Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (3) 2025, Page 15324-15331

Pengaruh Kualitas Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Solo Safari

Tamarin Lintang Arafah[1], Emmelia Nadira Satiti[2], Bartolomeus Herawan Mintardjo[3]
[1,2,3]Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta
Corresponding Author: Tamarin Lintang Arafah, e-mail: tamarinarfh@gmail.com

Published: Desember, 2025

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan pelanggan terhadap kepuasan pengunjung Solo Safari. Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sampel acak sepuluh pengunjung Solo Safari dipilih dan dianalisis menggunakan teknik triangulasi data. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas layanan pelanggan, termasuk bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, merupakan kualitas layanan yang utama, terbukti dari kepuasan pengunjung yang telah mengunjungi Solo Safari berkali-kali. Hasil pembahasan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Solo Safari. Kepuasan ini tidak hanya berasal dari fasilitas yang tersedia, tetapi juga dari interaksi langsung antara pengunjung dan staf layanan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Layanan Pelanggan, Kepuasan Pengunjung.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of customer service quality on visitor satisfaction at Solo Safari. This study employed descriptive qualitative techniques. Data collection included observation, interviews, and documentation. A random sample of ten Solo Safari visitors was selected and analyzed using data triangulation techniques. The data obtained indicated that customer service quality, including tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, is a key service quality, as evidenced by the satisfaction of visitors who have visited Solo Safari multiple times. The results of this discussion indicate that customer service quality significantly influences visitor satisfaction at Solo Safari. This satisfaction stems not only from the facilities available, but also from the direct interaction between visitors and customer service staff.

Keywords: Service Quality, Customer Service, Visitor Satisfaction.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Solo menjadi salah satu kota yang melakukan banyak pembaruan di bidang pariwisata. Pemerintah Kota Surakarta banyak melakukan pembangunan dan merevitalisasi di 16 titik prioritas. Mayoritas dari tempat yang akan di revitalisasi adalah objek wisata terkenal di kota Surakarta diantaranya Taman Balekambang, Pura Mangkunegaran, dan Taman Satwa Taru Jurug. Pada tahun 2023 beberapa tempat wisata telah menyelesaikan pembangunannya dan resmi dibuka, salah satunya adalah Taman Satwa Taru Jurug yang hadir dengan nama baru yaitu Solo Safari (Aadila & Budi Santoso, 2024).

Konsep Solo Safari terinspirasi dari keberhasilan taman safari di berbagai wilayah Indonesia seperti Taman Safari Indonesia di Cisarua dan Bali Safari dengan menggabungkan konsep konservasi, edukasi dan hiburan dalam satu lokasi. Solo Safari resmi dibuka pada Januari 2023 dan langsung menjadi perhatian

masyarakat, baik dari dalam maupun luar Kota Surakarta. Solo Safari tidak hanya menampilkan koleksi satwa yang beragam, tetapi juga menghadirkan berbagai fasilitas pendukung seperti animal feeding, pertunjukan edukasi, area bermain anak, serta layanan foodcourt dan kafe. Namun demikian, tingginya jumlah kunjungan tidak serta-merta menjamin tingkat kepuasan pengunjung akan selalu tinggi. Sektor pariwisata, kualitas layanan, terutama layanan customer service, menjadi komponen penting yang secara langsung memengaruhi pengalaman dan persepsi pengunjung terhadap destinasi wisata.

Upaya Solo Safari dalam mempertahankan kestabilan tingkat pengunjung dengan fasilitas dan aktivitas pendukung diatas, salah satu langkah strategis yang dapat ditempuh oleh pihak manajemen adalah dengan memberikan perhatian khusus terhadap aspek kepuasan (satisfaction) serta keinginan untuk melakukan kunjungan ulang (revisit intention). Tripayana dan Pramono (2020) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan hasil dari penilaian subjektif yang terbentuk dari pengalaman yang dirasakan konsumen. Salah satu dimensi penting dalam pelayanan di destinasi wisata adalah interaksi langsung antara petugas dan pengunjung, di mana customer service memiliki peran strategis sebagai garda terdepan dalam membentuk persepsi pengunjung melalui kualitas layanan yang diberikan.

Kualitas layanan customer service yang tanggap, ramah, sopan, dan informatif sangat menentukan apakah pengunjung merasa puas dan berkeinginan untuk kembali berkunjung (revisit intention). Terjadi juga pada petugas Customer service di Solo Safari akan bertanggung jawab untuk memberikan pengalaman yang luar biasa bagi tamu dengan membantu pengunjung memberikan informasi, menangani masalah dan memastikan proses tiket dan pendaftaran berjalan lancar. Sementara itu, kepuasan pengunjung merujuk pada kondisi emosional, baik itu rasa senang maupun kekecewaan, yang timbul setelah individu melakukan perbandingan antara hasil yang mereka rasakan dari suatu layanan, produk, atau pengalaman berkunjung dengan harapan awal mereka. Apabila pengalaman tersebut dinilai lebih baik dari yang diharapkan, maka pengunjung cenderung merasa puas atau bahkan sangat puas. Sebaliknya, apabila kenyataan di lapangan tidak sesuai atau lebih rendah dari harapan, maka akan timbul ketidakpuasan, sehingga customer service berperan penting untuk memberikan kualitas layanan terbaik untuk menciptakan kepuasan pengunjung. Secara teoritis sebagaimana dijelaskan oleh Lena (2021:101) Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai sejauh mana suatu produk atau layanan mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi serta kebutuhan konsumen.

Urgensi penelitian ini dilakukan karena meskipun Solo Safari telah menyediakan berbagai pelatihan dan standar operasional untuk petugas customer service, persepsi pengunjung terhadap layanan tersebut belum sepenuhnya terukur dan terdokumentasi secara akademik, terutama melalui pendekatan kualitatif deskriptif yang dapat menggali pengalaman dan emosi pengunjung secara mendalam.

Berangkat dari latar belakang yang sudah dijabarkan, maka penting untuk dilakukan penelitian mengenai persepsi pengunjung terhadap layanan customer service solo safari dan pengaruh kualitas layanan customer service terhadap kepuasan penggunjung di solo safari. Penelitian ini bertujuan untuk

mengisi celah (gap) tersebut, dengan harapan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk pemetaan kualitas layanan customer service yang efektif dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Selain itu, dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa dengan pendekatan berbeda atau konteks objek wisata lain. Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan, informasi, pemikiran dan ilmu pengetahuan bagi industri pada bagian customer sevice dan kepada pihak lain yang berkepentingan.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif menggunakan data sebagai bagian dari penelitian untuk menarik kesimpulan. Menurut (Winarni, 2021; Teknologi et al., 2025) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami kejadian sosial dalam lingkungan alaminya. Penelitian ini ditujukan untuk menemukan serta menggambarkan peristiwa atau fenomena yang terjadi melalui pendekatan naratif. Data dalam penelitian kualitatif diperoleh berdasarkan respons langsung dari individu yang diteliti, sebagai hasil dari pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kualitas pelayanan pada customer service yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung di Solo Safari. Peneliti mengambil partisipan sepuluh pengunjung yang berkunjung ke Solo Safari. Penelitian dilakukan oleh peneliti secara langsung di Solo Safari yang berlokasi di Jl. Ir. Sutami No.109, Jebres, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif guna menguraikan secara mendalam fokus dari topik yang dikaji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelayanan *customer service* yang *professional* dapat memberikan kepuasan pengunjung dan pengunjung akan memiliki niat untuk berkunjung kembali dilain waktu, untuk mengetahui *service quality customer service* yang digunakan di Solo Safari terhadap kepuasan pengunjung menggunakan beberapa indikator yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Berikut hasil wawancara dengan sepuluh partisipan pengunjung Solo Safari menggunakan lima indikator tersebut:

1. Tangible (Bukti Fisik)

Tangible adalah aspek yang memperhatikan tentang penampilan atau keadaan fisik. Bisa dilihat dari kebersihan dan kenyamanan Solo Safari serta penampilan dari petugas customer service yang selalu berhadapan dengan pengunjung langsung, aspek tangible juga harus memperhatikan fasilitas penunjang yang diberikan Solo Safari seperti, papan informasi, meja layanan, dan denah lokasi yang membantu pengunjung selama berada di Solo Safari.

Sepuluh partisipan memberikan persepsi bahwa kebersihan area Solo Safari sudah bersih sekali dari awal hingga akhir juga sudah tertata, toiletnya bersih, Area hewan juga bersih, kenyaman yang mereka rasakan ialah pada tempat duduk yang disediakan bersama dengan kipas angin yang cukup besar, sehingga hawa panas tidak terlalu terasa disana. penampilan customer service yang selalu rapi dan wangi, serta

selalu menyapa dan tersenyum kepada pengunjung membuat mereka merasa nyaman. Namun, ada partisipan yang yang berpendapat bahwa masih terdapat beberapa titik yang kurang terjaga kebersihannya, khususnya di jalur pejalan kaki menuju zona satwa. Walaupun jumlahnya tidak banyak, hal ini dinilai dapat mengurangi kenyamanan dan mengganggu pemandangan, terutama bagi pengunjung yang datang untuk menikmati suasana alami.

Persepsi dari sepuluh pengunjung tersebut dapat penulis simpulkan bahwa tangible atau produk fisik dalam kualitas pelayanan berupa penampilan para petugas yang rapi sesuai dengan standar Solo Safari, fasilitas penunjang terjaga dengan baik, bagus, dan lengkap berpengaruh positif pada kepuasan pengunjung karena pengunjung yang berkunjung merasa tercukupi kebutuhannya, merasa puas dan nyaman. Namun, perlu dilakukan maintenance pada kebersihan supaya kendala yang dirasakan pengunjung tidak terjadi lagi, sehingga pengunjung meninggalkan kesan yang baik dan berniat akan berkunjung kembali lain waktu.

2. Reliability (Keandalan)

Aspek reliability adalah pelayanan yang konsisten serta dapat memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan pengunjung dan mampu menjawab pertanyaan dari pengunjung secara akurat.

Menurut sepuluh partisipan menyatakan bahwa petugas customer service selalu memberikan pelayanan yang konsisten. Misalnya dalam menyapa pengunjung mereka mengatakan bahwa dari awal masuk lobby sampai pintu keluar petugas customer service selalu menyapa semua pengunjung baik itu anak-anak sampai orang tua, petugas customer service dalam hal ini konsisten selalu menyapa dengan keceriaan petugas. Salah satu partisipan menyebutkan bahwa customer service Solo Safari cukup ramah, memegang 3S, yaitu senyum, sapa, salam. Selama berkunjung semua partisipan mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan petugas customer service sudah sesuai dengan harapan mereka.

Hasil wawancara pengunjung diatas dapat penulis simpulkan bahwa reliability atau keandalan dalam kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan pengunjung karena pengunjung yang berkunjung merasa sangat tercukupi dalam infomasi yang dibutuhkan serta merasa puas, nyaman, serta meninggalkan kesan yang baik, sehingga berniat akan mengulangi kunjungannya dilain waktu.

3. Responsiveness (Kemampuan Tanggapan)

Aspek responsiveness merupakan aspek tentang bagaimana menjadi tanggap dan responsive terhadap suatu situasi dan kondisi. Di dalam pariwisata, aspek responsiveness adalah suatu keharusan terutama jika berhubungan dengan kebutuhan pengunjung. Keluhan dan kebutuhan pengunjung adalah hal yang prioritas ketika berada di tempat – tempat wisata. Terdapat tiga poin dalam kemampuan tanggapan yaitu ada kesigapan membantu ketika pengunjung membutuhkan bantuan, petugas customer service mudah ditemukan dalam area Solo Safari untuk antisipasi pengunjung jika ada masalah atau bantuan, dan kecepatan petugas customer service dalam menanggapai sebuah masalah atau pertanyaan dari pengunjung.

Sepuluh partisipan menyatakan bahwa petugas customer service sangat tanggap dalam menanggapi keluhan ataupun membantu pengunjung ketika membutuhkan bantuan. Salah satu partisipan menceritakan pengalaman yang beliau miliki saat berkunjung di Solo Safari bahwa pada saat kunjungan pertama beliau ada insiden anak beliau jatuh dengan sigap petugas customer service memberikan pertolongan pertama dan dibawa ke klinik petugas memastikan sampai kondisi anak beliau baik. Pengalaman positif juga dirasakan oleh partisipan yang lain misalnya dalam mengarahkan lokasi satwa, memakaikan tiket gelang dengan inisiatif petugas sendiri, dan petugas mudah ditemukan dibeberapa titik didalam Solo Safari.

Peneliti menyimpulkan bahwa respon dan tanggapan merupakan hal yang sangat penting untuk menunjang kualitas layanan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Respon yang diberikan customer service kepada pengunjung harus cepat dan tepat, mulai dari mudah ditemukannya petugas di area tersebut, mendengarkan permintaan atau bantuan tamu, mencari solusi, memenuhi permintaan, memperhatikan setiap pengunjung yang datang agar pengunjung merasa dihargai, nyaman, dan merasa puas karena semua kebutuhan terpenuhi dan sesuai dengan harapan mereka.

4. Assurance (Tanggungan)

Aspek assurance berarti tanggungan atau juga bisa disebut jaminan bahwa pengunjung memperoleh pelayanan yang baik, merasa percaya dengan informasi yang diberikan petugas customer service dan merasa aman nyaman saat berinteraksi dengan petugas customer service, pengunjung juga bisa menilai tentang sikap sopan santun dan profesionalisme petugas selama berinteraksi di area Solo Safari.

Sepuluh partisipan menyatakan bahwa mereka percaya petugas customer service memberikan informasi dan bantuan yang akurat. Petugas customer service juga harus memiliki sikap yang sopan dan profesional karena mereka mewakili penilaian pengunjung terhadap suatu tempat yang ia kunjungi, serta sikap sopan dan professional dapat menumbuhkan ras percaya, kenyamanan dan kepuasan tersendiri bagi pengunjung. Sepuluh partisipan menyatakan bahwa mereka sangat merasa nyaman ketika berinteraksi langsung dengan petugas customer service.

peneliti simpulkan bahwa mereka merasa aman dan nyaman saat berinteraksi dengan petugas customer service langsung karena petugas juga memperlihatkan sikap sopan dan profesional kepada seluruh pengunjung sehingga pengunjung merasa percaya atas informasi yang diberikan, dari pernyataan tersebut dapat memberikan dampak positif bagi pengunjung sehingga mereka merasakan puas dan ingin berkunjung kembali dilain waktu.

5. Empathy (Empati)

Aspek empati adalah aspek mengenai pemahaman dan perhatian kepada pengunjung dalam berperilaku. Ketika bertemu dengan pengunjung untuk melakukan pelayanan, cara berperilaku akan menciptakan kesan di benak para pengunjung yang dihadapi. Pemilihan dalam bersikap, ramah dan sopan

pengunjung akan merasa diperhatikan dan dihargai, empati harus diterapkan ketika berhadapan dengan pengunjung secara langsung.

Sepuluh partisipan menyatakan puas dengan layanan yang diberikan khususnya pada aspek empati oleh petugas customer service, karena benar – benar merasa diperhatiakan secara personal. Mereka menceritakan pengalamannya selama berada di dalam Solo Safari, misalnya petugas menawarkan kursi roda pada saat melihat lansia yang datang, menawarkan stroller bayi saat pengunjung membawa anaknya, ada juga petugas yang menawarkan bantuan dengan inisiatif mereka sendiri untuk memfotokan pengunjung yang berkunjung bersama keluarga.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengunjung merasa puas terhadap pelayanan customer service dalam aspek empati, karena petugas dinilai mampu menunjukkan perhatian yang tulus, kesabaran dalam berkomunikasi, serta kepedulian terhadap kebutuhan pribadi pengunjung. Sikap empati yang ditunjukkan oleh petugas tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga memberikan pengalaman yang positif dan berkesan bagi pengunjung selama berada di Solo Safari.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan sepuluh pengunjung Solo Safari, kualitas layanan customer service memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan mereka. Sebagian besar pengunjung menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan sudah sesuai harapan, bahkan melebihi ekspektasi, terutama dalam hal keramahan, kesigapan, kejelasan informasi, serta perhatian personal. Pengunjung merasa diperlakukan dengan sopan, didengarkan keluhannya, dan dibantu dengan penuh kepedulian, baik dalam hal informasi wisata, arahan fasilitas, hingga penanganan kondisi khusus seperti anak-anak, lansia, atau situasi darurat. Aspek empati dan responsiveness menjadi aspek yang paling dirasakan langsung oleh pengunjung, di mana banyak dari mereka mengaku puas karena petugas tidak hanya menjalankan tugas formal, tetapi juga memiliki inisiatif dan kepekaan dalam merespons kebutuhan tanpa harus diminta. Selain itu, keandalan informasi (reliability) dan penampilan fisik serta fasilitas pendukung (tangible) juga dinilai mendukung pengalaman positif selama kunjungan. Dengan pelayanan customer service yang profesional, konsisten, dan ramah, Solo Safari berhasil membangun hubungan emosional yang positif dengan pengunjungnya, sehingga menciptakan kepuasan yang bukan hanya fungsional tetapi juga menyentuh secara emosional. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan customer service di Solo Safari sangat berpengaruh terhadap terciptanya kepuasan pengunjung, dan menjadi salah satu faktor kunci dalam keberhasilan destinasi wisata tersebut.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan customer service sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Solo Safari. Jawaban terhadap fokus penelitian dan pertanyaan rumusan masalah terjawab secara jelas, di mana kelima dimensi SERVQUAL secara bersama-sama membentuk persepsi dan pengalaman pengunjung. Kepuasan yang dirasakan bukan hanya berasal

dari fasilitas yang ada, tetapi lebih dalam dari interaksi langsung antara pengunjung dan petugas customer service. Hal-hal penting lainnya yang memperkaya kesimpulan ini adalah:

a. Reputasi positif dari pelayanan customer service membuat pengunjung tidak hanya merasa puas, tetapi juga berkeinginan untuk kembali (revisit intention).
b. Pelayanan customer service yang baik juga berkontribusi terhadap peningkatan citra destinasi Solo Safari sebagai tempat wisata edukatif modern di wilayah Surakarta.
c. Penelitian ini juga memperkuat pandangan bahwa layanan prima tidak hanya terletak pada kecepatan dan efisiensi, tetapi juga pada rasa peduli dan keterlibatan emosional petugas terhadap pengunjung.

REFERENCES

Aadila, & Santoso, B. (2024). Revitalisasi objek wisata Surakarta: Studi kasus Taman Satwa Taru Jurug menjadi Solo Safari. Jurnal Pariwisata dan Budaya, 12(1), 45–57.

Ananti, D. D., & Asyarief, E. R. (n.d.). TERHADAP DAYA TARIK WISATA TERSERTIFIKASI CHSE (STUDI KASUS CANDI BOROBUDUR). 182–191.

Education, A., Rahmawati, N., & Putra, H. (2021). Penggunaan dokumentasi dalam penelitian pendidikan. Jurnal Pendidikan, 7(2), 120–132.

Emmelia Nadira Satiti. (2022). Villa Bukit Sekipan Tawangmangu Sebagai Daya Tarik Wisata Family Gathering. Transformasi: Journal of Economics and Business Management, 1(3), 65–74. https://doi.org/10.56444/transformasi.v1i3.438

Kuesioner, W. D. A. N. (n.d.). TEKNIK PENGUMPULAN DATA : OBSERVASI ,. 3(1), 39–47.

Lena. (2021). Manajemen kepuasan pelanggan: Teori dan praktik. Bandung: Alfabeta.

Mintardjo, B. H. (2020). Pengaruh Kualitas Jasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Angkutan Udara Sriwijaya Air di Perwakilan Surakarta. Jurnal Pariwisata Indonesia, 16(1), 34–45.

Nasution, A. F. (2023). Metodologi penelitian kualitatif. Medan: Pustaka Pelajar.

Nurfajriani, W. V., Wahyu, M., Arivan, I., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). No Title. 10(September), 826–833.

Rosyid, M. (2022). Wawancara mendalam sebagai metode penelitian kualitatif. Jurnal Riset Sosial, 10(3), 56–67.

Sugiyono. (2020). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Srihandoko, W., Rizkita, F., Ayu, P., Studi, P., & Bisnis, I. (2021). Peranan Customer Servis Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Sekolah Islam Ibnu Hajar. 1(1). https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i1.565

Teknologi, J., Dan, P., Jtpp, P., Nurrisa, F., & Hermina, D. (2025). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian : Strategi , Tahapan , dan Analisis Data Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTPP). 02(03), 793–800.

Teknologi, I., Suryana, A., & Dewi, R. (2025). Pendekatan kualitatif dalam penelitian ilmu sosial. Jurnal Teknologi dan Humaniora, 9(1), 15–27.

Tjiptono, F. (2001). Manajemen jasa. Yogyakarta: Andi Offset.

Tripayana, R., & Pramono, D. (2020). Kepuasan pelanggan dan niat berkunjung ulang pada destinasi wisata. Jurnal Manajemen Pariwisata, 6(2), 77–88.

Wani, A., Salsabila, D., & Putri, K. (2024). Observasi lapangan dalam penelitian kualitatif pariwisata. Jurnal Ilmu Pariwisata, 8(1), 12–20.

Winarni, S. (2021). Pendekatan penelitian kualitatif. Jakarta: Rajawali Pers.