam jangka waktu tertentu dan bukan untuk membeli hal tersebut.

Kedua ahli tersebut menggunakan kata sewa menyewa untuk menekankan bahwa jasa adalah produk yang tidak bisa dimiliki konsumen namun mereka bisa menggunakannya. Selain itu jasa bersifat *intangible*, sehingga konsumen membayar atas pengalaman yang mereka dapatkan ketika menggunakan jasa.

Dalam bukunya Lovelock dan Gummesson mengakui bahwa sebenarnya sulit mendefinisikan jasa, karena bagi mereka jasa meliputi berbagai macam aktivitas yang berbeda dan kompleks. Kata jasa (*service*), awalnya diasosiasikan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh pembantu (*servant*) untuk majikannya. Namun di era modern ini *servant* pun menentukan aturan-aturan yang harus dipatuhi pelanggan jika mereka hendak menggunakan jasa yang ditawarkan (Lovelock, dkk, 2010:11-17).

Lovelock,dkk dalam memudahkan pembaca memahami jasa memberikan definisi formal untuk jasa yakni,

Jasa adalah aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. Sering kali kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu (*time-based*), dalam bentuk suatu kegiatan (*performances*) yang akan membawa hasil yang diinginkan kepada penerima, obyek, maupun aset lainnya yang menjadi tanggung jawab dari pembeli. Sebagai pertukaran dari uang, waktu dan upaya, pelanggan jasa berharap akan mendapatkan nilai (*value*) dari suatu akses ke barang-barang, tenaga kerja, tenaga ahli, fasilitas, jejaring dan sistem tertentu, tetapi para pelanggan biasanya tidak akan mendapatkan hak milik dari unsur-unsur fisik yang terlibat dalam penyediaan jasa tersebut. (Lovelock,dkk. 2010 : 16)

Kotler dan Armstrong dalam Saleh (2010 : 26) untuk membedakan lebih jauh lagi antara jasa dengan produk barang menjelaskan tentang karakteristik yang dimiliki oleh jasa yaitu :

a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa tidak berwujud sehingga untuk mendapatkannya konsumen atau pelanggan harus mengeluarkan biaya terlebih dahulu.

b. *Inseparability* (tidak dipisahkan)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari si pemilik jasa baik itu yang diberikan oleh manusia seperti penjaga toko ataupun yang diberikan oleh mesin seperti ATM.

c. *Variability* (keanekarupaan)

Jenis jasa sangat beraneka ragam tergantung kapan dan dimana jasa itu disediakan. Keanekarupaan jasa dapat dengan mudah dikenali konsumen jasa yang membuat mereka menjadi lebih selektif.

d. *Perishability* (tidak dapat tahan lama)

Penggunaan terhadap jasa tidak bertahan lama dan cenderung terbatas berdasarkan kesepakatan. Sehingga jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan pada kemudian hari.

Menurut Fandy Tjiptono (2011:40-42) dalam memasarkan barang manufaktur biasanya pemasar mengacu pada empat elemen dasar strategis yakni *product, price, place, promotion*, biasanya disebut 4P

dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Sedangkan untuk jasa, 4P dirasa tidak cukup karena tidak meliputi pengelolaan antarmuka dengan pelanggan (*customer interface*), sehingga perlu diperluas dengan 3P tambahan (Lovelock dkk, 2004:25), yakni *Process*, *Physical environment* (contohnya bangunan, taman, kendaraan, perabotan, interior, peralatan, seragam pegawai, tanda, materi cetak dan berbagai isyarat lain), dan *people*.

Kotler dalam Fandy tjiptono (2011: 23), sebagai salah satu bentuk produk, jasa dapat didefinisikan sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu

Stanton, Etzel dan Walker (1991) mengelompokkan jasa komersil menjadi 10 jenis yakni,

- a. Perumahan atau penginapan
- b. Operasional rumah tangga
- c. Rekreasi dan hiburan
- d. *Personal care* (perawatan pribadi)
- e. Perawatan Kesehatan
- f. Pendidikan Swasta
- g. Bisnis dan Jasa Profesional
- h. Asuransi, Perbankan dan Jasa Finansial lainnya
- i. Transportasi

j. Komunikasi

4. Kualitas Jasa

Kualitas jasa adalah salah satu hal yang sulit diukur, menurut Fandy Tjiptono (2011:330) selain sifat jasa yang *intangible* juga jasa merupakan pengalaman pelanggan yang subyektif. Setiap orang akan memiliki pengalamannya masing-masing terkait jasa pelayanan yang diberikan. Menurut Lovelock (1999:98) kualitas jasa merupakan keseluruhan sikap pelanggan terhadap penyerahan jasa, yang terbentuk dari sejumlah pengalaman jasa yang berhasil maupun yang tidak berhasil.

Untuk menilai kualitas jasa, tidak bisa dilakukan dalam waktu yang singkat, konsumen juga akan menimbang-nimbang perlakuan yang mereka dapat selama menggunakan jasa dari penyedia jasa. Dalam risetnya Zeithaml, Parasuraman dan Berry (1990:15) mengungkapkan terdapat perbedaan dalam menilai kualitas jasa dibanding barang, kesulitan dalam menentukan kualitas jasa diungkapkan seperti,

“ this inadequacy stems from the three fundamental ways services differ from goods in terms of how they are produced, consumed, and evaluated.

First, service are basically intangible. Second, service –especially those with a high labor content—are heterogeneous. Third, production and consumption of many service are inseparable.

Parasuraman (1990:16) mengungkapkan setidaknya terdapat tiga prinsip yang harus diperhatikan dalam *service quality* yakni:

- 1) *Service quality is more difficult for customers to evaluate than goods quality.*

- 2) *Customers do not evaluate service quality solely on the outcome of a service, they also consider the process of service delivery*
- 3) *The only criteria that count in evaluating service quality are defined by customers. Only customers judge quality, all other judgments are essentially irrelevant.*

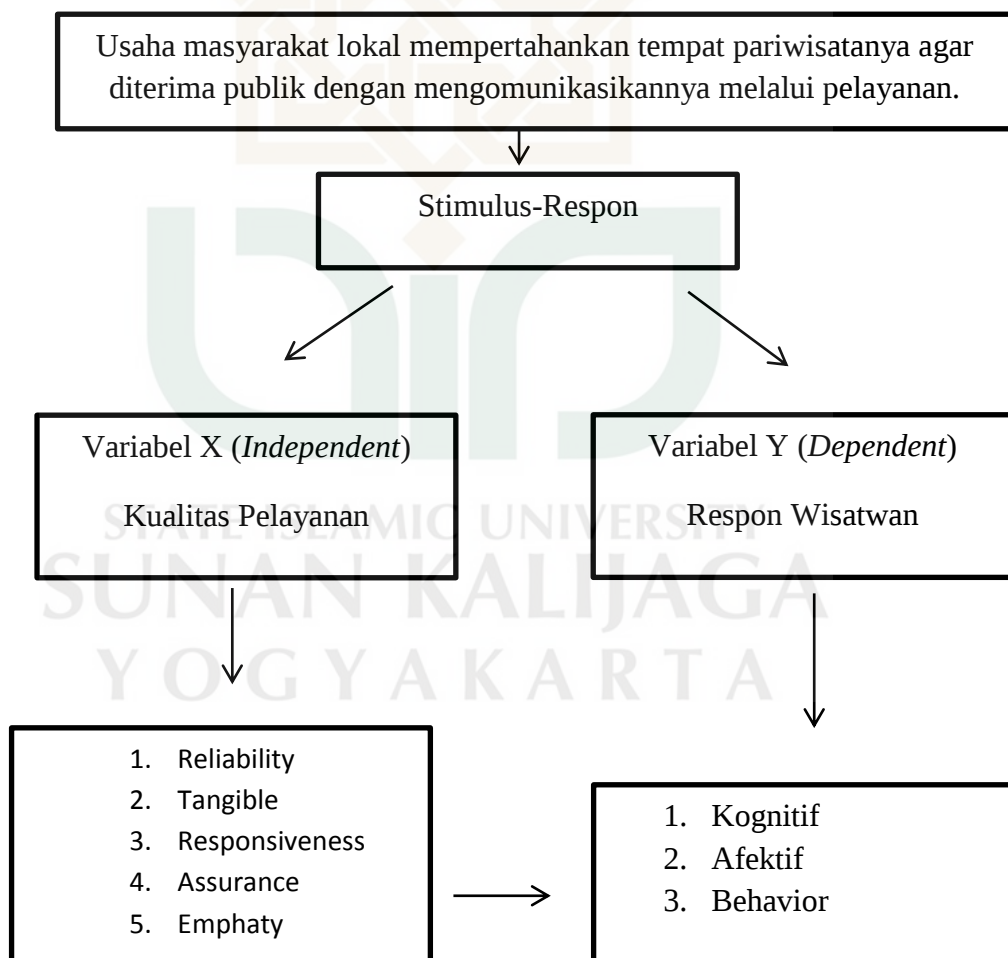
Studi mengenai kualitas jasa meningkat pesat pada era 1980an, Gronroos merupakan orang yang pertama kali mengenalkan pendekatan kualitas jasa lewat konsepnya *Perceived Service Quality* dan model kualitas jasa total (Tjiptono, 2011:330). Selain menggunakan metode Gronroos untuk mengukur kualitas jasa, Parasuraman,dkk juga melakukan riset dan menemukan formula mengenai dimensi kualitas jasa (Lovelock.1999:97). Lima dimensi kualitas jasa yang dipublish oleh Zeithaml, Parasuraman,dan Berry (1990:26) meliputi :

- a. *Reliability, Ability to perform the promised service dependably and accurately.*
- b. *Tangible, Appearance of physical facilities, equipment, personnel, and communication materials.*
- c. *Responsiveness, Willingness to help customers and provide prompt service.*
- d. *Assurance, Knowledge and courtesy of employees and their ability to convey trust and confidence.*
- e. *Empathy, Caring, individualized attention the firm provides its customers.*

Untuk mengetahui kualitas jasa pelayanan yang diberikan tempat pariwisata berbasis masyarakat ini, peneliti mengukurnya menggunakan lima dimensi kualitas jasa milik Parasuraman, dkk. Setelah memiliki data dari setiap dimensi kualitas jasa, kemudian peneliti akan mengeneralisasikan pandangan umum wisatawan mengenai kualitas jasa pariwisata yang dikelola masyarakat.

G. Kerangka Berpikir

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Sumber : Olahan Peneliti

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas sebuah rumusan masalah penelitian. Hal ini dikarenakan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris dari pengumpulan data di lapangan. Penelitian kuantitatif menggunakan metode deskriptif tetap memungkinkan peneliti menguji sebuah hipotesis (Darmawan, 2013:120). Sehingga dalam penelitian ini hipotesisnya adalah sebagai berikut :

H_0 :Tinggi respon wisatawan tidak terpengaruh oleh kualitas jasa pelayanan

H_a : Tinggi respon Wisatawan terpengaruh oleh kualitas jasa pelayanan

I. Metodologi Penelitian

1. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian survei menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data yang disajikan berupa angka-angka yang dideskripsikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui seberapa baik respon wisatawan terhadap adanya tempat pariwisata berbasis masyarakat didasarkan pada pelayanannya, sehingga baik tidaknya kualitas tempat wisata menurut wisatawan nantinya dapat diketahui menggunakan data tersebut. Selain memperoleh gambaran secara garis besar, penggunaan metode kuantitatif juga memberikan kejelasan berupa angka yang dapat diinterpretasi.

Darmawan (2013: 37) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Dalam penelitian kuantitatif dapat dilaksanakan menggunakan penelitian deskriptif. Menurut Best (1982:199) dalam Darmawan (2013:38) penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek apa adanya.

Penelitian deskriptif juga merupakan penelitian yang mendeskripsikan hal-hal yang saat ini berlaku. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif tetap dapat menguji hipotesis serta mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel yang diteliti (Darmawan, 2013 : 38).

Penelitian ini pada akhirnya bertujuan menggambarkan kualitas jasa pelayanan yang diberikan masyarakat pengelola tempat wisata kepada wisatawan selama kurun waktu penelitian, yang disajikan dengan data berupa angka. Angka-angka mengenai pandangan umum tersebut dapat digunakan untuk memberi gambaran seberapa baik layanan yang telah diberikan oleh masyarakat pada publik pariwisatanya.

2. Variabel Penelitian

Nazir (1983: 123) menjelaskan bahwa konsep menggambarkan suatu fenomena secara abstrak yang dibentuk dengan jalan membuat

generalisasi terhadap sesuatu yang khas. Variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. Sedangkan menurut Mustafa (2009: 23) apabila nilai-nilai dari indikator akan membentuk sebuah konsep, maka variabel dapat didefinisikan sebagai konsep yang mempunyai variasi dalam nilai (ukuran).

Dari dua pendapat tersebut variabel dapat diartikan merupakan konsep yang memiliki nilai untuk diukur lewat penelitian sehingga menghasilkan suatu pengetahuan. Berdasarkan pengertian mengenai variabel dan judul yang diangkat oleh peneliti yakni, Respon Sebagai *Feedback Terhadap Kualitas Pelayanan Tempat Pariwisata Berbasis Masyarakat* maka variabel yang hendak diteliti adalah variabel Respon (*dependent*) dan Kualitas Pelayanan (*Independent*).

3. Definisi Konseptual

a. Variabel Independent

Berdasarkan landasan teori mengenai dimensi kualitas jasa milik Zeithaml, Parasuraman dan Berry dalam Lovelock (1999:93) maka definisi konseptual adalah seperti berikut :

- 1) *Reliability* (kehandalan), Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal
- 2) *Tangible* (keberwujudan), Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan bahan-bahan komunikasi

- 3) *Responsiveness* (daya tanggap), Keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap
- 4) *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya para staf, bebas dari bahaya, risiko serta keragu-raguan
- 5) *Emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

b. Variabel Dependent

Dari landasan teori tentang respon yang mengutip pendapat Jalaluddin Rakhmat (2009:221-233) serta Peter dan Olson (2013:21-26) maka diperoleh definisi konsep seperti berikut,

1) Afektif

Respon yang mengacu pada emosi, perasaan atau sikap individu terhadap suatu stimulus.

2) Kognitif

Respon yang terjadi pada pemikiran seseorang, tentang bagaimana individu menginterpretasi stimulus, termasuk pengalaman yang membuat kognisi individu berkembang.

3) Behavior

Respon dalam bentuk aksi fisik, gerakan maupun tindakan individu terhadap suatu stimulus.

4. Definisi Operasional

a. Variabel Independent

Diadaptasi dari *service quality* milik Parasuraman,dkk yang dijabarkan oleh Lovelock dan Wright (2005: 98) untuk lebih mudah memahami lima dimensi kualitas jasa maka diperoleh definisi operasioanl seperti berikut :

- 1) *Reliability* (Kehandalan), kemampuan Ekowista Taman Sungai Mudal menghadirkan wisata alam yang menyenangkan, sejuk, asri serta berbagai fasilitas yang bisa dipakai anak-anak hingga dewasa.
- 2) *Tangible* (Keberwujudan), kondisi fisik Ekowisata Taman Sungai Mudal, penampilan pengelola hingga papan informasi atau petunjuk arah yang tersedia.
- 3) *Responsiveness* (Daya tanggap), kepedulian pengelola Ekowisata Taman Sungai Mudal dalam membantu dan melayani Wisatawan.
- 4) *Assurance* (Jaminan), meliputi pengetahuan, kesopanan, kompetensi pengelola Ekowisata Taman Sungai Mudal untuk memberikan keyakinan dan rasa aman kepada Wisatawan.

- 5) *Emphaty* (Empati), perhatian yang diberikan oleh pengelola Ekowisata Taman Sungai Mudal kepada Wisatawan.

b. Variabel Dependen

Diambil dari dua pendapat ahli psikologi komunikasi dan perilaku konsumen, maka didapatkan definisi operasional seperti berikut:

1) Afektif

Perasaan wisatawan pada dimensi kualitas jasa yang diberikan Ekowisata Taman Sungai Mudal, seperti mereka menyukai atau tidak menyukai pelayanan yang diberikan. Senang berada di tempat wisata yang didirikan masyarakat ataukah malah sebaliknya.

2) Kognitif

Pemahaman wisatawan tentang bagaimana masyarakat mengelola tempat wisata, seperti lima dimensi kualitas jasa Ekowisata Taman Sungai Mudal telah dikelola dengan baik oleh masyarakat atau sebaliknya menurut respon wisatawan.

3) Behavior

Tindakan nyata wisatawan pada lima dimensi kualitas jasa Ekowisata Taman Sungai Mudal seperti, mereka memanfaatkan sepenuhnya fasilitas yang diberikan atau menyapa pengelola.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah himpunan keseluruhan karakteristik dari objek yang diteliti (Sedarmayanti dan Saifudin Hidayat, 2011:121). Berdasarkan pengertian tersebut, populasi merupakan objek yang akan kita teliti, namun cenderung masih abstrak karena keberagamannya. Meskipun kita telah menentukan meriset populasi tertentu, populasi tetap merupakan campuran dari berbagai elemen. Oleh karena itu Burhan Bungin menganjurkan agar memberi batasan yang jelas, pada populasi yang kita teliti.

menjadi tugas peneliti untuk memberi batasan yang tegas pada objek yang menjadi populasi penelitiannya (Bungin, 2001: 103)

Sehingga berdasarkan dua pendapat ahli di atas populasi yang menjadi penelitian ini adalah wisatawan bertiket yang berkunjung ke Ekowisata Taman Sungai Mudal. Berdasarkan tahap observasi pra riset, karena objek wisata ini dekat dan dikelola masyarakat, tidak jarang masyarakat sekitar juga turut memanfaatkan keberadaanya.

b. Sampel

Morrisan (2012: 109) dalam bukunya metode penelitian survei menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi yang bersifat representatif. Suatu sampel yang tidak representatif terhadap setiap anggota

populasi, berapa pun ukuran sampel itu, tidak dapat digeneralisasi untuk menjelaskan sifat populasi di mana sampel diambil. Jika suatu sampel dipilih berdasarkan panduan yang benar sehingga bersifat representatif terhadap populasi maka data dari sampel tersebut dapat digeneralisasi.

Disini Morrisan menjelaskan bagaimana pentingnya kejelasan objek yang menjadi sampel untuk mewakili populasi, sehingga nantinya apabila telah didapatkan data, kita dapat melakukan generalisasi. Tapi disini lain karena objek riset sosial adalah manusia, seorang peneliti juga harus memperhitungkan kesalahan atau *error*, disebabkan sifat manusia yang cenderung dinamis atau selalu berubah-ubah.

Metode sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Penggunaan metode tersebut dikarenakan kondisi lapangan, wisatawan hanya beberapa saat saja berada di lokasi pariwisata serta sulit mengenali karakteristik setiap orang yang berkunjung pada waktu singkat tersebut.

Penentuan ukuran sampling menggunakan penghitungan statistik. Menurut Kriyantono (2009:162) penghitungan statistik bisa diterapkan baik untuk populasi yang diketahui jumlahnya atau belum. Rumus yang digunakan menggunakan milik Slovin seperti berikut,

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sample

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*). Kesalahan yang dapat ditoleransi dalam *level of confidence* tertentu. Sesuai dengan standar penelitian yang sudah ada digunakan perhitungan tingkat *error* 10%.

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{2.333}{1+2.333.(0,1)^2} = 95,889 \text{ dibulatkan menjadi } 96 \text{ responden}$$

6. Jenis Data

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari narasumber/responden. Data primer pada penelitian ini bersumber dari angket yang telah diisi oleh wisatawan bertiket di Ekowisata Taman Sungai Mudal.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari dokumen/publikasi/laporan penelitian dari dinas/instansi maupun sumber data lainnya yang menunjang. Termasuk catatan-catatan yang peneliti pinjam dari pengelola Ekowisata Taman Sungai Mudal

7. Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini merupakan angket yang berisi daftar pernyataan yang harus diisi oleh responden. Peneliti menyebarkan angket dengan cara mendatangi langsung wisatawan yang ada di ETSM.

b. Dokumentasi

Dokumentasi peneliti perlukan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran fisik Ekowisata Taman Sungai Mudal, termasuk fasilitas-fasilitas apa saja yang didapatkan wisatawan ketika berkunjung beserta kondisinya.

8. Validitas dan Realibilitas

a. Validitas

Ketika hendak melakukan pengukuran dalam wilayah sosial, alat ukur selalu menjadi vital dalam membaca realitas, tidak seperti ilmu eksak objek kajian ilmu sosial selalu berubah secara dinamis. Suatu alat ukur harus mampu menjelaskan suatu fenomena dalam kurun waktu tersebut. Oleh karena itu dalam riset sosial permasalahan alat ukur yang selalu timbul menurut Sutrisno Hadi (1973:135) adalah,

1. Seberapa jauh alat pengukur dapat mengungkap dengan jitu gejala atau bagian gejala yang hendak diukur; 2. Seberapa jauh alat pengukur dapat memberikan pembacaan yang teliti.

Sutrisno Hadi menjelaskan kedua permasalahan tersebut merupakan persoalan yang disebut validitas. Alat ukur harus mampu secara jitu dan teliti membaca realitas sehingga mampu memberikan gambaran yang benar-benar mendekati gejala realitas yang diteliti.

Rumus validitas :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi

X = Skor pernyataan tiap nomor

Y = Jumlah skor total pernyataan

N = Jumlah Responden

b. Realibilitas

Berdasarkan pendapat Sutrisno Hadi (1973:174) menentukan reliabilitas dalam riset sosial merupakan salah satu hal yang sulit untuk dipenuhi. Dasar dari prinsip reliabilitas sendiri adalah perbandingan hasil-hasil pengukuran yang dilakukan berulang pada subjek yang sama. Jika kita dapat melakukan penelitian ulang pada benda-benda fisik, akan tidak sama halnya jika kita terapkan pada objek sosial. Pengendalian terhadap kondisi-kondisi di lapangan sulit untuk berjalan sempurna sesuai

keinginan kita, sehingga prinsip reliabilitas sulit dipenuhi tanpa adanya pelanggaran baik kecil maupun besar.

Berdasar pada pertimbangan sulitnya mengontrol objek sosial, misalnya saja pengukuran subjek di pagi hari kemudian dilanjutkan pada sore hari kemungkinan dapat menghadirkan pengaruh-pengaruh tertentu. Sutrisno Hadi menyarankan pada alternatif untuk menambah subjek penelitian, apabila pengukuran ulang sukar untuk dilakukan.

Rumus Reliabilitas :

$$r_{xx} = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_{xx}^2}{s_t^2} \right\}$$

Dimana :

r_{xx} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

$\sum s_{xx}^2$ = jumlah varian butir

s_t^2 = varians total

9. Metode Analisis Data

a. Skala Pengukuran

Untuk mengetahui seberapa tinggi respon wisatawan terhadap melalui lima dimensi kualitas jasa. Responden akan diminta untuk memberikan nilai dari setiap pernyataan yang mewakili lima dimensi kualitas jasa. Adapun dalam penilaian pada pernyataan menggunakan skala likert seperti berikut :

Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

b. Analisis Data

Setelah responden memberikan penilaian pada masing-masing pernyataan langkah selanjutnya adalah mencari nilai rata-rata. Menurut Kuncoro (2011: 44-45) rata-rata hitung (*arithmetic mean*) boleh dikatakan merupakan ukuran tendensi sentral yang paling banyak digunakan dalam praktek. Tendensi sentral sendiri merupakan ukuran yang mengukur tendensi suatu himpunan data yang mengelompok atau memusat dalam nilai numerik tertentu. Manfaat menggunakan menggunakan *mean* adalah pertama, merupakan cara termudah dalam mendeskripsikan data. Kedua, nilai *mean* dapat digunakan untuk membandingkan dua atau lebih himpunan data. Rumus *mean* adalah sebagai berikut :

$$\text{Mean } (X) = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan

X = rata-rata hitung

$\sum x$ = jumlah semua nilai pada setiap item pernyataan

n = jumlah responden

Langkah selanjutnya paska setiap item pernyataan diketahui rata-rata hitungnya adalah mencari nilai rata-rata pada setiap dimensi kualitas jasa pelayanan menggunakan rumus:

$$\text{Grand Mean } X = \frac{\text{total rata-rata hitung}}{\text{jumlah pernyataan}}$$

c. Pengukuran Tinggi Respon

Karena pengukuran menggunakan skala likert maka untuk mengetahui seberapa tinggi respon wisatawan pada setiap dimensi digunakan skala ukur dengan rumus interval kelas seperti berikut:

$$Rs = \frac{R \text{ (bobot)}}{M}$$

Keterangan :

Rs = interval kelas

R = bobot terbesar-bobot terkecil

M = banyaknya kategori bobot

Dari rumus tersebut diperoleh interval kelas sebagai berikut :

$$Rs = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka interval kelas yang didapat adalah :

SB	B	CB	TB	STB
5,00	4,20	3,40	2,60	1,80
				1,00

Keterangan :

SB	Sangat Baik	Skala 4,21-5,00
B	Baik	Skala 3,41-4,20
CB	Cukup Baik	Skala 2,61-3,40
TB	Tidak Baik	Skala 1,81-2,60
STB	Sangat Tidak Baik	Skala 1,00-1,80

d. Pengujian Hipotesis

Sebelum menguji hipotesis pada statistika parametrik terdapat syarat yang harus dipenuhi yakni, uji normalitas data. Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui kenormalan distribusi data menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *software* SPSS pada taraf signifikasi 0,05. Apabila $n < 0,05$ maka data tidak terdistribusi dengan normal.

Kemudian dilanjutkan dengan menguji apakah terdapat korelasi antara dua variabel menggunakan uji korelasi sederhana *Pearson's Correlation Product Moment* dengan rumus berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = korelasi yang dicari antar variabel X dan Y

N = jumlah responden

X = Variabel X

Y = Variabel Y

Baru kemudian dilanjutkan dengan melakukan Uji Linearitas. Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah di antara dua variabel memiliki hubungan yang linear secara signifikan atau tidak pada taraf signifikansi 0,05. Apabila $n > 0,05$ maka terdapat hubungan linear yang signifikan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maupun pengolahan data yang telah dilakukan di Ekowisata Taman Sungai Mudal untuk mencari tinggi respon wisatawan serta membuktikan adanya hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan respon maka terdapatlah kesimpulan dari peneliti sebagai berikut.

1. Tinggi respon wisatawan pada kualitas pelayanan di Ekowisata Taman Sungai Mudal menyentuh angka 3,64 dimana hal ini masuk dalam wilayah atau kategori baik. Atas stimulasi dari kualitas pelayanan dengan nilai mencapai 3,54 yang masuk dalam kategori baik.
2. Terdapat hubungan antara variabel respon dan kualitas pelayanan. Melalui uji korelasi *Pearsons's Product Moment* didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat hubungan positif. Juga pada nilai *correlation* didapatkan nilai sebesar 0,727 yang memberikan gambaran keeratan hubungan antara dua variabel tersebut.
3. Hubungan keduanya juga bersifat linier pada uji linieritas, dengan nilai signifikansi $0,336 > 0,05$ yang membuktikan adanya hubungan searah. Sekaligus membuktikan Hipotesis bahwa tinggi respon wisatawan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.
4. *Service message* atau pesan-pesan yang terdapat dalam pelayanan terbukti mampu memengaruhi respon wisatawan bila dikonstruksi

dengan baik. Dimana dalam pemasaran jasa merupakan bagian tidak terpisahkan dari *people*, *process* dan *physical evidence*. Karena baik itu petugas, proses penyampaian jasa, hingga kondisi fisik menyampaikan pesan spesifik yang akan diinterpretasi oleh konsumen jasa.

Penelitian di Ekowisata Taman Sungai Mudal yang pada akhirnya mendapat nilai kualitas pelayanan sebesar 3,54 kemudian direspon wisatawan dengan nilai 3,64 dan hubungan keduanya juga telah dibuktikan melalui uji korelasi serta bersifat linier, sehingga ada kemungkinan pelayanan dijadikan prediktor di masa depan. Menunjukkan bahwa masyarakat yang notabene dianggap sebagai akar rumput oleh Pemerintah ternyata sanggup menggarap potensi wilayahnya dengan pelayanan publik yang baik. Potensi seperti inilah yang semestinya mulai dipertimbangkan Pemerintah, jika ingin membentuk *multiplier effect* dan memicu *trickle down effect* sektor pariwisata yang diproyeksikan mampu mengurangi pengangguran dan mengentaskan kemiskinan, sesuai dengan amanat Pasal 4 UU No 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata yang bertujuan meningkatkan perekonomian serta menghapus kemiskinan.

B. Saran

Setelah melakukan pengamatan dilanjutkan dengan penelitian, kemudian mengolah data yang didapat serta mendapat pengalaman berharga dari lapangan. Peneliti mencoba memberi saran yang semoga

dapat bermanfaat baik bagi Pengelola, Pemerintah ataupun penelitian lanjutan pada *field* yang sama sebagai berikut.

1. Untuk pengelola peneliti berfikir jika pelayanan yang dilakukan sudah baik, namun ada beberapa hal yang mungkin bisa ditingkatkan seperti, saat kemarin terjadi bencana longsor mungkin bisa memanfaatkan media sosial dengan membuat pemberitahuan bahwa Ekowisata Taman Sungai Mudal untuk sementara waktu tidak bisa dikunjungi demi mengurangi kekecewaan pengunjung yang terlanjur datang. Atau pun manfaatkan Medsos untuk menawarkan paket-paket wisata. Kemudian mengenai seragam, mungkin lebih baik jikadari penjaga tiket hingga petugas yang berjaga menggunakan seragam yang serempak sehingga bisa lebih memudahkan wisatawan mengenali. Selalu jaga keramahan pelayanan karena itu salah satu kekuatan Ekowisata Taman Sungai Mudal serta terus lestarikan lingkungan sekitar wisata, karena tempat wisata ini sangat bergantung pada kondisi alam.

2. Untuk Pemerintah harapan peneliti adalah tingkatan dukungan terhadap pariwisata yang didirikan oleh Masyarakat baik itu dari segi permodalan ataupun pelatihan, agar tempat-tempat pariwisata tersebut dapat bertahan dan semakin berkembang. Karena selain dapat menunjang perekonomian masyarakat yang berarti juga menyejahterkan daerah, menambah lapangan pekerjaan serta mengurangi pengangguran, dukungan Pemerintah juga akan

mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pemimpinnya. Kerjasama antara pemerintah dan masyarakat tentu dapat menjadi modal berharga untuk semakin memajukan daerah. Skeptis boleh tapi jangan terlalu berlebihan, seperti paradigma akar rumput yang tidak berdaya sebaiknya mulai dipertimbangkan kembali, karena menurut peneliti paradigma tersebut dapat menghambat sinergi dan tentu saja menghambat pembangunan berkelanjutan.

3. Untuk peneliti komunikasi selanjutnya yang tertarik pada *field* yang sama yakni pada permasalahan pariwisata yang didirikan masyarakat. Ternyata permasalahan komunikasi yang terjadi cukup atau bahkan bisa dibilang kompleks, karena pariwisata yang didirikan masyarakat ini menghadirkan pertemuan dua arus budaya, yakni agraris tradisional dengan industrial modern. Apa yang peneliti teliti tentang seberapa baik masyarakat tradisional agraris ini memberikan layanan kepada masyarakat industrial modern hanya bagian kecil gunung es dari bagaimana mereka berkomunikasi dan berinteraksi. Memang sejauh ini yang peneliti temukan saat penelitian, keduanya masih menghadirkan hubungan mutualisme antara produsen dan konsumen jasa, namun tidak menutup kemungkinan di masa depan, saat hubungan keduanya semakin intens dan erat, akan timbul gelombang perubahan baru yang memerlukan pendekatan berbeda untuk memahaminya,

pertimbangkan juga kekuatan penetrasi teknologi. Oleh karena itu
perkaya literatur interdisiplin ilmu dan pelajari lebih banyak
metode atau pendekatan dalam penelitian sosial .



Daftar Pustaka

- Chamber, Roberts. 1987. *Pembangunan desa : Mulai dari belakang*. Diterjemahkan oleh : Pepes Sudrajat. Jakarta : LP3ES.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Sosial : Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya : Airlangga University Press
- Damanik, dkk. 2005. *Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pariwisata*. Yogyakarta: Kepel Press.
- Damanik, Janianton. 2013. *Pariwisata Indonesia: Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Demartoto, dkk. 2009. *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Hadi, Sutrisno. 2015. *Metodologi Riset*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Rakhmat, Jalaluddin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ki Fudyartanta. 2011. *Psikologi Umum 1&2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1&2*. Diterjemhakan oleh Bob Sabran, MM. Jakarta : Erlangga.

- Kuncoro, Mudrajad. 2011. *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, edisi ke-4. Yogyakarta : UPP-STIM YKPN
- Kusherdiana. 2013. *Pemahaman Lintas Budaya dalam Konteks Pariwisata dan Hospitalitas*. Bandung: ALFABETA.
- Lovelock dan Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Diterjemahkan oleh : Ir. Agus Widyanoro dkk. Jakarta: Indeks
- Lovelock, dkk. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Diterjemahkan oleh : Dian dan Devri. Jakarta: Erlangga
- Morissan. 2015. *Metode Penelitian Survei, cetakan ke-3*. Jakarta : KENCANA
- Mustafa, Zainal EQ. 2009. *Metodologi Penelitian : Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Nazir, Moh. 2013. *Metodologi Penelitian, cetakan ke-8*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran, Ed. 9 Buku 1*. Diterjemahkan oleh : Diah Tantri Dwiandani. Jakarta : Salemba Empat.
- Saleh, Akh. Muwafik. 2010. *Public Service Communication : Praktik Komunikasi dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-kisah pelayanan*. Malang : UMM Press
- Sedarmayanti dan Saifudin Hidayat. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju.
- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Diterjemahkan oleh : Harya Bhima, dkk. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandi. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Bayumedia Publishing

Valarie A. Zeithaml, et al. 1990. *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectations*. New York : The Free Press.

Wood, Julia T. 2010. *Interpersonal Communication Everyday Encounters*, 6th edition. Boston : Cengage Learning.

Jurnal

Purwati Hadisiwi dan M Kh. Rakhman. 2014. “*Kualitas Jasa Pelayanan Warung Tradisional Di Tengah Persaingan Global (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Kualitas Jasa Pelayanan Warung Tradisional di Tengah Persaingan dengan Minimarket)*”. Jurnal Kajian Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran. Vol. 2 No. 2 Hal. 118-125.

Skripsi

Al Mufasik, Ikhsan, 2012 “*Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Citra (Analisis Kuantitatif pada Pasien AMC Yogyakarta)*”. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Munir, Misbahul, 2012 “*Persepsi Pemustaka terhadap Kualitas Pelayanan Referensi di Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*”. Fakultas Adab dan Ilmu Budaya Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Prasetya, T N. Denny, 2011 “*Persepsi Penumpang pada Kualitas Jasa Pelayanan Perusahaan Transportasi (Studi Perbandingan PO. Safari Dharma Raya, PO. Lorena dan PO. Pahala)*”. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Website

Badan Informasi Geospasial

<http://www.bakosurtanal.go.id/berita-surta/show/pentingnya-informasi-geospasial-untuk-menata-laut-indonesia>

Thejakartapost.com

<http://www.thejakartapost.com/travel/2016/09/28/why-american-tourists-dont-come-to-indonesia.html>

PDF

Jurnal Kajian Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran
(Diunduh melalui, jurnal.unpad.ac.id/jkk/articel/view/7378)

UU No 10 Tahun 2009 (Diunduh melalui, <http://peraturan.go.id/uu/nomor-10-tahun-2009.html>)

Laporan Akuntabilitas Kinerja (LAK) Kementerian Pariwisata Tahun 2015
(Diunduh melalui, <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/test/LAKIP-KEMENPAR%202015.pdf>)

Cetak

Koran harian Kompas Edisi 14 Maret 2017 Hal. 15 lanjutan dari Artikel Hal. 1 berjudul “Daya Tarik Destinasi Berperan Penting”

Dokumentasi Foto Penelitian



Papan Tata Tertib memasuki lokasi wisata



Jalan ke Sungai Mudal Via
Godean-Kenteng



Pintu masuk Taman Sungai
Mudal



Monumen Peresmian dari
Bupati Kulon Progo



Salah Satu Jenis Bunga yang
dikembangbiakkan di Taman
Sungai Mudal



Peneliti olah data di Taman
Sungai Mudal



Wisatawan Yang Mengisi kuesioner Penelitian



Petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal



Jembatan kayu untuk menuju kolam atas

Kolam bagian atas
Ekowisata Taman Sungai
Mudal

Kuesioner penelitian

Responden terhormat,

Saya Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tengah melakukan penelitian untuk skripsi tentang *Respon Wisatawan Pada Pelayanan Tempat Pariwisata berbasis Masyarakat (Studi Deskriptif Kuantitatif Respon Wisatawan Pada Lima Dimensi Kualitas Jasa Ekowisata Taman Sungai Mudal)*. Sebagai bagian dari kegiatan, saya mengharap kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner ini. Saya ucapkan terimakasih atas kesediaan saudara.

Peneliti

Galang S Nugroho

Kuesioner

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah dengan cermat setiap pernyataan
2. Berikan penilaian anda pada setiap pernyataan dengan memberi tanda centang (✓)

Keterangan

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

CS : Cukup Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Laki-Laki / Perempuan *(coret yang tidak perlu)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
Reliability						
1	Petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal selalu melayani saya dengan ramah					
2	Saya dapat menikmati alam yang disuguhkan Ekowisata Taman Sungai Mudal					
3	Kolam pemandian Ekowisata Taman Sungai Mudal aman untuk digunakan					
4	Fasilitas pada Ekowisata Taman Sungai Mudal dapat digunakan dengan baik					
5	Saya tertarik mengunjungi kembali Ekowisata Taman Sungai Mudal di kemudian hari					
Tangible						
1	Saya dapat dengan mudah mengenali petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal					
2	Fasilitas Ekowisata Taman Sungai Mudal nampak terjaga dengan baik					
3	Petunjuk dan Papan informasi di Ekowisata Taman Sungai Mudal mudah dilihat dan tertata rapi					
4	Kebersihan Ekowisata Taman Sungai Mudal terjaga dengan baik					
5	Petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal berpenampilan rapi dan baik					
Responsiveness						
1	Petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal tanggap memberikan bantuan yang saya perlukan					
2	Petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal ramah saat melayani saya					
3	Bantuan yang saya perlukan dari petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal sesuai dengan harapan saya					
4	Saya merasa nyaman dengan keberadaan petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal					

No		STS	TS	CS	S	SS
Assurance						
1	Petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal memberikan informasi yang saya butuhkan					
2	Petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal menanggapi pertanyaan saya dengan baik					
3	Saya merasa aman dengan barang bawaan saat berwisata di Ekowisata Taman Sungai Mudal					
4	Saya mendapat asuransi keselamatan dari Ekowisata Taman Sungai Mudal					
Emphaty						
1	Petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal ramah kepada saya					
2	Petugas Ekowisata Taman Sungai mudal memberikan perhatian yang cukup kepada saya					
3	Saya merasa nyaman dengan keramahan petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal					
4	Petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal memberikan perhatian dengan baik kepada saya					
Kognitive						
1	Ekowisata Taman Sungai Mudal merupakan wisata alam yang indah, tertata dan rapi					
2	Fasilitas Ekowisata Taman Sungai Mudal termasuk lengkap					
3	Petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal berpenampilan baik dan ramah					
4	Air kolam pemandian Ekowisata Taman Sungai Mudal termasuk jernih					
Afektif						
1	Saya senang dengan penataan tempat Ekowisata Taman Sungai Mudal					
2	Saya suka dengan penampilan petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal					
3	Saya suka dengan keramahan pengelola Ekowisata Taman Sungai Mudal					
4	Saya merasa aman saat berwisata di Ekowisata Taman Sungai Mudal					
Behavior						
1	Saya menggunakan sebagian besar fasilitas di Ekowisata Taman Sungai Mudal					
2	Saya tidak segan bertanya informasi kepada petugas Ekowisata Taman Sungai Mudal.					
3	Saya mengamati pemandangan yang ada di Ekowisata Taman Sungai Mudal					

[illegible]

62 Zainand	16 L S	CS	TS	CS	SS	TS	CS	S	S	TS	TS	CS	S	CS	S	CS	TS	TS	TS	CS	TS	STS
63 Esti Prai	16 P S	CS	S	S	CS	TS	CS	SS	S	CS	S	S	S	CS	CS	CS	SS	TS	S	S	CS	TS
64 Doni	30 L S	S	SS	CS	S	TS	CS	CS	CS	TS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	S	CS	CS	CS	CS	CS
65 Gio	23 L S	S	S	CS	S	CS	TS	CS	CS	S	CS	CS	CS	CS	S	S	S	CS	CS	CS	CS	CS
66 Ilham Sr	17 L S	SS	SS	SS	S	S	S	SS	S	CS	S	S	CS	CS	CS	S	CS	S	S	S	S	CS
67 Arif Tria	18 L SS	S	SS	SS	S	S	SS	S	SS	SS	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	CS	CS
68 Risa Ard	17 P S	S	S	S	CS	CS	S	CS	CS	CS	S	S	CS	CS	CS	S	CS	CS	S	CS	CS	CS
69 Putri Dv	18 P S	CS	CS	CS	S	TS	CS	CS	S	S	CS	CS	S	CS	CS	CS	TS	CS	SS	CS	S	CS
70 Maulan	22 L SS	SS	SS	SS	SS	CS	S	SS	S	S	SS	SS	SS	SS	S	SS	S	CS	SS	SS	SS	SS
71 Nicaldhu	17 L CS	SS	S	CS	S	S	S	CS	CS	CS	CS	CS	TS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	TS	CS
72 NA	17 L CS	S	S	S	S	CS	CS	CS	CS	CS	S	S	S	S	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS
73 Umar	35 L S	S	CS	CS	S	S	CS	CS	S	CS	CS	CS	CS	CS	CS	S	CS	S	S	S	S	S
74 Rina Ast	23 P S	S	CS	S	SS	TS	S	CS	S	CS	CS	CS	CS	S	S	S	CS	CS	S	CS	S	CS
75 Tartyo I	21 L S	S	CS	CS	SS	TS	CS	TS	SS	TS	TS	CS	CS	S	TS	TS	S	TS	TS	S	S	CS
76 Royyan	20 L S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
77 Aulanni	19 P S	SS	CS	CS	SS	TS	S	S	S	S	CS	CS	CS	CS	CS	S	CS	S	CS	CS	CS	CS
78 NA	20 P CS	S	S	S	S	CS	S	S	S	CS	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
79 Gita Put	20 P CS	S	CS	S	S	TS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	S	S	CS	S	CS	CS	CS	CS	CS	CS
80 Fitria	19 P S	S	S	S	SS	TS	CS	CS	S	CS	CS	S	CS	S	S	CS	S	TS	S	S	S	CS
81 Aryudia	19 P S	SS	S	S	SS	TS	CS	CS	S	CS	CS	CS	S	S	CS	S	S	TS	SS	S	S	CS
82 Eko Fret	20 L S	SS	S	S	S	CS	S	S	S	CS	S	S	S	S	S	S	S	CS	S	S	S	S
83 Ryan Ar	20 L S	S	S	SS	S	S	S	TS	TS	S	S	S	TS	S	S	SS	SS	TS	S	TS	S	TS
84 Bayu Gu	18 L S	SS	S	S	SS	CS	S	S	S	CS	S	S	S	SS	S	S	S	TS	S	S	S	S
85 Dhani D	19 L CS	SS	S	S	S	CS	SS	SS	SS	S	S	S	S	SS	TS	S	S	S	S	S	S	S
86 Hilma	20 P CS	SS	SS	SS	SS	TS	CS	CS	SS	SS	CS	TS	TS	CS	TS	TS	CS	S	TS	S	CS	CS
87 Lailatul	21 P CS	SS	CS	CS	SS	CS	TS	CS	S	S	S	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	TS	CS	CS
88 M	20 P CS	S	CS	CS	SS	TS	CS	TS	CS	CS	CS	CS	S	S	CS	S	CS	CS	CS	CS	CS	CS
89 Vina Dvi	21 P S	S	S	S	S	TS	CS	CS	CS	CS	CS	S	S	S	S	S	CS	CS	CS	CS	SS	SS
90 NA	21 L S	SS	S	S	S	CS	S	SS	SS	SS	S	S	S	S	S	S	S	CS	S	S	S	CS
91 Fajar Ab	20 L S	S	S	S	SS	CS	CS	CS	SS	SS	SS	S	SS	S	S	SS	S	S	SS	S	S	CS
92 Bayu Zu	21 L S	SS	SS	S	S	TS	S	S	S	CS	S	S	S	S	CS	CS	CS	CS	S	CS	S	CS
93 Mahenr	20 L CS	CS	CS	CS	CS	TS	S	TS	S	TS	TS	CS	CS	S	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS
94 Annisa I	19 P S	CS	CS	CS	TS	TS	CS	CS	CS	TS	CS	CS	CS	TS	S	S	S	CS	CS	CS	CS	CS
95 Astri Nu	17 P S	S	S	S	S	S	S	S	CS	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	CS	S	S
96 DK Dew	17 P S	SS	CS	CS	S	TS	CS	CS	S	S	S	S	S	S	CS	SS	CS	TS	S	S	S	S
97 Della Iki	17 P S	S	S	CS	SS	TS	CS	S	CS	S	S	S	S	S	S	S	S	CS	S	S	S	S
98 Nasa P	16 P SS	S	S	S	SS	CS	CS	SS	SS	CS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	CS	SS	SS	SS	SS
99 Ahmadi	24 L S	S	CS	CS	CS	CS	S	CS	S	CS	CS	S	CS	CS	CS	S	CS	CS	CS	S	CS	CS
100 Karina V	23 P CS	S	CS	CS	CS	TS	TS	CS	CS	TS	TS	S	CS	CS	S	CS	SS	TS	CS	TS	CS	TS
Birgita k	17 P CS	SS	TS	STS	CS	TS	CS	CS	TS	TS	TS	CS	STS	TS	S	CS	SS	STS	CS	TS	CS	TS
Evelyn	17 P CS	SS	S	S	SS	CS	S	CS	CS	CS	S	S	S	S	S	S	CS	CS	S	S	S	S
Radhita	17 P CS	S	CS	CS	CS	TS	TS	CS	S	S	S	S	CS	CS	S	S	S	TS	S	S	S	S

4	3	2	3	5	0	2	3	4	4	2	0	2	3	4	3	0	4	3	2	2	0	2	3	2	1
4	3	4	4	3	0	2	3	5	4	3	0	4	4	3	0	3	3	5	2	0	4	4	3	4	2
4	4	5	3	4	0	2	3	3	3	2	0	3	3	3	3	0	3	3	4	0	3	4	3	3	
4	4	4	3	4	0	3	2	3	3	4	0	3	3	3	3	0	4	4	4	3	0	3	3	3	
4	5	5	5	4	0	4	4	5	4	3	0	4	4	3	3	0	3	4	4	3	4	0	4	4	
5	4	5	5	4	0	4	5	4	5	5	0	4	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	3	
4	4	4	4	3	0	3	4	3	3	3	0	4	4	3	3	0	3	4	3	3	0	4	3	3	
4	3	3	3	4	0	2	3	3	4	4	0	3	3	4	0	3	3	2	3	0	5	3	4	3	
5	5	5	5	5	0	3	4	5	4	4	0	5	5	5	0	4	5	4	3	0	5	5	5	5	
3	5	4	3	4	0	4	4	3	3	3	0	3	3	2	3	0	3	3	3	3	0	3	3	2	
3	4	4	4	4	0	3	3	3	3	3	0	4	4	4	0	3	3	3	3	0	3	3	3	3	
4	4	3	3	4	0	4	3	3	4	3	0	3	3	3	3	0	3	3	4	0	4	3	4	4	
4	4	3	4	5	0	2	4	3	4	3	0	3	3	3	4	0	4	4	3	3	0	4	3	4	
4	4	3	3	5	0	2	3	2	5	2	0	2	3	3	4	0	2	2	4	2	0	2	4	4	
4	4	4	4	4	0	4	4	4	4	4	0	4	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	4	
4	5	3	3	5	0	2	4	4	4	3	0	3	3	3	3	0	3	3	4	3	0	3	3	3	
3	4	4	4	4	0	3	4	4	3	0	4	4	4	4	0	4	4	4	4	0	4	4	4	4	
3	4	3	4	4	0	2	3	3	3	3	0	3	4	4	0	3	4	3	3	0	3	3	3	3	
4	4	4	4	5	0	2	3	3	4	3	0	3	4	3	4	0	4	3	4	2	0	4	4	4	
4	5	4	4	5	0	2	3	3	4	3	0	3	3	4	0	3	4	4	2	0	5	4	4	3	
4	5	4	4	4	0	3	4	4	4	3	0	4	4	4	0	4	4	4	3	0	4	4	4	4	
4	4	4	5	4	0	4	4	2	2	4	0	4	4	2	4	0	4	5	5	2	0	4	2	4	
4	5	4	4	5	0	3	4	4	4	3	0	4	4	4	5	0	4	4	4	2	0	4	4	4	
3	5	4	4	4	0	3	5	5	5	4	0	4	4	4	5	0	2	4	4	4	0	4	4	4	
3	5	5	5	5	0	2	3	3	5	5	0	3	2	2	3	0	2	2	3	4	0	2	4	3	
3	5	3	3	5	0	3	2	3	4	4	0	4	3	3	3	0	3	3	3	0	3	2	3	3	
3	4	3	3	5	0	2	3	2	3	3	0	3	3	3	0	4	0	3	4	3	0	3	3	3	
4	4	4	4	4	0	2	3	3	3	3	0	3	4	4	4	0	4	4	3	3	0	3	3	5	
4	5	4	4	4	0	3	4	5	5	5	0	4	4	4	4	0	4	4	4	3	0	4	4	4	
4	4	4	4	5	0	3	3	3	5	5	0	5	4	5	4	0	4	5	5	4	0	5	4	3	
4	5	5	4	4	0	2	4	4	4	3	0	4	4	4	4	0	3	3	3	3	0	4	3	4	
3	3	3	3	3	0	2	4	2	4	2	0	2	3	3	4	0	3	3	3	0	3	3	3	3	
4	3	3	3	2	0	2	3	3	3	2	0	3	3	3	2	0	4	4	4	3	0	3	3	3	
4	4	4	4	4	0	4	4	4	3	4	0	4	4	4	4	0	4	4	4	4	0	4	3	4	
4	5	3	3	4	0	2	3	3	4	4	0	4	4	4	4	0	3	5	3	2	0	4	4	4	
4	4	4	3	5	0	2	3	4	3	4	0	4	4	4	4	0	4	4	4	3	0	4	4	4	
5	4	4	4	5	0	3	3	5	5	3	0	5	5	5	5	0	5	5	5	3	0	5	5	5	
4	4	3	3	3	0	3	4	3	4	3	0	3	4	3	3	0	3	4	3	3	0	4	3	3	
3	4	3	3	3	0	2	2	3	3	2	0	2	4	3	3	0	4	3	5	2	0	3	2	3	
3	5	2	1	3	0	2	3	3	2	2	0	2	3	1	2	0	4	3	5	1	0	3	2	3	
3	5	4	4	5	0	3	4	3	3	0	4	4	4	4	0	4	4	3	3	0	4	4	4	4	
3	4	3	3	3	0	2	2	3	4	4	0	4	4	3	0	4	4	4	4	2	0	4	4	4	

NO	NAMA	USIA	Kog 1	Kog 2	Kog 3	Kog 4	Afe 1	Afe 2	Afe 3	Afe 4	Beh 1	Beh 2	Beh 3	
1	Liana Al	17 P	SS	S	S	CS	S	S	SS	S	CS	SS	SS	5 4 4 3 0 4 4 5 4 0 3 5 5
2	Choirud	17 L	SS	CS	S	SS	S	S	S	S	CS	SS	SS	5 3 4 5 0 4 4 4 4 0 3 5 5
3	Pangest	19 L	SS	CS	TS	CS	S	S	CS	S	S	S	S	5 3 2 3 0 4 4 3 4 0 4 4 4
4	Firdian /	19 L	CS	TS	CS	CS	S	CS	S	S	S	SS	S	3 2 3 3 0 4 3 4 4 0 4 5 4
5	Muh. Ri	18 L	CS	CS	CS	CS	S	CS	CS	CS	CS	CS	S	3 3 3 3 0 4 3 3 3 0 3 3 4
6	Fauzan I	18 L	CS	S	CS	TS	CS	CS	S	CS	CS	CS	CS	3 4 3 2 0 3 3 4 3 0 3 3 3
7	Unyil	18 L	S	CS	S	CS	CS	CS	CS	S	CS	S	S	4 3 4 3 0 3 3 3 4 0 3 4 4
8	Ajeng W	19 P	S	S	CS	TS	TS	CS	S	CS	TS	S	S	4 4 3 2 0 2 3 4 3 0 2 4 4
9	Anggi	19 P	S	CS	CS	CS	S	CS	CS	CS	CS	CS	S	4 3 3 3 0 4 3 3 3 0 3 3 4
10	NA	19 P	S	CS	S	SS	SS	S	S	CS	CS	S	SS	4 3 4 5 0 5 4 4 3 0 3 4 5
11	Johan W	30 L	S	S	S	SS	SS	S	S	SS	S	S	S	4 4 4 5 0 5 4 4 5 0 4 4 4
12	NA	23 L	CS	TS	S	SS	CS	CS	S	S	CS	SS	CS	3 2 4 5 0 3 3 4 4 0 3 5 3
13	Happy S	21 L	S	SS	S	S	S	S	S	SS	S	S	SS	4 5 4 4 0 4 4 4 5 0 4 4 5
14	NA	22 L	S	CS	CS	S	CS	CS	S	S	CS	CS	S	4 3 3 4 0 3 3 4 4 0 3 3 4
15	NA	21 L	SS	CS	S	CS	CS	CS	CS	CS	S	SS	SS	5 3 4 3 0 3 3 3 3 0 4 5 5
16	Nada	18 P	S	CS	CS	TS	TS	S	CS	CS	S	S	CS	4 3 3 2 0 2 4 3 3 0 4 4 3
17	Rafli	17 L	CS	TS	S	SS	CS	CS	S	SS	S	S	SS	3 2 4 5 0 3 3 4 5 0 4 4 5
18	Rigelker	17 L	S	S	S	CS	S	S	S	S	SS	S	SS	4 4 4 3 0 4 4 4 4 0 5 4 5
19	Putri Au	16 P	SS	S	S	S	SS	S	S	S	S	S	S	5 4 4 4 0 5 4 4 4 0 4 4 4
20	Faiz	18 L	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	4 4 4 4 0 4 4 4 4 0 4 4 4
21	Melysa I	16 P	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	4 4 4 4 0 4 4 4 4 0 4 4 4
22	Ikhsan	25 L	CS	S	S	CS	S	S	S	S	CS	S	S	3 4 4 3 0 4 4 4 4 0 3 4 4
23	mark.07	27 L	CS	CS	CS	S	S	CS	S	CS	S	S	S	3 3 3 4 0 4 3 4 3 0 4 4 4
24	Yunita	25 P	S	S	S	S	S	S	S	S	CS	CS	S	4 4 4 4 0 4 4 4 4 0 3 3 4
25	Fadhlan	24 L	S	CS	S	TS	CS	CS	CS	CS	CS	S	SS	4 3 4 2 0 3 3 3 3 0 3 4 5
26	Haqqina	23 P	CS	S	S	S	S	S	S	S	CS	S	SS	3 4 4 4 0 4 4 4 4 0 3 4 5
27	Maryon	26 L	SS	S	CS	SS	SS	CS	CS	S	S	TS	S	5 4 3 5 0 5 3 3 4 0 4 2 4
28	NA	22 L	CS	TS	CS	TS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	S	3 2 3 2 0 3 3 3 3 0 3 3 4
29	Shiva Ba	13 L	S	SS	SS	S	S	SS	SS	SS	SS	SS	S	4 5 5 4 0 4 5 5 5 0 5 5 4
30	NA	14 L	SS	SS	SS	SS	S	SS	S	S	S	SS	S	5 5 5 5 0 4 5 4 4 0 4 5 4
31	MLH	15 L	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	4 4 4 4 0 4 4 4 4 0 4 4 4
32	Misbach	17 L	CS	TS	CS	TS	CS	TS	CS	CS	TS	CS	S	3 2 3 2 0 3 2 3 3 0 2 3 4

33 Al	18 L CS	TS	CS	CS	CS	TS	CS	CS	TS	CS	CS	3 2 3 3 0 3 2 3 3 0 2 3 3
34 Sefri An	20 L S	S	TS	CS	CS	TS	TS	CS	S	S	S	4 4 2 3 0 3 2 2 3 0 4 4 4
35 NA	20 L CS	TS	TS	TS	CS	TS	TS	TS	TS	CS	TS	3 2 2 2 0 3 2 2 2 0 2 3 2
36 NA	21 P CS	S	S	CS	S	CS	CS	CS	CS	CS	S	3 4 4 3 0 4 3 3 3 0 3 3 4
37 Dian Wa	23 L S	SS	S	S	S	S	S	S	S	S	S	4 5 4 4 0 4 4 4 4 0 4 4 4
38 Dias Gar	25 L S	S	SS	S	SS	SS	S	SS	SS	SS	S	4 4 5 4 0 5 5 4 5 0 5 5 4
39 Pipit Car	23 L S	CS	CS	S	CS	S	CS	S	S	S	SS	4 3 3 4 0 3 4 3 4 0 4 4 5
40 N. Jana	23 P SS	S	S	S	S	CS	CS	CS	S	CS	SS	5 4 4 4 0 4 3 3 3 0 4 3 5
41 Hilmi M	16 L S	CS	S	CS	S	CS	S	S	S	S	SS	4 3 4 3 0 4 3 4 4 0 4 4 5
42 Prapti M	25 P S	CS	CS	S	S	CS	CS	CS	CS	CS	S	4 3 3 4 0 4 3 3 3 0 3 3 4
43 Riban Iq	16 L S	S	S	SS	S	S	CS	S	S	CS	CS	4 4 4 5 0 4 4 3 4 0 4 3 3
44 Habib A	17 L S	CS	CS	S	CS	CS	SS	SS	SS	CS	SS	4 3 3 4 0 3 3 5 5 0 5 3 5
45 Ryan Fiz	21 L SS	TS	SS	SS	CS	CS	SS	CS	CS	SS	SS	5 2 5 5 0 3 3 5 3 0 3 5 5
46 Ryan M	17 P S	CS	CS	S	S	CS	S	CS	S	S	SS	4 3 3 4 0 4 3 4 3 0 4 4 5
47 Lantif Bi	18 L CS	CS	CS	S	SS	SS	S	S	CS	CS	S	3 3 3 4 0 5 5 4 4 0 3 3 4
48 Nur Wul	18 P S	CS	CS	S	CS	CS	S	S	CS	CS	S	4 3 3 4 0 3 3 4 4 0 3 3 4
49 Wanthy	19 P CS	CS	CS	S	S	S	CS	CS	CS	CS	S	3 3 3 4 0 4 4 3 3 0 3 3 4
50 Michel I	17 P S	S	S	TS	S	S	S	S	SS	CS	SS	4 4 4 2 0 4 4 4 4 0 5 3 5
51 Roland	26 L S	CS	CS	CS	TS	CS	CS	CS	S	S	SS	4 3 3 3 0 2 3 3 3 0 4 4 5
52 Muham	15 L S	CS	CS	SS	CS	CS	S	S	CS	CS	S	4 3 3 5 0 3 3 4 4 0 3 3 4
53 Beji	15 L CS	S	SS	S	S	CS	S	SS	CS	SS	S	3 4 5 4 0 4 3 4 5 0 3 5 4
54 Ashar G	16 L SS	SS	S	S	SS	CS	S	CS	S	CS	SS	5 5 4 4 0 5 3 4 3 0 4 3 5
55 Zaenal M	17 L SS	S	S	S	SS	SS	SS	SS	S	S	SS	5 4 4 4 0 5 5 5 5 0 4 4 5
56 Agil	18 L CS	CS	CS	CS	S	CS	CS	CS	S	S	CS	3 3 3 3 0 4 3 3 3 0 4 4 3
57 Fadillah	17 L CS	CS	S	CS	S	CS	CS	S	S	S	S	3 3 4 3 0 4 3 3 4 0 4 4 4
58 Muham	18 L S	S	S	SS	S	CS	CS	CS	S	S	SS	4 4 4 5 0 4 3 3 3 0 4 4 5
59 Agung B	18 L SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	S	S	S	5 5 5 5 0 5 5 5 5 0 4 4 4
60 Hage	17 L SS	SS	SS	SS	SS	S	S	S	SS	S	SS	5 5 5 5 0 5 4 4 4 0 5 4 5
61 M. Thok	18 L SS	SS	CS	SS	SS	CS	CS	CS	SS	S	S	5 5 3 5 0 5 3 3 3 0 5 4 4
62 Zainand	16 L CS	TS	TS	TS	CS	TS	TS	TS	TS	CS	SS	3 2 2 2 0 3 2 2 2 0 2 3 5
63 Esti Prar	16 P CS	CS	CS	S	S	CS	CS	S	S	S	SS	3 3 3 4 0 4 3 3 4 0 4 4 5
64 Doni	30 L CS	CS	TS	SS	S	TS	CS	S	S	S	S	3 3 2 5 0 4 2 3 4 0 4 4 4
65 Gio	23 L CS	CS	CS	S	CS	CS	S	S	CS	S	S	3 3 3 4 0 3 3 4 4 0 3 4 4

66 Ilham Sc	17 L S	SS	S	SS	SS	S	S	S	S	CS	S	4 5 4 5 0 5 4 4 4 0 4 3 4
67 Arif Tria	18 L SS	S	CS	S	CS	CS	CS	S	CS	SS	SS	5 4 3 4 0 3 3 3 4 0 3 5 5
68 Risa Ard	17 P S	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	S	4 3 3 3 0 3 3 3 3 0 3 3 4
69 Putri Dw	18 P SS	S	S	SS	S	CS	S	S	CS	S	CS	5 4 4 5 0 4 3 4 4 0 3 4 3
70 Maulani	22 L SS	SS	S	SS	SS	CS	SS	S	TS	SS	S	5 5 4 5 0 5 3 5 4 0 2 5 4
71 Nicaldh	17 L S	S	CS	SS	S	S	CS	CS	S	S	SS	4 4 3 5 0 4 4 3 3 0 4 4 5
72 NA	17 L S	CS	CS	CS	S	CS	CS	CS	CS	CS	SS	4 3 3 3 0 4 3 3 3 0 3 3 5
73 Umar	35 L S	CS	CS	S	CS	CS	CS	CS	TS	S	S	4 3 3 4 0 3 3 3 3 0 2 4 4
74 Rina Ast	23 P S	CS	CS	SS	S	CS	CS	CS	S	CS	SS	4 3 3 5 0 4 3 3 3 0 4 3 5
75 Tartyo F	21 L TS	CS	CS	SS	S	CS	S	S	CS	TS	SS	2 3 3 5 0 4 3 4 4 0 3 2 5
76 Royyan	20 L S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	4 4 4 4 0 4 4 4 4 0 4 4 4
77 Aulanni	19 P SS	S	CS	SS	SS	CS	CS	S	S	S	SS	5 4 3 5 0 5 3 3 4 0 4 4 5
78 NA	20 P S	S	S	S	S	CS	S	S	S	S	S	4 4 4 4 0 4 3 4 4 0 4 4 4
79 Gita Put	20 P CS	CS	CS	SS	CS	S	CS	CS	CS	S	SS	3 3 3 5 0 3 4 3 3 0 3 4 5
80 Fitria	19 P S	S	S	S	CS	S	S	SS	CS	S	S	4 4 4 4 0 3 4 4 5 0 3 4 4
81 Aryudial	19 P S	CS	CS	CS	S	S	S	CS	SS	S	SS	4 3 3 3 0 4 4 4 3 0 5 4 5
82 Eko Frec	20 L S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	4 4 4 4 0 4 4 4 4 0 4 4 4
83 Ryan Ari	20 L S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	4 4 4 4 0 4 4 4 4 0 4 4 4
84 Bayu Gu	18 L S	S	CS	S	S	CS	S	S	S	S	S	4 4 3 4 0 4 3 4 4 0 4 4 4
85 Dhani D	19 L SS	SS	SS	SS	S	S	S	S	S	S	S	5 5 5 5 0 4 4 4 4 0 4 4 4
86 Hilmaw	20 P SS	SS	CS	SS	SS	CS	CS	S	SS	SS	SS	5 5 3 5 0 5 3 3 4 0 5 5 5
87 Lailatul	21 P S	CS	CS	S	S	S	CS	CS	CS	CS	SS	4 3 3 4 0 4 4 3 3 0 3 3 5
88 M	20 P S	CS	CS	S	S	CS	S	CS	CS	SS	S	4 3 3 4 0 4 3 4 3 0 3 5 4
89 Vina Dvi	21 P CS	CS	CS	SS	S	S	S	S	S	CS	SS	3 3 3 5 0 4 4 4 4 0 4 3 5
90 NA	21 L SS	CS	S	S	S	S	S	S	CS	S	SS	5 3 4 4 0 4 4 4 4 0 3 4 5
91 Fajar Ab	20 L SS	SS	S	SS	SS	S	S	CS	CS	CS	SS	5 5 4 5 0 5 4 4 3 0 3 3 5
92 Bayu Zu	21 L SS	SS	CS	S	SS	CS	CS	CS	S	S	S	5 5 3 4 0 5 3 3 3 0 4 4 4
93 Mahenr	20 L CS	CS	TS	CS	TS	TS	CS	CS	TS	S	CS	3 3 2 3 0 2 2 3 3 0 2 4 3
94 Annisa E	19 S	CS	TS	SS	S	TS	CS	CS	TS	S	S	4 3 2 5 0 4 2 3 3 0 2 4 4
95 Astri Nu	17 P S	CS	S	S	CS	S	S	S	SS	S	S	4 3 4 4 0 3 4 4 4 0 5 4 4
96 DK Dew	17 P SS	S	CS	CS	S	CS	CS	CS	TS	S	S	5 4 3 3 0 4 3 3 3 0 2 4 4
97 Della Ika	17 P S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	4 4 4 4 0 4 4 4 4 0 4 4 4
98 Nasa P	16 P S	S	S	SS	SS	SS	SS	SS	SS	CS	CS	4 4 4 5 0 5 5 5 5 0 5 3 3

99 Ahmadi	24 L CS	S	CS	CS	S	TS	CS	CS	CS	S	CS	3 4 3 3 0 4 2 3 3 0 3 4 3
100 Karina V	23 P CS	CS	CS	CS	CS	TS	TS	CS	TS	S	SS	3 3 3 3 0 3 2 2 3 0 2 4 5
101 Birgita K	17 P SS	S	CS	STS	CS	TS	CS	TS	CS	SS	SS	5 4 3 1 0 3 2 3 2 0 3 5 5
102 Evelyn	17 P S	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	CS	4 3 3 3 0 3 3 3 3 0 3 3 3
103 Radhita	17 P S	CS	S	CS	CS	CS	S	S	CS	CS	SS	4 3 4 3 0 3 3 4 4 0 3 3 5



Tabel r Product Moment
Pada Sig.0,05 (Two Tail)

N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

<https://teorionline.files.wordpress.com/2010/03/tabel-r-product-moment-big-sample.doc>.



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 11 Desember 2017

Kepada Yth. :

Bupati Kulon Progo
Up. Kepala Dinas Penanaman
Modal dan Pelayanan Terpadu
Kabupaten Kulon Progo
Di

WATES

Nomor : 074/10045/Kesbangpol/2017
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas
Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Nomor : UIN.02/TU.SH/TL.00/1300/2017
Tanggal : 7 Desember 2017
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal: **"RESPON WISATAWAN PADA PELAYANAN TEMPAT PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT (STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF RESPON WISATAWAN PADA LIMA DIMENSI KUALITAS JASA EKOWISATA TAMAN SUNGAI MUDAL KULON PROGO)"** kepada :

Nama : GALANG SABDO NUGROHO
NIM : 13730078
No. HP/Identitas : 085802840403 / 3521091811930003
Prodi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/ *Public Relations*
Fakultas/PT : Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Lokasi Penelitian : Taman Sungai Mudal, Kabupaten Kulon Progo, DIY
Waktu Penelitian : 11 Desember 2017 s.d. 31 Januari 2018

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

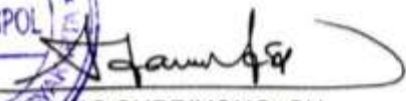
1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY selambat-lambatnya 6 bulan setelah penelitian dilaksanakan;
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Izin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



KEPALA
BADAN KESBANGPOL DIY


AGUNG SUPRIYONO, SH
NIP. 19601026 199203 1 004



PEMERINTAH KABUPATEN KULON PROGO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
Unit 1: Jl. Perwakilan, Wates, Kulon Progo Telp.(0274) 775208 Kode Pos 55611
Unit 2: Jl. KHA Dahlan, Wates, Kulon Progo Telp.(0274) 774402 Kode Pos 55611
Website: dpmp.kulonprogokab.go.id Email : dpmp@kulonprogokab.go.id

SURAT KETERANGAN / IZIN

Nomor : 070.2 /01009/XII/2017

Memperhatikan : Surat dari Kesbangpol DIY No: 074/10045/Kesbangpol/2017, Tanggal: 17 Desember 2017, Perihal: Izin Penelitian

Mengingat :

1. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 61 Tahun 1983 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelaksanaan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Departemen Dalam Negeri;
2. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pengembangan, Pengkajian dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta;
3. Peraturan Daerah Kabupaten Kulon Progo Nomor : 14 Tahun 2016 tentang Pembentukan Dan Susunan Perangkat Daerah;
4. Peraturan Bupati Kulon Progo Nomor : 121 Tahun 2016 tentang Standar Pelayanan Pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu.

Diizinkan kepada : **GALANG SABDO NUGROHO**
NIM / NIP : 13730078
PT/Instansi : UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
Keperluan : IZIN PENELITIAN
Judul/Tema : RESPON WISATAWAN PADA PELAYANAN TEMPAT PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT (Studi Deskriptif Kuantitatif Respon Wisatawan pada Lima Dimensi Kualitas Jasa Ekowisata Taman Sungai Mudal Kulon Progo)

Lokasi : TAMAN SUNGAI MUDAL BANYUNGANTI JATIMULYO GIRIMULYO KABUPATEN KULON PROGO

Waktu : 11 Desember 2017 s/d 31 Januari 2018

1. Terlebih dahulu menemui melaporkan diri kepada Pejabat Pemerintah setempat untuk mendapat petunjuk seperlunya.
2. Wajib menjaga tata tertib dan mematuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku.
3. Wajib menyerahkan hasil Penelitian/Riset kepada Bupati Kulon Progo c.q. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Kulon Progo.
4. Izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah dan hanya diperlukan untuk kepentingan ilmiah.
5. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan menjadi tanggung jawab sepenuhnya peneliti.
6. Surat izin ini dapat diajukan untuk mendapat perpanjangan bila diperlukan.
7. Surat izin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Ditetapkan di : Wates
Pada Tanggal : 18 Desember 2017

KEPALA
DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU


AGUNG KURNIAWAN, S.IP., M.Si
Pembina Utama Muda; IV/c
NIP. 19680805 199603 1 005

Tembusan kepada Yth. :

1. Bupati Kulon Progo (Sebagai Laporan)
2. Kepala Bappeda Kabupaten Kulon Progo
3. Kepala Kesbangpol Kabupaten Kulon Progo
4. Camat Girimulyo Kabupaten Kulon Progo
5. Kepala Desa Jatimulyo
6. Ketua Ekowisata Taman Sungai Mudal Jatimulyo
7. Yang bersangkutan
8. Arsip

Curriculum Vitae



A. Biodata Pribadi

Nama : Galang Sabdo Nugroho

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat Tanggal Lahir : Ngawi, 18 November 1993

Alamat Asal : Dsn. Padas RT 02/RW 17 Ds. Jururejo Kec. Ngawi Kab. Ngawi, Jawa Timur

Email : galsanugo@gmail.com

No. Hp : 085802840403

B. Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun
SD	SDN Marogomulyo 3 Ngawi	2000-2006
SMP	SMPN 1 Ngawi	2006-2009
SMK	SMKN 1 Ngawi	2009-2012
S1	UIN Sunan Kalijaga	2013-2018