

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kualitas pelayanan bergantung pada tiga faktor, yaitu manusia, teknologi dan sistem. Dari ketiga faktor tersebut, faktor manusia berkontribusi paling banyak dalam menentukan kualitas pelayanan, dengan total mencapai 70% (Daryanto & Setyobudi, 2014: 53). Sejalan dengan pendapat tersebut, Zeithaml, dkk dalam Hardiyansyah (2018: 187) menyatakan kualitas pelayanan juga dipengaruhi oleh berbagai banyak variabel, salah satu variabel yang paling penting dalam mewujudkan kualitas pelayanan yang baik adalah komunikasi yang dilakukan oleh pemberi layanan dan penerima layanan. Oleh karena itu, komunikasi yang dilakukan dalam pelaksanaan pelayanan akan berpengaruh besar terhadap kualitas pelayanan.

Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan (TMSBK) merupakan salah satu objek wisata Kota Bukittinggi yang menggunakan komunikasi dalam pelaksanaan pelayanan. TMSBK lebih dikenal dengan sebutan kebun binatang oleh masyarakat. TMSBK menawarkan wisata edukasi mengenai satwa melalui ragam satwa yang dikoleksi di TMSBK. Selain itu, TMSBK juga menyediakan wisata budaya Minangkabau yang dapat dinikmati pengunjung dalam Rumah Adat *nan Baanjuang* di kawasan TMSBK. TMSBK terdiri dari beberapa *spot* wisata, seperti kandang *outdoor*, Taman Burung *Aviary*, Zona Reptil *indoor*, Akuarium, Museum *Zoologi*, serta Rumah Adat *nan Baanjuang*.

Kandang *outdoor* dihuni oleh berbagai hewan mamalia, Zona Reptil dihuni oleh berbagai macam reptil, Akuarium diisi oleh berbagai koleksi ikan, dan

Museum *Zoologi* berisi sekumpulan satwa yang telah diawetkan. Berdasarkan laporan Kepala Bidang TMSBK, Taman Burung *Aviary* yang dinamakan *Kinantan Bird Park*, merupakan taman burung terbesar se-Sumatera yang di dalamnya terdapat berbagai jenis burung dengan kuantitas lebih dari 100 ekor burung. Pengunjung dapat melihat dan dapat berinteraksi dengan berbagai jenis burung yang berkeliaran bebas di dalam taman tersebut.

Pengunjung harus membeli tiket di bagian loket untuk bisa masuk ke TMSBK. Pengunjung dikenakan tarif sebesar Rp. 25.000,- untuk pengunjung dewasa, Rp. 20.000,- untuk pengunjung anak-anak diatas dua tahun, serta Rp. 50.000,- untuk pengunjung mancanegara. Namun, pengunjung akan dikenakan biaya tambahan sebesar Rp. 10.000,- untuk bisa masuk ke bagian dalam Akuarium.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi, dalam kurun waktu lima tahun terakhir, TMSBK telah dikunjungi oleh jutaan orang. Pada tahun 2019 terdapat 729.705 pengunjung, tahun 2020 dikunjungi oleh 363.775 pengunjung, tahun 2021 dengan total 618.018 pengunjung, tahun 2022 dengan total 1.018.207 pengunjung, dan pada tahun 2023 total 820.951 pengunjung. Dilihat dari data tersebut, TMSBK sempat mengalami penurunan jumlah pengunjung secara drastis pada tahun 2020 yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. Saat sepi pengunjung inilah TMSBK memanfaatkan kesempatan untuk melakukan renovasi dan pembangunan *spot* wisata *aviary*. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung di TMSBK.

Dirujuk dari ulasan *Google*, TMSBK mendapat rata-rata penilaian 4,5 dari nilai maksimal 5 yang diberikan oleh 7.791 pengunjung. Nilai dari ulasan tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya, pengunjung memiliki penilaian yang baik

terhadap TMSBK. Namun, terlepas dari banyaknya pujian, tidak sedikit pengunjung yang memberikan komentar negatif mengenai kekurangan dari fasilitas yang ada, serta buruknya sikap petugas dalam menghadapi pengunjung.

Berdasarkan wawancara awal dengan Kabid (Kepala Bidang) TMSBK Bukittinggi pada Desember 2021, meskipun pelayanan sudah diusahakan agar terlaksana dengan baik, akan tetapi pelayanan yang diberikan oleh TMSBK Bukittinggi dirasa masih belum maksimal. Hal ini diperkuat dengan munculnya masalah yang diakibatkan dari kurang idealnya pelayanan dari TMSBK terhadap pengunjung. Masalah yang paling sering ditemukan adalah tidak puasnya pengunjung terhadap beberapa fasilitas seperti toilet yang kotor, mushola yang kecil, dan informasi yang tidak lengkap.

Pada awal tahun 2023, Penulis juga melakukan wawancara awal dengan salah seorang pengunjung, yaitu Ibu S. Ia mengakui perubahan TMSBK yang menjadi lebih menarik dan lebih tertata dari beberapa tahun yang lampau, terutama dengan adanya Taman Burung *Aviary*. Namun, Ibu S menyebutkan kesulitannya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan karena bagian informasi di TMSBK seringkali kosong tanpa ada petugas jaga. Meskipun beberapa info dapat dilihat pada papan informasi yang tersedia, cukup sulit untuk mendapatkan informasi seperti jalur mana yang lebih dekat untuk menuju kandang tertentu dan arah menuju pintu keluar. Selain itu, Ibu S juga mengeluhkan banyak kandang hewan yang kosong, serta beberapa kandang seperti kandang buaya dan kandang harimau di bagian belakang yang terlihat tidak terawat.

Hal ini terbukti saat penulis melakukan observasi awal penelitian di kawasan TMSBK. Pusat informasi yang seharusnya digunakan untuk memudahkan

pengunjung dalam mendapatkan informasi di TMSBK belum difungsikan dengan semestinya. Masalah ini memicu munculnya keterbatasan komunikasi antara pengunjung dan pengelola TMSBK.

Pada observasi tersebut juga terlihat adanya beberapa aspek pelayanan prima yang belum diterapkan dengan baik, seperti kurang terawatnya beberapa *spot* wisata, serta kurangnya pengawasan bagi pengunjung di area kandang satwa yang mengakibatkan adanya pengunjung yang memberikan makan satwa sembarangan. Hal ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara penilaian pengunjung dalam Ulasan *Google* dengan temuan yang ada di lapangan.

Pengelola TMSBK melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas pada bagian pelayanan. Cara untuk meningkatkan kualitas tersebut adalah dengan mengimplementasikan konsep pelayanan prima ke dalam setiap aspek layanan di TMSBK. Demi kepuasan pengunjung, TMSBK harus tetap menjaga dan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Berdasarkan penelitian Kartikasari & Albari (2019) yang berjudul *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty*, pelayanan yang berkualitas mempunyai dampak yang baik terhadap kepuasan dari penerima layanan. Salah satu hal yang berperan dalam melaksanakan pelayanan yang berkualitas adalah komunikasi.

Komunikasi didefinisikan sebagai proses pertukaran informasi yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, menggunakan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat apa (Lasswell dalam Karyaningsih, 2018: 3). Komunikasi mempunyai peran yang strategis serta peran yang diakui dalam pelayanan, karena hampir semua aktivitas pelayanan memanfaatkan komunikasi (Hardiyansyah,

2015: 16). Bahkan pada Undang-Undang No.25 Tahun 2009 Pasal 5 Ayat (2) menyebutkan bahwa ruang lingkup pelayanan publik salah satunya adalah komunikasi dan informasi.

Hardiyansyah (2018: 186) menjabarkan bahwa komunikasi dalam pemberian layanan merupakan bagian dari keinginan pemberi layanan untuk mendengarkan pendapat dan memahami kebutuhan penerima layanan. TMSBK Bukittinggi memanfaatkan komunikasi dalam berinteraksi dengan pengunjungnya. Para petugas di TMSBK melakukan komunikasi saat menyambut pengunjung yang datang dengan penampilan yang rapi, mengucapkan kalimat sapaan seperti “Selamat Pagi”, melakukan interaksi saat melakukan penjualan tiket kepada pengunjung, mengomunikasikan kebutuhan pengunjung, memberi informasi secara lisan, memberikan *feedback* terhadap saran dan keluhan pengunjung, serta penyediaan papan informasi dan penunjuk arah di dalam kawasan TMSBK.

TMSBK sebagai bagian dari organisasi pemerintah, memanfaatkan komunikasi organisasi dalam melakukan aktivitas. Komunikasi dalam organisasi bermanfaat untuk mengolah pesan, mengembangkan hubungan antar individu baik di dalam maupun luar organisasi, serta menciptakan budaya dan iklim komunikasi (Ruben & Stewart, 2013: 353). Komunikasi dalam organisasi bermanfaat untuk menghindari kesalahpahaman dan meningkatkan kemungkinan organisasi untuk lebih produktif dalam mencapai tujuannya. Melalui komunikasi yang baik, suatu organisasi dapat berjalan dengan baik pula, sebaliknya, jika komunikasi tidak lancar akan berdampak buruk pada organisasi (Muhammad, 2000: 1).

Pelaksanaan pelayanan prima didasari oleh Undang-Undang No.25 Tahun 2009 mengenai Pelayanan Publik yang menjelaskan bahwa pelayanan publik

merupakan kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Undang-Undang No.25 Tahun 2009 tersebut juga berfungsi sebagai pengaturan standar pelayanan dan peningkatan kualitas pelayanan. Standar pelayanan membantu instansi pemberi layanan untuk membuat batasan strategi dan prioritas. Standar tersebut meliputi prosedur pelayanan, waktu pemberian layanan, biaya, produk layanan, sarana prasarana, serta kompetensi petugas yang memberikan pelayanan. Tanpa adanya standar pelayanan yang jelas, maka pelayanan yang diberikan memiliki kemungkinan lebih besar untuk tidak menemui harapan pelanggan (Pamekas, 2021: 111).

Idealnya, pelayanan yang prima adalah pelayanan yang melebihi ekspektasi pengguna jasa terhadap layanan yang akan diterima. Namun, pelayanan tetap dikatakan baik apabila cukup sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh pengunjung. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan pengunjung, maka pelayanan yang diberikan tergolong buruk.

Adapun penelitian terdahulu yang penulis jadikan acuan dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian yang berjudul “Implementasi Komunikasi Pelayanan Prima di Arion Swiss Belhotel Bandung” oleh Nanda Ayu Dwi Pratiwi dan Adi Muhammad Ramadhan pada tahun 2021. Penelitian tersebut membahas mengenai pelaksanaan pelayanan prima di Arion Swiss Belhotel Bandung, dengan berfokus pada komunikasi yang dilakukan dalam pelaksanaan pelayanan prima. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada subjek

penelitian. Peneliti ingin mendeskripsikan bagaimana implementasi pelayanan prima pada pengelolaan di TMSBK Bukittinggi.

Penelitian ini akan menggunakan Model Lima Dimensi Kualitas Pelayanan atau SERVQUAL. Model ini melihat bagaimana pelayanan diberikan melalui kualitas pelayanan yang terdiri dari lima aspek, yaitu berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati. Penggunaan SERVQUAL pada penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan dan kualitas layanan.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pelayanan prima yang dilaksanakan di TMSBK Bukittinggi, khususnya aspek terkait kualitas pelayanan yang dilaksanakan. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengidentifikasi dan menjabarkan bagaimana implementasi pelayanan prima di TMSBK, kendala terkait implementasi pelayanan prima, dan hal lain yang relevan dengan temuan di lapangan nantinya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan judul:

“Implementasi Komunikasi Pelayanan Prima pada Pengelolaan Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan (TMSBK) Bukittinggi.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian adalah “Bagaimana implementasi komunikasi pelayanan prima di TMSBK Bukittinggi?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi komunikasi pelayanan prima di TMSBK Bukittinggi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Untuk menambah wawasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi, khususnya pada konsentrasi Manajemen Komunikasi.
2. Berkontribusi dalam pengembangan keilmuan komunikasi terutama dalam penerapan pelayanan prima.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Mendeskripsikan aktivitas pelayanan prima dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan di TMSBK.
2. Menjadi bahan evaluasi atau masukan bagi instansi terkait, yaitu Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bukittinggi Bidang TMSBK mengenai pelaksanaan pelayanan pada pengunjung, serta acuan untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan yang diberikan.