

## Analisis Penerapan Pelayanan Prima Berdasarkan Dimensi SERVQUAL pada Paket Wisata 3 Hari 2 Malam di PT Suave Ramah Tamah Labuan Bajo

Floriani Elci Jelahu<sup>1</sup>, Laurensius Sandrio<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Diploma III Ekowisata, Politeknik eLBajo Commodus, Labuan Bajo, Indonesia, [lonci.plc@gmail.com](mailto:lonci.plc@gmail.com)

### Abstract

*The rapid growth of tourism activities in Labuan Bajo has encouraged tourism businesses to improve service quality in order to remain competitive. Excellent service is considered a key determinant of tourist satisfaction because tourism products are predominantly service-based and rely heavily on direct interactions between service providers and visitors. This study aims to analyze the implementation of excellent service in the three-day, two-night tour package organized by PT Suave Ramah Tamah Labuan Bajo using the SERVQUAL dimensions. A descriptive qualitative approach was employed through observation, in-depth interviews, and documentation. Informants consisted of tour guides, operational staff, management, and tourists participating in the tour package. Data were analyzed using the interactive model of Miles and Huberman, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that the implementation of excellent service has generally fulfilled the SERVQUAL dimensions, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, supported by the company's commitment to tourist safety. Adequate tourism facilities, professional tour guides, responsive services, and effective communication contributed positively to tourist satisfaction. Nevertheless, several operational challenges remain, particularly in adapting to weather conditions and coordinating service delivery among crew members. Continuous service evaluation and human resource development are recommended to enhance service quality and strengthen the competitiveness of tourism businesses in Labuan Bajo.*

*Keywords: excellent service, SERVQUAL, service quality, tourist satisfaction, tour package.*

### Abstrak

Pertumbuhan sektor pariwisata di Labuan Bajo mendorong perusahaan jasa perjalanan wisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan daya saing. Dalam industri pariwisata, pelayanan prima menjadi faktor penting karena pengalaman wisatawan sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi dengan penyedia jasa. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan pelayanan prima berdasarkan dimensi SERVQUAL pada paket wisata tiga hari dua malam di PT Suave Ramah Tamah Labuan Bajo. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pemandu wisata, manajemen, staf operasional, dan wisatawan yang mengikuti paket wisata. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan telah menerapkan pelayanan prima melalui penyediaan fasilitas yang memadai, pelaksanaan *itinerary* yang konsisten, ketangguhan dalam merespons kebutuhan wisatawan, profesionalisme pemandu wisata, perhatian terhadap kebutuhan wisatawan, serta penerapan prosedur keselamatan selama perjalanan. Meskipun demikian, perusahaan masih menghadapi beberapa kendala operasional, terutama terkait perubahan kondisi cuaca dan koordinasi pelayanan di lapangan. Oleh karena itu, evaluasi pelayanan secara berkala dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia menjadi strategi penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan.

Kata kunci: pelayanan prima, SERVQUAL, kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan, paket wisata.

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia, khususnya pada kawasan Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) Labuan Bajo, mendorong meningkatnya persaingan antar pelaku industri perjalanan wisata. Kondisi tersebut menuntut setiap perusahaan penyedia jasa wisata untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas sebagai upaya meningkatkan kepuasan wisatawan sekaligus mempertahankan daya saing perusahaan (Tjiptono, 2017; Lovelock & Wirtz, 2016).

Dalam industri pariwisata, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pengalaman wisatawan. Berbeda dengan produk berwujud, jasa wisata bersifat *intangible*, sehingga penilaian wisatawan lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara wisatawan dengan penyedia layanan selama perjalanan berlangsung (Lovelock & Wirtz, 2016). Oleh karena itu, pelayanan prima menjadi elemen penting yang harus diterapkan oleh biro perjalanan wisata agar mampu menciptakan kepuasan, loyalitas, serta citra positif perusahaan. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa implementasi pelayanan prima berbasis SERVQUAL berkontribusi positif terhadap kepuasan wisatawan dan kualitas pengalaman berwisata.

PT Suave Ramah Tamah merupakan salah satu perusahaan perjalanan wisata yang beroperasi di Labuan Bajo dan menyediakan berbagai produk wisata, salah satunya paket wisata 3 hari 2 malam menggunakan kapal liveaboard. Paket wisata ini melibatkan berbagai aktivitas seperti *island hopping*, *snorkeling*, *trekking*, dan kunjungan ke beberapa destinasi unggulan di kawasan Taman Nasional Komodo. Kompleksitas aktivitas tersebut menyebabkan kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh fasilitas fisik, tetapi juga oleh profesionalisme pemandu wisata, ketepatan pelaksanaan *itinerary*, kemampuan kru dalam merespons kebutuhan wisatawan, komunikasi selama perjalanan, serta penerapan prosedur keselamatan.

Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) merupakan salah satu pendekatan yang paling banyak digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan melalui lima dimensi utama, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kelima dimensi tersebut telah banyak diterapkan pada penelitian di bidang pariwisata karena mampu menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan.

Berbagai penelitian sebelumnya membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Namun, sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui pengukuran tingkat kepuasan menggunakan kuesioner, sedangkan kajian yang menguraikan implementasi pelayanan prima secara mendalam pada operasional paket wisata *liveaboard*, khususnya di Labuan Bajo, masih relatif terbatas. Kesenjangan tersebut menunjukkan perlunya penelitian yang mampu menjelaskan bagaimana pelayanan prima diterapkan secara nyata dalam setiap tahapan pelayanan wisata, mulai dari proses keberangkatan, pelaksanaan aktivitas wisata, hingga pelayanan setelah kegiatan berlangsung.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan pelayanan prima berdasarkan dimensi SERVQUAL pada paket wisata 3 hari 2 malam di PT Suave Ramah Tamah Labuan Bajo. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis implementasi lima dimensi SERVQUAL yang dipadukan dengan aspek keselamatan (*safety*) sebagai bagian integral pelayanan pada paket wisata *liveaboard*. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian manajemen pelayanan pariwisata serta menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pelayanan Prima dalam Industri Pariwisata

Pelayanan prima (*excellent service*) merupakan pendekatan pelayanan yang berorientasi pada pemenuhan bahkan melampaui harapan pelanggan melalui penyediaan layanan yang cepat, tepat, ramah, profesional, dan konsisten. Dalam industri pariwisata, pelayanan prima tidak hanya dipahami sebagai aktivitas operasional, tetapi juga sebagai strategi untuk membangun pengalaman wisata (*tourist experience*) yang berkualitas sehingga mampu meningkatkan kepuasan, loyalitas, serta citra positif destinasi maupun perusahaan penyedia jasa (Tjiptono, 2017; Lovelock & Wirtz, 2016). Karakteristik jasa pariwisata yang bersifat *intangibile, heterogeneous, inseparable, dan perishable* menyebabkan kualitas pelayanan menjadi faktor pembeda utama antar perusahaan. Wisatawan cenderung mengevaluasi keseluruhan pengalaman perjalanan berdasarkan interaksi yang mereka alami dengan pemandu wisata, kru operasional, fasilitas yang tersedia, serta kemampuan perusahaan dalam memberikan solusi terhadap kebutuhan wisatawan selama perjalanan (Lovelock & Wirtz, 2016).

Penelitian mengenai pelayanan prima di sektor pariwisata menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, khususnya apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan yang konsisten, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Studi pada destinasi wisata di Indonesia juga menunjukkan bahwa integrasi pelayanan prima dengan prinsip Sapta Pesona dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan secara menyeluruh.

### Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diterima pelanggan dengan pelayanan yang diharapkan. Apabila persepsi pelanggan lebih tinggi atau sama dengan harapan, maka pelanggan akan menilai pelayanan tersebut berkualitas. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima berada di bawah harapan, maka akan muncul ketidakpuasan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Dalam konteks industri pariwisata, kualitas pelayanan menjadi faktor strategis karena produk wisata tidak hanya berupa objek atau atraksi, tetapi juga keseluruhan pengalaman yang diperoleh wisatawan selama perjalanan. Oleh sebab itu, perusahaan perjalanan wisata perlu memastikan bahwa setiap tahapan pelayanan dilaksanakan secara profesional agar mampu menciptakan nilai tambah bagi wisatawan (Tjiptono, 2017). Kualitas pelayanan merupakan konsep yang menggambarkan tingkat kemampuan suatu organisasi dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna jasa. Kualitas pelayanan tercermin dari kesesuaian antara ekspektasi pelanggan sebelum menerima

layanan dengan persepsi mereka setelah layanan diberikan. Semakin kecil kesenjangan antara harapan dan kinerja pelayanan yang dirasakan, semakin tinggi kualitas pelayanan yang dihasilkan (Harjo et al., 2026).

Penelitian-penelitian pada sektor pariwisata Indonesia memperlihatkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepuasan, loyalitas, serta niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Hasil tersebut memperkuat pentingnya evaluasi kualitas pelayanan sebagai bagian dari upaya peningkatan daya saing destinasi wisata.

### **Model SERVQUAL**

Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan. Model ini mengasumsikan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Dimensi *tangibles* menggambarkan kondisi fasilitas fisik, kelengkapan peralatan, kebersihan lingkungan, dan penampilan personel. Pada perusahaan perjalanan wisata, bukti fisik meliputi kondisi kapal, ruang istirahat, peralatan *snorkeling*, perlengkapan keselamatan, serta penampilan profesional kru.

Dimensi *reliability* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai janji yang telah disampaikan kepada wisatawan. Dalam paket wisata, dimensi ini tercermin pada konsistensi pelaksanaan *itinerary*, ketepatan waktu keberangkatan, dan kemampuan perusahaan menjaga kualitas pelayanan meskipun terjadi perubahan kondisi lapangan.

Dimensi *responsiveness* berkaitan dengan kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan. Ketanggapan pemandu wisata ketika memberikan informasi, menangani keluhan, maupun membantu wisatawan selama aktivitas wisata merupakan indikator penting dalam dimensi ini.

Dimensi *assurance* menggambarkan kompetensi, profesionalisme, serta kemampuan petugas memberikan rasa aman kepada wisatawan. Pada wisata bahari, dimensi ini mencakup pengetahuan pemandu mengenai destinasi, kemampuan komunikasi, hingga penerapan prosedur keselamatan.

Dimensi *empathy* menunjukkan perhatian individual kepada setiap wisatawan melalui komunikasi interpersonal yang baik, kemampuan memahami kebutuhan wisatawan, dan pemberian pelayanan yang bersifat personal (Parasuraman et al., 1988). Konsep SERVQUAL juga digunakan dalam kajian pelayanan pariwisata yang dipublikasikan pada JAVOK sebagai kerangka untuk mengevaluasi kualitas pelayanan wisata.

### **Paket Wisata sebagai Produk Jasa**

Industri pariwisata merupakan suatu sistem yang terdiri atas berbagai jenis usaha yang saling terintegrasi dalam menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Keterkaitan antarpelaku usaha tersebut menjadi faktor penting dalam mendukung penyelenggaraan kegiatan pariwisata yang efektif, mulai dari penyediaan

akomodasi, transportasi, atraksi wisata, hingga layanan pendukung lainnya yang berorientasi pada kepuasan wisatawan (Sandrio et al., 2024).

Paket wisata merupakan produk jasa yang mengintegrasikan berbagai komponen perjalanan seperti transportasi, akomodasi, konsumsi, atraksi wisata, dan jasa pemanduan ke dalam satu kesatuan produk yang dipasarkan kepada wisatawan (Utama, 2014; Camilleri, 2019). Produk ini memiliki karakteristik bahwa seluruh aktivitas telah dirancang sebelumnya sehingga keberhasilan penyelenggaraannya sangat bergantung pada koordinasi antar unsur pelayanan. Dalam perspektif manajemen jasa, paket wisata termasuk kategori produk yang sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara penyedia layanan dengan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan tidak hanya diukur dari fasilitas yang tersedia, tetapi juga dari kemampuan perusahaan menciptakan pengalaman wisata yang aman, nyaman, dan berkesan.

### **PENELITIAN TERDAHULU**

Berbagai penelitian telah mengkaji kualitas pelayanan pada sektor pariwisata menggunakan model SERVQUAL. Penelitian yang dipublikasikan pada jurnal pariwisata terindeks SINTA menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness* dan *assurance* sering menjadi faktor dominan yang memengaruhi kepuasan wisatawan, sedangkan aspek *tangibles* umumnya berkaitan dengan kenyamanan fasilitas dan kelengkapan sarana wisata.

Penelitian lain mengenai pelayanan prima pada destinasi wisata menemukan bahwa pelayanan yang cepat, komunikasi yang efektif, dan perhatian terhadap kebutuhan wisatawan mampu meningkatkan pengalaman wisata secara signifikan. Namun demikian, beberapa penelitian masih berfokus pada pengukuran kepuasan menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum banyak menjelaskan proses implementasi pelayanan secara langsung di lapangan. Berdasarkan telaah tersebut, penelitian ini memiliki posisi yang berbeda karena menganalisis implementasi pelayanan prima secara mendalam melalui pendekatan deskriptif kualitatif pada operasional paket wisata *liveaboard* tiga hari dua malam di PT Suave Ramah Tamah Labuan Bajo. Analisis dilakukan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL yang diperkaya dengan aspek keselamatan (*safety*) sebagai karakteristik penting dalam penyelenggaraan wisata bahari.

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai penerapan pelayanan prima pada paket wisata 3 hari 2 malam di PT Suave Ramah Tamah Labuan Bajo. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengungkap fenomena sosial secara mendalam berdasarkan pengalaman, persepsi, serta interaksi para informan dalam konteks alamiah penelitian. Menurut Creswell dan Poth (2018), penelitian kualitatif bertujuan memahami makna suatu fenomena berdasarkan perspektif partisipan melalui proses eksplorasi yang sistematis. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang utuh mengenai implementasi pelayanan prima dalam operasional paket wisata.

Lokasi penelitian berada di PT Suave Ramah Tamah, Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Perusahaan ini dipilih karena merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang secara aktif menyelenggarakan paket wisata *liveaboard* 3 hari 2 malam menuju kawasan Taman Nasional Komodo. Kompleksitas aktivitas wisata yang melibatkan pelayanan pemandu, kru kapal, serta interaksi intensif dengan wisatawan menjadikan perusahaan ini relevan sebagai objek penelitian.

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam penyelenggaraan paket wisata (Sugiyono, 2019). Informan terdiri atas pemandu wisata, staf operasional, manajemen perusahaan, serta wisatawan yang mengikuti paket wisata 3 hari 2 malam. Pemilihan wisatawan dilakukan hingga mencapai kejenuhan data (*data saturation*), yaitu kondisi ketika informasi yang diperoleh mulai berulang dan tidak ditemukan tema baru yang signifikan (Guest, Namey, & Chen, 2020).

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara partisipatif selama pelaksanaan paket wisata untuk mengamati secara langsung penerapan pelayanan prima oleh pemandu wisata dan kru kapal. Fokus observasi meliputi kondisi fasilitas fisik, ketepatan pelaksanaan *itinerary*, respons terhadap kebutuhan wisatawan, penerapan prosedur keselamatan, serta interaksi pelayanan selama perjalanan. Observasi memungkinkan peneliti memperoleh data faktual mengenai perilaku pelayanan dalam situasi nyata (Creswell & Poth, 2018).

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur (*semi-structured interview*) agar peneliti memiliki fleksibilitas dalam menggali informasi yang lebih mendalam tanpa mengabaikan fokus penelitian (Kvale & Brinkmann, 2015). Pedoman wawancara disusun berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988), kemudian diperkaya dengan aspek keselamatan (*safety*) sebagai karakteristik penting dalam penyelenggaraan wisata bahari. Melalui teknik ini diperoleh informasi mengenai persepsi informan terhadap kualitas pelayanan, kendala operasional, serta strategi perusahaan dalam menjaga kepuasan wisatawan. Dokumentasi digunakan sebagai sumber data pendukung untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara. Dokumen yang dianalisis meliputi *itinerary* paket wisata, standar operasional prosedur (SOP), dokumentasi kegiatan wisata, foto fasilitas kapal, perlengkapan keselamatan, serta arsip evaluasi pelayanan perusahaan. Analisis dokumen berfungsi meningkatkan kedalaman interpretasi sekaligus mendukung proses triangulasi data (Bowen, 2009).

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pemandu wisata, manajemen, staf operasional, dan wisatawan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menurut Lincoln dan Guba (1985), penerapan triangulasi meningkatkan kredibilitas temuan penelitian karena memungkinkan proses verifikasi terhadap informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dan metode.

Analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan

kesimpulan serta verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, mengelompokkan, dan menyederhanakan informasi yang relevan berdasarkan fokus penelitian. Data selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian naratif yang disusun berdasarkan dimensi SERVQUAL sehingga memudahkan identifikasi pola dan hubungan antar kategori. Tahap terakhir dilakukan melalui penarikan kesimpulan secara bertahap yang terus diverifikasi selama proses penelitian hingga diperoleh interpretasi yang konsisten dengan data empiris. Kerangka analisis penelitian mengacu pada lima dimensi SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Mengingat penelitian dilakukan pada paket wisata liveaboard, analisis juga memasukkan aspek keselamatan (*safety*) sebagai dimensi pendukung karena keselamatan wisatawan merupakan unsur fundamental dalam penyelenggaraan wisata bahari. Integrasi keenam aspek tersebut memungkinkan evaluasi yang lebih komprehensif terhadap implementasi pelayanan prima di PT Suave Ramah Tamah Labuan Bajo.

## HASIL PENELITIAN

### *Tangibles* (Bukti Fisik)

Dimensi *Tangibles* menggambarkan kualitas pelayanan yang dapat diamati secara langsung melalui kondisi fasilitas fisik, kelengkapan peralatan, kebersihan lingkungan, serta penampilan personel yang memberikan pelayanan kepada wisatawan. Berdasarkan hasil observasi, PT Suave Ramah Tamah Labuan Bajo telah menyediakan berbagai fasilitas yang mendukung pelaksanaan paket wisata 3 hari 2 malam, antara lain kapal wisata yang layak operasi, kabin yang bersih dan nyaman, ruang makan, area bersantai (*sun deck*), perlengkapan *snorkeling, life jacket, life ring*, kotak P3K, serta perlengkapan keselamatan lainnya. Seluruh fasilitas tersebut berada dalam kondisi baik dan siap digunakan selama kegiatan wisata berlangsung.

Selain kondisi fasilitas, penampilan kru kapal dan pemandu wisata juga menunjukkan profesionalisme. Seluruh kru menggunakan seragam perusahaan, menjaga kebersihan area kapal, serta mempersiapkan seluruh fasilitas sebelum wisatawan naik ke kapal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memberikan perhatian terhadap aspek fisik sebagai bagian dari upaya menciptakan kenyamanan dan kepuasan wisatawan.

Temuan observasi tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan pemandu wisata yang menjelaskan bahwa seluruh fasilitas diperiksa sebelum keberangkatan.

"Sebelum tamu naik kapal kami selalu melakukan pengecekan seluruh fasilitas, mulai dari alat *snorkeling, life jacket*, hingga kebersihan kapal. Semua harus dipastikan dalam kondisi baik supaya tamu merasa nyaman dan aman selama perjalanan." (Guide PT Suave Ramah Tamah)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pihak manajemen yang menjelaskan bahwa perusahaan menerapkan pemeriksaan rutin terhadap fasilitas sebagai bagian dari standar operasional pelayanan.

"Kami melakukan pengecekan dan perawatan fasilitas secara berkala agar seluruh perlengkapan tetap layak digunakan. Kebersihan kapal juga menjadi perhatian utama karena menjadi kesan pertama bagi wisatawan." (Manajemen PT Suave Ramah Tamah)

Hasil wawancara dengan wisatawan juga menunjukkan bahwa kondisi fasilitas memberikan pengalaman yang positif selama mengikuti paket wisata.

"Menurut saya fasilitas yang disediakan sudah lengkap. Kapal nya bersih, kabin nya nyaman, alat *snorkeling* tersedia dengan baik, sehingga kami merasa nyaman selama perjalanan." (Wisatawan)



**Gambar 1. area makan/ bersantai**  
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026



**Gambar 2. Tampak depan kapal Lamborajo 02**  
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026



**Gambar 3. Life Jacket**  
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026



**Gambar 4. Koridor Cabin**  
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026



**Gambar 5. alat snorkeling**  
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026



**Gambar 6. Fins**  
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa PT Suave Ramah Tamah telah menerapkan dimensi *Tangibles* dengan baik melalui penyediaan fasilitas yang memadai, kebersihan lingkungan kapal, penampilan kru yang profesional, serta kesiapan perlengkapan wisata dan keselamatan. Kondisi tersebut memberikan kesan positif kepada wisatawan sekaligus mendukung terciptanya pengalaman wisata yang nyaman.

### **Reliability (Keandalan)**

Dimensi *Reliability* menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara konsisten, akurat, dan sesuai dengan janji yang telah disampaikan kepada wisatawan. Berdasarkan hasil observasi, PT Suave Ramah Tamah telah menerapkan dimensi keandalan melalui pelaksanaan *Standard Operating Procedure* (SOP), penyusunan *itinerary* yang jelas, pembagian tugas yang terstruktur antara pemandu wisata, kru kapal, dan manajemen, serta koordinasi yang dilakukan sebelum dan selama kegiatan wisata berlangsung. Sebelum keberangkatan, seluruh kru mengikuti *briefing* untuk memastikan kesiapan operasional, pembagian tanggung jawab, serta penyampaian informasi mengenai kondisi cuaca, rute pelayaran, dan kebutuhan wisatawan. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meminimalkan kesalahan pelayanan dan memastikan setiap wisatawan memperoleh pengalaman yang sesuai dengan paket wisata yang telah ditawarkan.

Hasil wawancara dengan pemandu wisata menunjukkan bahwa konsistensi pelayanan menjadi salah satu prioritas perusahaan.

"Sebelum keberangkatan kami selalu melakukan *briefing* dengan seluruh kru. Setiap orang sudah mengetahui tugas masing-masing sehingga pelayanan selama perjalanan bisa berjalan sesuai rencana." (*Guide* PT Suave Ramah Tamah)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh manajemen perusahaan yang menjelaskan bahwa setiap kegiatan operasional mengacu pada SOP yang telah ditetapkan.

"Kami memiliki standar operasional yang menjadi pedoman seluruh kru. Dengan adanya SOP, setiap pelayanan dilakukan secara konsisten sehingga wisatawan memperoleh pengalaman yang sama pada setiap keberangkatan." (Manajemen PT Suave Ramah Tamah)

Wisatawan juga memberikan penilaian positif terhadap pelaksanaan paket wisata yang dinilai sesuai dengan informasi yang diterima sebelum keberangkatan.

"Selama mengikuti paket wisata, kegiatan yang dijanjikan hampir semuanya terlaksana sesuai jadwal. Walaupun ada perubahan, *guide* selalu memberikan penjelasan sehingga kami memahami alasannya." (Wisatawan)

Berdasarkan hasil observasi, perubahan jadwal hanya dilakukan ketika kondisi cuaca tidak memungkinkan untuk mengunjungi destinasi tertentu. Dalam kondisi tersebut, pemandu wisata segera berkoordinasi dengan nahkoda dan kru kapal untuk menentukan alternatif rute yang lebih aman tanpa mengurangi kualitas pengalaman wisatawan.

Seluruh perubahan disampaikan kepada wisatawan secara terbuka sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman. Temuan tersebut menunjukkan bahwa PT Suave Ramah Tamah mampu mempertahankan konsistensi pelayanan melalui penerapan SOP, koordinasi antar kru, serta kemampuan beradaptasi terhadap kondisi operasional di lapangan. Keandalan pelayanan tidak hanya ditunjukkan melalui pelaksanaan *itinerary*, tetapi juga melalui kemampuan perusahaan menjaga kualitas pelayanan ketika menghadapi situasi yang tidak dapat diprediksi.

### **Responsiveness (Daya Tanggap)**

Dimensi *Responsiveness* menggambarkan kesediaan dan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara cepat, tepat, serta responsif terhadap kebutuhan dan keluhan wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian, PT Suave Ramah Tamah telah menerapkan dimensi ini melalui kesiapsiagaan pemandu wisata dan kru kapal dalam membantu wisatawan selama seluruh rangkaian paket wisata 3 hari 2 malam berlangsung. Ketanggapan tersebut terlihat sejak proses keberangkatan, pelaksanaan aktivitas wisata, hingga perjalanan kembali ke Labuan Bajo.

Hasil observasi menunjukkan bahwa pemandu wisata secara aktif memberikan informasi mengenai jadwal kegiatan, membantu wisatawan menggunakan perlengkapan *snorkeling*, mengarahkan wisatawan saat *trekking*, serta segera memberikan bantuan ketika wisatawan mengalami kesulitan. Selain itu, kru kapal juga sigap memenuhi kebutuhan wisatawan, seperti membantu membawa barang bawaan, menyediakan makanan dan minuman sesuai jadwal, serta merespons permintaan wisatawan selama berada di atas kapal. Berdasarkan hasil wawancara, pemandu wisata menjelaskan bahwa pelayanan yang cepat merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada wisatawan.

"Kalau ada tamu yang membutuhkan bantuan, kami langsung merespons. Misalnya saat *snorkeling* ada tamu yang kesulitan menggunakan alat, kami segera membantu supaya mereka tetap merasa nyaman dan aman." (Guide PT Suave Ramah Tamah)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh kru kapal yang menjelaskan bahwa koordinasi antarpersonel menjadi faktor penting dalam memberikan pelayanan yang cepat.

"Kami selalu saling berkomunikasi. Kalau *guide* sedang mendampingi tamu di luar kapal, kru yang lain akan membantu menyiapkan kebutuhan tamu di kapal sehingga pelayanan tetap berjalan." (Kru Kapal)

Sementara itu, wisatawan mengungkapkan bahwa pelayanan yang diberikan selama perjalanan dinilai cepat dan memuaskan.

"Setiap kali kami membutuhkan bantuan, *guide* dan kru langsung datang membantu. Mereka juga cepat memberikan informasi jika ada perubahan jadwal atau kegiatan." (Wisatawan)

Observasi juga menunjukkan bahwa ketika terjadi perubahan cuaca yang menyebabkan penyesuaian rute perjalanan, pemandu wisata segera memberikan penjelasan kepada seluruh wisatawan mengenai alasan perubahan tersebut. Komunikasi dilakukan secara terbuka sehingga wisatawan memahami kondisi yang terjadi dan tetap merasa nyaman

selama perjalanan berlangsung. Selain merespons kebutuhan operasional, ketanggapan juga terlihat ketika terdapat wisatawan yang mengalami kelelahan selama kegiatan *trekking*. Pemandu wisata segera memberikan waktu istirahat, menyediakan air minum, serta memastikan kondisi wisatawan sebelum melanjutkan perjalanan. Tindakan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan tidak hanya berorientasi pada penyelesaian kegiatan wisata, tetapi juga memperhatikan kondisi wisatawan secara langsung. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa dimensi *Responsiveness* telah diterapkan dengan baik melalui kecepatan pelayanan, kesiapan kru dalam membantu wisatawan, komunikasi yang efektif, serta kemampuan memberikan solusi terhadap berbagai kebutuhan wisatawan selama mengikuti paket wisata.

### **Assurance (Jaminan)**

Dimensi Assurance berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan rasa aman, kepercayaan, dan keyakinan kepada wisatawan melalui kompetensi, pengetahuan, sikap profesional, serta etika pelayanan yang dimiliki oleh seluruh personel. Berdasarkan hasil penelitian, PT Suave Ramah Tamah telah menerapkan dimensi Assurance melalui pemberian informasi yang jelas kepada wisatawan, pelaksanaan *safety briefing* sebelum kegiatan wisata, pendampingan selama aktivitas wisata berlangsung, serta penerapan standar operasional keselamatan yang konsisten.

Berdasarkan hasil observasi, sebelum kapal berangkat seluruh wisatawan mengikuti *briefing* yang dipandu oleh *tour guide*. Pada kegiatan tersebut, wisatawan memperoleh informasi mengenai jadwal perjalanan, destinasi yang akan dikunjungi, tata tertib selama berada di kapal, prosedur penggunaan perlengkapan keselamatan, serta langkah-langkah yang harus dilakukan apabila terjadi keadaan darurat. Selain itu, *tour guide* juga memperkenalkan kru kapal beserta tugas masing-masing sehingga wisatawan mengetahui kepada siapa mereka dapat meminta bantuan selama perjalanan. Selama kegiatan wisata berlangsung, peneliti juga mengamati bahwa *tour guide* secara aktif mengawasi aktivitas wisatawan, khususnya ketika melakukan *snorkeling*, *trekking*, maupun kegiatan lainnya. Pengawasan dilakukan untuk memastikan setiap wisatawan mengikuti prosedur keselamatan yang telah dijelaskan sebelumnya. Hasil wawancara dengan *tour guide* menunjukkan bahwa keselamatan wisatawan merupakan prioritas utama dalam setiap perjalanan wisata.

"Sebelum kegiatan dimulai kami selalu memberikan *briefing* mengenai aturan selama perjalanan, penggunaan *life jacket*, serta hal-hal yang harus diperhatikan ketika *snorkeling*. Tujuannya agar wisatawan merasa aman dan memahami prosedur keselamatan." (Guide PT Suave Ramah Tamah)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pihak manajemen yang menjelaskan bahwa seluruh kru telah dibekali pengetahuan mengenai pelayanan dan keselamatan wisatawan.

"Kami memastikan setiap *guide* dan kru memahami SOP pelayanan maupun prosedur keselamatan sehingga mampu memberikan rasa aman kepada wisatawan selama mengikuti paket wisata." (Manajemen PT Suave Ramah Tamah)

Sementara itu, wisatawan mengungkapkan bahwa pelayanan yang diberikan membuat mereka merasa aman selama perjalanan wisata.

"*Guide* sangat profesional. Semua informasi dijelaskan dengan baik sebelum kegiatan dimulai sehingga kami merasa lebih tenang selama mengikuti aktivitas wisata." (Wisatawan)

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa apabila terdapat wisatawan yang belum memahami prosedur penggunaan perlengkapan keselamatan, *tour guide* memberikan penjelasan kembali secara langsung hingga wisatawan benar-benar memahami. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga memastikan wisatawan mampu menerapkan prosedur keselamatan dengan benar. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa PT Suave Ramah Tamah telah menerapkan dimensi Assurance melalui kompetensi sumber daya manusia, komunikasi yang jelas, penerapan SOP keselamatan, serta sikap profesional seluruh kru dalam memberikan pelayanan. Implementasi tersebut mampu membangun rasa aman, kepercayaan, dan keyakinan wisatawan terhadap kualitas pelayanan perusahaan.

### **Empathy (Empati)**

Dimensi *Empathy* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian secara personal kepada wisatawan melalui komunikasi yang baik, kepedulian terhadap kebutuhan individu, serta pelayanan yang berorientasi pada kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian, PT Suave Ramah Tamah telah menerapkan dimensi *Empathy* melalui sikap ramah, komunikasi yang terbuka, serta perhatian *tour guide* dan kru kapal terhadap kebutuhan setiap wisatawan selama mengikuti paket wisata 3 hari 2 malam.

Berdasarkan hasil observasi, *tour guide* tidak hanya berperan sebagai pendamping perjalanan, tetapi juga membangun hubungan yang komunikatif dengan wisatawan. Selama kegiatan wisata berlangsung, *tour guide* aktif memberikan informasi mengenai destinasi wisata, menjawab pertanyaan wisatawan, serta memastikan setiap peserta memperoleh pelayanan yang sama tanpa membedakan latar belakang, usia, maupun kewarganegaraan. Selain itu, *tour guide* juga memberikan perhatian kepada wisatawan yang mengalami kelelahan selama kegiatan *trekking* maupun *snorkeling* dengan memberikan waktu istirahat dan memastikan kondisi fisik wisatawan tetap baik sebelum melanjutkan aktivitas. Hasil wawancara dengan *tour guide* menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan selalu berorientasi pada kebutuhan wisatawan.

"Kami berusaha memahami kebutuhan setiap tamu karena setiap wisatawan memiliki karakter yang berbeda. Ada yang membutuhkan penjelasan lebih rinci, ada juga yang memerlukan pendampingan lebih saat melakukan aktivitas di laut. Kami berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka." (Guide PT Suave Ramah Tamah)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pihak manajemen yang menjelaskan bahwa perusahaan menekankan pentingnya sikap ramah dan komunikasi yang baik sebagai bagian dari standar pelayanan.

"Kami selalu mengingatkan seluruh kru agar melayani wisatawan dengan sopan, ramah, dan menghargai setiap tamu. Keramahtamahan merupakan bagian penting dari pelayanan yang kami berikan." (Manajemen PT Suave Ramah Tamah)

Sementara itu, wisatawan mengungkapkan bahwa perhatian yang diberikan oleh *tour guide* dan kru kapal membuat mereka merasa nyaman selama perjalanan.

"*Guide* dan kru sangat ramah. Mereka sering menanyakan apakah kami membutuhkan bantuan atau ada kendala selama perjalanan. Kami merasa benar-benar diperhatikan." (Wisatawan)

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa *tour guide* memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk menyampaikan saran maupun keluhan selama kegiatan berlangsung. Setiap masukan diterima dengan sikap terbuka dan direspons secara positif sehingga wisatawan merasa dihargai sebagai pelanggan. Interaksi yang terjalin antara wisatawan dengan kru kapal berlangsung secara akrab namun tetap profesional, sehingga menciptakan suasana perjalanan yang nyaman dan menyenangkan. Selain memperhatikan kebutuhan umum wisatawan, *tour guide* juga memberikan perhatian khusus kepada wisatawan yang baru pertama kali mengikuti wisata bahari. Mereka diberikan penjelasan yang lebih rinci mengenai prosedur kegiatan, penggunaan perlengkapan *snorkeling*, serta kondisi destinasi yang akan dikunjungi. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan tidak bersifat seragam, melainkan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing wisatawan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dimensi *Empathy* telah diterapkan dengan baik melalui perhatian personal, komunikasi yang efektif, keramahan dalam pelayanan, serta kemampuan memahami kebutuhan setiap wisatawan. Implementasi tersebut memberikan pengalaman wisata yang lebih nyaman sekaligus memperkuat hubungan antara wisatawan dengan perusahaan.

### **Safety (Keselamatan) sebagai Temuan Tambahan**

Meskipun aspek *Safety* (Keselamatan) bukan merupakan salah satu dimensi utama dalam model SERVQUAL, hasil penelitian menunjukkan bahwa keselamatan menjadi aspek yang sangat dominan dalam penyelenggaraan paket wisata 3 hari 2 malam di PT Suave Ramah Tamah Labuan Bajo. Karakteristik wisata bahari yang memiliki tingkat risiko lebih tinggi dibandingkan wisata darat menyebabkan perusahaan menempatkan keselamatan sebagai prioritas utama dalam setiap tahapan pelayanan.

Berdasarkan hasil observasi, penerapan aspek keselamatan telah dilakukan sejak sebelum keberangkatan hingga kegiatan wisata selesai. Sebelum kapal berangkat, seluruh wisatawan diwajibkan mengikuti *safety briefing* yang dipandu oleh *tour guide*. Pada kegiatan tersebut dijelaskan prosedur keselamatan, lokasi *penyimpanan life jacket*, penggunaan alat keselamatan, jalur evakuasi, titik kumpul darurat (*assembly point*), serta tata cara menghadapi kondisi darurat selama pelayaran. Selain itu, peneliti juga mengamati bahwa seluruh perlengkapan keselamatan seperti *life jacket*, *life ring*, alat komunikasi, kotak P3K, dan perlengkapan pendukung lainnya tersedia dalam kondisi baik dan dilakukan pemeriksaan sebelum digunakan. Selama kegiatan *snorkeling* maupun

*trekking, tour guide* dan kru kapal secara aktif melakukan pengawasan terhadap aktivitas wisatawan guna meminimalkan potensi kecelakaan. Hasil wawancara dengan *tour guide* menunjukkan bahwa keselamatan merupakan prinsip utama dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan.

"Keselamatan wisatawan adalah prioritas kami. Sebelum kegiatan dimulai kami selalu memberikan *briefing*, memeriksa seluruh peralatan keselamatan, dan memastikan setiap wisatawan memahami prosedur yang harus dilakukan selama kegiatan berlangsung." (Guide PT Suave Ramah Tamah)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pihak manajemen yang menjelaskan bahwa perusahaan telah menerapkan standar operasional keselamatan pada setiap perjalanan wisata.

"Kami memiliki SOP keselamatan yang harus dipatuhi seluruh kru. Jika kondisi cuaca tidak memungkinkan, jadwal perjalanan akan disesuaikan demi menjaga keselamatan wisatawan." (Manajemen PT Suave Ramah Tamah)

Sementara itu, wisatawan menyampaikan bahwa penerapan prosedur keselamatan memberikan rasa aman selama mengikuti paket wisata.

"Sebelum berangkat kami diberikan penjelasan mengenai prosedur keselamatan sehingga kami mengetahui apa yang harus dilakukan apabila terjadi keadaan darurat. Hal tersebut membuat kami merasa lebih tenang selama perjalanan." (Wisatawan)

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa ketika kondisi cuaca mengalami perubahan, nahkoda, *tour guide*, dan kru kapal segera melakukan koordinasi untuk menentukan rute perjalanan yang lebih aman. Informasi mengenai perubahan tersebut disampaikan kepada wisatawan secara jelas sehingga mereka memahami alasan perubahan jadwal maupun destinasi wisata yang dikunjungi. Selain kesiapan fasilitas dan prosedur keselamatan, kompetensi *tour guide* dalam mendampingi wisatawan selama kegiatan wisata juga menjadi bagian penting dari implementasi aspek keselamatan. *Tour guide* tidak hanya memberikan arahan sebelum kegiatan dimulai, tetapi juga terus melakukan pengawasan selama wisatawan melakukan aktivitas di laut. Pendampingan tersebut bertujuan untuk memastikan setiap wisatawan tetap berada dalam kondisi aman serta memperoleh bantuan apabila mengalami kesulitan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa aspek *Safety* telah diterapkan secara komprehensif melalui penyediaan perlengkapan keselamatan, penerapan SOP, pelaksanaan *safety briefing*, pengawasan aktivitas wisatawan, serta kemampuan kru dalam mengambil keputusan yang berorientasi pada keselamatan. Temuan ini menunjukkan bahwa keselamatan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari implementasi pelayanan prima pada wisata bahari.

## Diskusi

### Penerapan pelayanan Prima Berdasarkan Dimensi SERVQUAL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pelayanan prima pada paket wisata 3 hari 2 malam di PT Suave Ramah Tamah Labuan Bajo secara umum telah memenuhi prinsip-prinsip kualitas pelayanan berdasarkan model SERVQUAL, yang meliputi dimensi *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance*, dan *Empathy*. Selain itu, penelitian ini

juga menemukan bahwa aspek Safety (keselamatan) menjadi faktor pendukung yang sangat penting dalam penyelenggaraan wisata bahari. Seluruh dimensi tersebut saling berkaitan dan membentuk sistem pelayanan yang berorientasi pada kenyamanan, keamanan, serta kepuasan wisatawan.

Pada dimensi *Tangibles*, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan telah menyediakan fasilitas fisik yang memadai berupa kapal wisata yang bersih dan layak operasi, kabin yang nyaman, perlengkapan *snorkeling*, alat keselamatan, serta penampilan kru yang rapi dan profesional. Ketersediaan fasilitas tersebut memberikan kesan pertama yang positif kepada wisatawan dan meningkatkan kepercayaan terhadap kualitas pelayanan perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa bukti fisik tidak hanya berfungsi sebagai sarana operasional, tetapi juga menjadi representasi profesionalisme perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Temuan tersebut sejalan dengan konsep SERVQUAL yang menyatakan bahwa fasilitas fisik, perlengkapan, dan penampilan personel merupakan indikator awal yang digunakan pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan.

Selanjutnya, dimensi *Reliability* menunjukkan bahwa PT Suave Ramah Tamah mampu memberikan pelayanan secara konsisten melalui penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP), pelaksanaan *briefing* sebelum keberangkatan, serta pembagian tugas yang jelas antara *tour guide*, kru kapal, dan manajemen. Meskipun perubahan jadwal perjalanan terkadang terjadi akibat kondisi cuaca, perusahaan tetap mampu menjaga kualitas pelayanan melalui komunikasi yang terbuka kepada wisatawan serta penyesuaian *itinerary* yang mengutamakan keselamatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa keandalan pelayanan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjalankan seluruh agenda perjalanan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kualitas pelayanan ketika menghadapi kondisi operasional yang berubah.

Implementasi dimensi *Responsiveness* terlihat dari kesiapan *tour guide* dan kru kapal dalam memberikan bantuan secara cepat terhadap kebutuhan maupun keluhan wisatawan. Ketanggapan pelayanan ditunjukkan melalui pendampingan selama kegiatan *snorkeling*, bantuan kepada wisatawan yang mengalami kesulitan, serta penyampaian informasi secara cepat ketika terjadi perubahan kondisi perjalanan. Kecepatan respons tersebut memberikan rasa nyaman kepada wisatawan karena setiap kebutuhan dapat segera ditangani tanpa mengurangi kualitas pelayanan. Temuan ini menunjukkan bahwa koordinasi internal yang baik menjadi faktor penting dalam menciptakan pelayanan yang responsif dan berorientasi pada kepuasan wisatawan.

Pada dimensi Assurance, hasil penelitian memperlihatkan bahwa perusahaan mampu membangun rasa percaya wisatawan melalui kompetensi *tour guide*, penerapan prosedur keselamatan, komunikasi yang jelas, serta pendampingan selama kegiatan wisata berlangsung. Pelaksanaan *safety briefing* sebelum keberangkatan dan pengawasan terhadap aktivitas wisatawan memberikan keyakinan bahwa seluruh kegiatan wisata dilaksanakan sesuai standar keselamatan yang berlaku. Kompetensi sumber daya manusia dalam memberikan informasi yang akurat dan mudah dipahami turut memperkuat persepsi wisatawan terhadap profesionalisme perusahaan.

Sementara itu, dimensi *Empathy* menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan PT Suave Ramah Tamah tidak hanya berorientasi pada penyelesaian aktivitas wisata, tetapi juga pada pemenuhan kebutuhan individual wisatawan. Sikap ramah, komunikasi yang terbuka, perhatian terhadap kondisi wisatawan, serta kesediaan mendengarkan kebutuhan maupun keluhan wisatawan menciptakan hubungan yang lebih personal antara penyedia jasa dan pelanggan. Pelayanan yang bersifat individual tersebut memberikan pengalaman wisata yang lebih berkesan serta meningkatkan kenyamanan wisatawan selama mengikuti paket wisata.

Selain lima dimensi SERVQUAL, penelitian ini mengidentifikasi bahwa aspek *Safety* merupakan temuan penting yang memperkuat implementasi pelayanan prima pada wisata bahari. Keselamatan diterapkan melalui pemeriksaan rutin perlengkapan keselamatan, pelaksanaan *safety briefing*, pengawasan aktivitas wisatawan, serta pengambilan keputusan operasional berdasarkan kondisi cuaca dan keamanan pelayaran. Temuan ini menunjukkan bahwa pada industri wisata bahari, keselamatan tidak dapat dipisahkan dari kualitas pelayanan karena secara langsung memengaruhi rasa aman dan kepercayaan wisatawan terhadap penyedia jasa.

Apabila dianalisis secara menyeluruh, kelima dimensi SERVQUAL memiliki hubungan yang saling melengkapi dalam membentuk pelayanan prima. Dimensi *Tangibles* menyediakan bukti fisik yang mendukung kenyamanan wisatawan, *Reliability* menjamin konsistensi pelayanan, *Responsiveness* memastikan pelayanan diberikan secara cepat dan tepat, *Assurance* membangun kepercayaan melalui kompetensi dan profesionalisme sumber daya manusia, sedangkan *Empathy* memperkuat kualitas interaksi antara penyedia jasa dan wisatawan. Integrasi seluruh dimensi tersebut diperkuat oleh penerapan aspek keselamatan sebagai bagian dari budaya pelayanan perusahaan, sehingga menghasilkan pengalaman wisata yang aman, nyaman, dan memuaskan.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala dalam penerapan pelayanan prima. Kendala utama yang dihadapi perusahaan adalah keterbatasan kemampuan bahasa asing yang dimiliki sebagian kru kapal sehingga komunikasi dengan wisatawan mancanegara belum sepenuhnya optimal. Selain itu, faktor cuaca yang berubah-ubah menjadi tantangan operasional yang memengaruhi pelaksanaan *itinerary*. Namun, perusahaan mampu meminimalkan dampak kedua kendala tersebut melalui koordinasi yang baik, komunikasi yang terbuka kepada wisatawan, serta penyesuaian jadwal perjalanan yang tetap mengutamakan aspek keselamatan.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa implementasi pelayanan prima pada paket wisata 3 hari 2 malam di PT Suave Ramah Tamah telah berjalan secara efektif melalui penerapan seluruh dimensi SERVQUAL yang saling terintegrasi. Keberhasilan pelayanan tidak hanya ditentukan oleh kualitas fasilitas fisik, tetapi juga dipengaruhi oleh kompetensi sumber daya manusia, efektivitas koordinasi operasional, komunikasi pelayanan, dan budaya keselamatan yang diterapkan perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi bahasa asing bagi kru, pelatihan pelayanan prima dan keselamatan secara berkelanjutan, serta evaluasi rutin terhadap SOP menjadi langkah strategis untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan di tengah meningkatnya persaingan industri pariwisata Labuan Bajo.

#### **Kendala atau Permasalahan dalam Penerapan Pelayanan Prima**

Selain menunjukkan bahwa implementasi pelayanan prima di PT Suave Ramah Tamah telah berjalan dengan baik, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kendala yang dihadapi perusahaan dalam penyelenggaraan paket wisata 3 hari 2 malam. Kendala tersebut berasal dari faktor internal maupun faktor eksternal yang berpotensi memengaruhi kualitas pelayanan kepada wisatawan.

Kendala internal yang ditemukan adalah keterbatasan kemampuan bahasa asing yang dimiliki oleh sebagian kru kapal. Meskipun *tour guide* telah mampu berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara, beberapa kru masih mengalami kesulitan dalam menyampaikan informasi secara langsung kepada wisatawan asing. Kondisi tersebut menyebabkan komunikasi belum sepenuhnya efektif, terutama ketika wisatawan membutuhkan bantuan secara spontan pada saat *tour guide* sedang mendampingi peserta lain. Berdasarkan hasil wawancara, situasi tersebut umumnya dapat diatasi melalui koordinasi dengan *tour guide* yang berperan sebagai penghubung komunikasi antara kru dan wisatawan. Namun demikian, keterbatasan kompetensi bahasa asing tetap menjadi tantangan yang perlu mendapat perhatian karena dapat memengaruhi kecepatan pelayanan serta kualitas interaksi antara penyedia jasa dan wisatawan.

Selain faktor komunikasi, penelitian ini juga menemukan bahwa kondisi cuaca yang berubah-ubah merupakan kendala eksternal yang paling sering memengaruhi pelaksanaan paket wisata. Sebagai destinasi wisata bahari, kegiatan wisata di Labuan Bajo sangat dipengaruhi oleh kondisi angin, gelombang laut, arus, dan curah hujan. Perubahan cuaca dapat menyebabkan penyesuaian jadwal perjalanan, perubahan rute pelayaran, maupun pembatalan sementara beberapa aktivitas wisata, terutama *snorkeling* dan kunjungan ke destinasi tertentu. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan selalu mengutamakan keselamatan wisatawan dalam setiap pengambilan keputusan operasional. Setiap perubahan *itinerary* disampaikan secara terbuka kepada wisatawan disertai penjelasan mengenai alasan perubahan tersebut sehingga wisatawan tetap dapat memahami kondisi yang terjadi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kedua kendala tersebut memiliki keterkaitan dengan implementasi dimensi SERVQUAL. Keterbatasan kemampuan bahasa asing berpotensi memengaruhi efektivitas dimensi *Responsiveness*, karena komunikasi yang kurang optimal dapat memperlambat proses pemberian bantuan kepada wisatawan. Selain itu, kondisi tersebut juga dapat memengaruhi dimensi *Assurance*, mengingat kemampuan menyampaikan informasi secara jelas merupakan bagian penting dalam membangun rasa percaya dan keyakinan wisatawan terhadap pelayanan yang diberikan. Di sisi lain, kemampuan memahami kebutuhan wisatawan dari berbagai latar belakang budaya juga berkaitan erat dengan dimensi *Empathy*, sehingga peningkatan kompetensi komunikasi lintas budaya menjadi kebutuhan yang penting bagi seluruh kru.

Sementara itu, faktor cuaca menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada industri wisata bahari tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan internal perusahaan, tetapi juga oleh faktor lingkungan yang berada di luar kendali penyedia jasa. Dalam situasi tersebut, dimensi *Reliability* tidak hanya diukur dari kemampuan perusahaan menjalankan seluruh jadwal perjalanan sesuai rencana, tetapi juga dari kemampuan melakukan penyesuaian

operasional secara cepat tanpa mengurangi kualitas pelayanan. Keputusan perusahaan untuk mengubah rute pelayaran atau jadwal kunjungan demi menjaga keselamatan wisatawan justru mencerminkan penerapan pelayanan yang profesional dan bertanggung jawab. Dengan demikian, fleksibilitas operasional merupakan bagian penting dari implementasi pelayanan prima pada wisata bahari.

Berdasarkan hasil penelitian, kendala yang dihadapi PT Suave Ramah Tamah belum memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan karena perusahaan mampu melakukan langkah-langkah mitigasi melalui koordinasi internal yang baik, komunikasi yang terbuka, serta pengambilan keputusan yang berorientasi pada keselamatan. Namun demikian, perusahaan tetap perlu melakukan upaya perbaikan secara berkelanjutan, terutama melalui peningkatan kemampuan bahasa asing bagi kru kapal, pelatihan komunikasi pelayanan (*service communication*), serta evaluasi berkala terhadap SOP operasional dan keselamatan. Langkah tersebut diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pelayanan sekaligus memperkuat daya saing perusahaan dalam menghadapi meningkatnya jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Labuan Bajo.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan pelayanan prima pada paket wisata 3 hari 2 malam di PT Suave Ramah Tamah Labuan Bajo berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum perusahaan telah mengimplementasikan pelayanan prima dengan baik melalui penyediaan fasilitas yang memadai, penerapan standar operasional pelayanan yang konsisten, kemampuan merespons kebutuhan wisatawan secara cepat, pemberian jaminan keamanan dan kenyamanan selama perjalanan, serta pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan individual wisatawan.

Pada dimensi *Tangibles*, perusahaan telah menyediakan fasilitas wisata yang bersih, nyaman, dan layak digunakan, didukung oleh penampilan kru yang profesional sehingga memberikan kesan positif kepada wisatawan. Dimensi *Reliability* tercermin melalui pelaksanaan *Standard Operating Procedure* (SOP), koordinasi antarkru, serta kemampuan perusahaan melaksanakan paket wisata sesuai *itinerary* dengan tetap mengutamakan keselamatan apabila terjadi perubahan kondisi cuaca.

Dimensi *Responsiveness* ditunjukkan melalui kesiapan *tour guide* dan kru kapal dalam membantu wisatawan, memberikan informasi secara cepat, serta menangani berbagai kebutuhan maupun kendala selama perjalanan wisata. Selanjutnya, dimensi *Assurance* diwujudkan melalui kompetensi sumber daya manusia, pelaksanaan *safety briefing*, pendampingan selama kegiatan wisata, dan kemampuan memberikan rasa aman kepada wisatawan. Sementara itu, dimensi *Empathy* tercermin dari perhatian personal, komunikasi yang baik, serta sikap ramah yang ditunjukkan kepada setiap wisatawan tanpa membedakan latar belakang maupun karakteristik pelanggan.

Selain lima dimensi SERVQUAL, penelitian ini juga menemukan bahwa aspek *Safety* (Keselamatan) merupakan faktor pendukung yang sangat penting dalam penyelenggaraan wisata bahari. Meskipun bukan merupakan dimensi utama dalam model SERVQUAL, penerapan budaya keselamatan melalui penyediaan perlengkapan

keselamatan, penerapan SOP, pengawasan aktivitas wisatawan, dan pengambilan keputusan yang mengutamakan keselamatan terbukti memperkuat kualitas pelayanan secara keseluruhan. Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kendala dalam penerapan pelayanan prima, yaitu keterbatasan kemampuan bahasa asing sebagian kru kapal serta faktor cuaca yang tidak menentu. Namun demikian, perusahaan mampu meminimalkan dampak kendala tersebut melalui koordinasi yang baik, komunikasi yang efektif, serta penyesuaian operasional yang tetap mengutamakan keselamatan dan kenyamanan wisatawan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi pelayanan prima di PT Suave Ramah Tamah tidak hanya ditentukan oleh kualitas fasilitas fisik, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia, efektivitas koordinasi operasional, komunikasi pelayanan, dan budaya keselamatan yang diterapkan perusahaan. Integrasi seluruh aspek tersebut berkontribusi dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif sekaligus memperkuat kepuasan dan kepercayaan wisatawan terhadap perusahaan.

#### Implikasi Penelitian

Hasil penelitian memberikan implikasi teoretis bahwa penerapan model SERVQUAL masih relevan digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan pada industri pariwisata, khususnya wisata bahari. Namun demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa aspek *Safety* memiliki peran yang sangat penting sehingga dapat dipertimbangkan sebagai faktor pendukung dalam analisis kualitas pelayanan pada kegiatan wisata yang memiliki tingkat risiko tinggi. Secara praktis, hasil penelitian memberikan masukan kepada PT Suave Ramah Tamah agar mempertahankan kualitas pelayanan yang telah diterapkan melalui peningkatan kompetensi sumber daya manusia, khususnya kemampuan komunikasi dalam bahasa asing, pelaksanaan pelatihan pelayanan prima secara berkelanjutan, evaluasi berkala terhadap SOP pelayanan dan keselamatan, serta pemeliharaan fasilitas wisata agar tetap sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Kristoforus Toni Harjo, Arif Mujiono, Hersanius Kurnia Peong, & Laurensius Sandrio. (2026). Peran manajemen sumber daya manusia dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik di PLN ULP Sungai Jawi Pontianak. *Journal of Science Education and Management Business*, 5(1), 275–284. <https://rcf-indonesia.org/home/index.php/JOSEAMB/article/view/977>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Sandrio, L., Jangku, W. S., Budiman, A. A., Yuliani, P., & Seran, M. Y. (2024). Strategi pemasaran Agrowisata Ngalor Kalo Lembor. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(2), 9455–9463. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian (Edisi terbaru)*. Andi.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm (7th ed.)*. McGraw-Hill Education.