

## PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PENGUNJUNG PADA EVENT SOLO MENARI

Madarena Afrah Saputro<sup>1\*</sup>, Fetty Nurmala Rossi<sup>2</sup>, Tiara Aprilia Efendi<sup>3</sup>, Dwi  
Amelia<sup>4</sup>, Intan Nur Syafiqah<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Fakultas Pariwisata, Universitas Pancasila

Jl. Lenteng Agung Raya, Srengseng Sawah, Kec. Jagakarsa, Jakarta, Indonesia

Email Correspondence: madarenaafrah@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengevaluasi penerapan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung pada event "Solo Menari 2024". Metode penelitian yang dipergunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta analisis dokumentasi. Indikator kualitas pelayanan yang dianalisis seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, serta *empathy*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability* sampling dengan jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 30 sampel dengan kriteria yang telah ditetapkan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh penyelenggara event Solo Menari 2024 dinilai baik oleh para pengunjung yang hadir berdasarkan dengan wawancara yang telah dilakukan. Namun, terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan seperti penertiban kebersihan di area event, memperbanyak papan petunjuk arah, dan memperbanyak fasilitas tempat sampah di area event tersebut. Rekomendasi dari penelitian ini adalah untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek *tangible* dan *empathy*, guna memastikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung di masa mendatang.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pengunjung; Event Solo Menari; Indikator

### ABSTRACT

*This study aims to evaluate the application of service quality in increasing visitor satisfaction at the "Solo Menari 2024" event. The research method used is qualitative with data collection techniques with in-depth interviews, participatory observation, and documentation analysis. The indicators of service quality analyzed are tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The sampling technique used in this study was to use non-probability sampling techniques with the number of samples used being 30 samples with predetermined criteria. From the results of the study, it is known that the implementation of service quality carried out by the organizers of the Solo Menari 2024 event is considered good by the visitors who attend based on the interviews that have been conducted. However, there are several things that need to be improved such as controlling cleanliness in the event area, increasing signage, and increasing trash can facilities in the event area. The recommendation from this study is to continue to maintain and improve service quality, especially on tangible and empathy aspects, to ensure a better experience for visitors in the future.*

**Keywords:** Service quality; Visitor Satisfaction; Solo Menari Event; Indicator

### PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia. Salah satu kegiatan pariwisata yang mampu menarik minat para wisatawan untuk berkunjung adalah penyelenggaraan suatu event. Noor (2017) mengatakan bahwa *event* adalah sebuah kegiatan atau acara yang diadakan dengan tujuan tertentu dengan kontribusi masyarakat sekitar dan diadakan pada waktu yang telah ditentukan. *Event* yang sering diselenggarakan di Indonesia adalah *Special Event*. *Special event* adalah acara yang diadakan dengan tujuan agar menarik perhatian dari media serta publik. *Special event* berguna bagi media untuk dapat mempublikasikan pemberitaan positif tentang penyelenggaraan (perusahaan, produk ataupun klien) yang menyelenggarakan *special event* tersebut.

*Special event* juga dapat memiliki tujuan untuk memaparkan sebuah pesan untuk peserta, pengunjung, atau publik. (Hartono et al., 2016). Suatu *event* dapat dibedakan berdasarkan jenisnya, McCartney (2010) menjelaskan 8 jenis event, salah satu jenis event adalah *cultural event* atau event budaya. *Cultural event* memiliki sifat kegiatan yang identik akan budayanya seperti festival berbasis kebudayaan dan kesenian, budaya kuliner, tradisi masyarakat lokal yang diadakan berada di beberapa tempat seperti situs warisan, museum, kuil, serta pusat kota alun-alun dari sejumlah daerah (Aryani dkk, 2023). Event budaya ini bertujuan untuk melestarikan suatu budaya serta menarik para wisatawan untuk berkunjung.

Dalam penyelenggaraan suatu *event*, telah menciptakan tantangan baru bagi penyelenggara acara untuk meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung. Pelayanan yang berkualitas menjadi salah satu faktor dalam menarik minat dan meningkatkan jumlah pelanggan atau pengunjung acara. Dalam konteks tersebut, penerapan kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Menurut Tjiptono (2007) dalam sebuah karya ilmiah jenis penelitian (Setiadi, 2021), menegaskan jika kualitas pelayanan adalah sebuah tindakan aktif yang dilakukan dengan tujuan untuk pemenuhan kebutuhan konsumen baik produk maupun jasa untuk memenuhi harapan konsumen. Untuk melihat suatu tingkat kualitas pelayanan bisa diteliti dengan cara melakukan sebuah survei kepada konsumen terhadap pandangan mereka mengenai kualitas pelayanan dengan harapan serta keinginan konsumen yang berkaitan dengan layanan yang berasal dari perusahaan atau penyelenggara. Jika konsumen atau pengunjung merasa pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara adalah baik dan sesuai dengan harapannya maka pandangan konsumen terhadap kualitas pelayanan dapat dikatakan baik dan puas. Sebaliknya, jika konsumen atau pengunjung merasakan kualitas pelayanan yang diberikan dari penyelenggara kurang baik atau buruk maka akan menimbulkan pandangan yang kurang baik dari konsumen atau pengunjung. Peningkatan kualitas pelayanan ini dilakukan pada suatu *event* untuk memberikan suatu kepuasan dan kenyamanan bagi para pengunjung, contoh *event* nya adalah *event* budaya.

Salah satu *event* budaya yang membutuhkan perhatian khusus terhadap kualitas pelayanan adalah “Solo Menari”. Dalam artikel Solopos.com tahun 2024 menginformasikan bahwa *event* Solo Menari merupakan acara tahunan yang diadakan di kota Solo yang menampilkan berbagai pertunjukan tari tradisional dan tari kontemporer dari berbagai daerah di Indonesia dengan tema *Animal Movements* yang berlokasi di tiga titik, yaitu Taman Sriwedari, Solo Safari, dan Balaikota Surakarta. Solo Menari diadakan dalam rangka untuk memeriahkan hari tari sedunia yaitu setiap tanggal 29 April. Acara ini diikuti oleh beribu penari yang bersumber dari sejumlah daerah di Indonesia bahkan dari mancanegara. Dengan kekayaan budaya dan seni tari yang dimiliki oleh kota Solo, Solo Menari menjadi acara yang sangat dinanti-nantikan oleh masyarakat

lokal maupun Internasional. Tema dalam *event* ini adalah *Animal Movements* yang memiliki arti tidak hanya sekedar tentang gerakan hewan yang berkontribusi pada perjalanan kebudayaan manusia, tetapi juga dapat menginspirasi manusia untuk belajar kehidupan dalam berinteraksi dengan alam dan lingkungannya.

Kepuasan pengunjung dalam acara seperti Solo Menari ialah contoh dari hal yang harus diperhatikan oleh penyelenggara. Orang-orang yang datang untuk berkunjung dengan berbagai macam motivasi kunjungan pada suatu tempat, wilayah atau negara, disebut sebagai pengunjung (Harahap, 2018). Irawan dalam jurnal (Arianto & Mahmudah, 2014) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu hasil akumulasi dari konsumen maupun pengunjung pada saat memakai produk ataupun jasa. Berdasarkan Hakim (2021) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai sebuah perasaan kecewa yang dialami dari pihak konsumen atau pengunjung yang timbul setelah merasakan kinerja ataupun hasil sebuah produk dengan seluruh harapan konsumen. Melalui penelitian ini maka diharapkan mampu memberikan wawasan yang berharga bagi panitia penyelenggara acara budaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi pengunjung *event* Solo Menari. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh panitia dapat berperan penting dalam meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan di Solo Menari menjadi suatu hal yang strategis untuk mempertahankan minat pengunjung dan memperkuat reputasi “Solo Menari” sebagai salah satu *event* budaya terkemuka di Indonesia. Untuk mengukur suatu kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, maka dibutuhkan beberapa indikator yang dapat membantu menentukan tingkat kualitas pelayanan tersebut.

Sebuah Indikator kualitas pelayanan dapat diukur serta dinilai kualitasnya dengan alat ukur yang disebut dengan *SERVQUAL (Service Quality)*. *SERVQUAL* adalah salah satu alat ukur yang dipergunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan konsumen. Metode *SERVQUAL* dikembangkan pada tahun 1990-an oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. (Parasuraman dalam Sinollah dan Masruro, 2019) menegaskan *SERVQUAL* dibangun atas dasar perbandingan dua faktor utama, yakni persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang pelanggan terima dari penyedia layanan. Apabila kenyataan layanan lebih dari yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan, maka pelanggan mampu dinyatakan puas dan pelayanan mampu dinyatakan bermutu. Akan tetapi, jika kenyataan layanan kurang dari yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan, maka mampu dinyatakan jika layanan tersebut tidak bermutu. Ini terdiri dari lima dimensi yang masing-masing berkontribusi pada penilaian keseluruhan kualitas layanan. Berikut terdapat lima dimensi *SERVQUAL*, yaitu ; 1) *Tangibles* (bukti langsung), berisikan cakupan aspek fisik dari pelayanan, seperti fasilitas dan tingkat kebersihan yang berfokuskan para penyelenggara untuk mempresentasikan kegiatan event kepada pengunjung; 2) *Reliability* (keandalan), yang mencerminkan kemampuan untuk mengatasi permasalahan yang mungkin terjadi, termasuk dengan kepatuhan, keandalan layanan, dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah terhadap pengunjung bagi penyelenggara; 3) *Responsiveness* (daya tangkap), berkaitan dengan kecepatan pelayanan dan kemauan untuk membantu pengunjung, penyelenggara mampu merespons permintaan, pertanyaan serta masalah pengunjung; 4) *Assurance* (jaminan), mengacu pada keyakinan dan kepercayaan pengunjung terhadap kemampuan penyelenggara dalam memberikan suatu pelayanan yang baik dengan melibatkan keahlian penyelenggara, kepercayaan pengunjung, dan rasa aman dalam menggunakan layanan; 5) *Empathy* (empati), melibatkan perhatian penyelenggara terhadap kebutuhan, keinginan, dan

permasalahan pengunjung dalam memahami dan merespons perasaan pengunjung dengan tepat. Dengan mengukur kualitas pelayanan melalui lima dimensi *SERVQUAL* ini, penyelenggara dapat memahami area mana yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung pada *event* solo menari.

Berdasarkan penelitian terdahulu, yang dilaksanakan oleh Handika Fikri Pratama (2016) menyatakan jika kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif pada kepuasan pengunjung. Metode *Reliability* (keandalan), *Responsiveness*, *Assurance* (Jaminan), *Emphaty*, dan *Tangibles* (bukti langsung) masuk ke dalam 4 indikator kriteria penilaian yang paling memuaskan untuk mengukur kualitas pelayanan. Selain itu, penelitian yang dilaksanakan oleh Rizky Adhy Satria Mulya (2022) mengidentifikasi pentingnya berbagai aspek kualitas layanan dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung *event*. Meskipun beberapa aspek tidak berpengaruh secara parsial, secara keseluruhan, kualitas pelayanan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penyelenggara *event* perlu fokus pada indikator-indikator untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas layanan.

Berdasarkan penjelasan diatas, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui kualitas pelayanan pada *event* “Solo Menari” terhadap kepuasan Konsumen. Upaya tujuan penelitian ini adalah dapat mengidentifikasi penerapan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung pada *event* solo menari. Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya tentang kualitas pelayanan serta kepuasan pengunjung, serta mengenai acara solo menari. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini mampu diterapkan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

## METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode Kualitatif Deskriptif yaitu, pendekatan yang bertujuan untuk memahami kejadian secara mendalam dengan menggambarkan karakteristik, konteks, dan makna yang terkait. Metode penelitian ini menggunakan pengolahan data yang sifatnya deskriptif (Djam'an Satori, 2011). Penelitian Kualitatif Deskriptif dilaksanakan untuk memaparkan penelitian yang terdapat tanpa memberikan manipulasi data variabel yang diteliti dengan cara melangsungkan wawancara langsung dengan pihak yang berkaitan (narasumber) (Bahri, 2017). Dalam metode ini peneliti mengumpulkan data secara langsung dari partisipan yang relevan dan kemudian menganalisisnya dengan menguraikan detail tentang apa yang diamati. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara kualitatif, penelitian dilaksanakan di *Event* Solo Menari lokasi Taman Sriwedari Solo, Jawa Tengah.

### Sampling Penelitian

Teknik yang dipergunakan pada penelitian ini adalah teknik sampling. Yaitu teknik yang dipergunakan dengan menggunakan pendekatan *non probability* sampling. Sugiono dalam jurnal milik Ferry Siswadi (2016) menjelaskan metode *non probability* sampling adalah sebuah metode yang tidak memberikan kesempatan dan peluang yang sama kepada setiap unsur ataupun populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive* sampling, yaitu sampel yang diambil berdasarkan dengan kriteria dan pertimbangan yang ditetapkan sendiri oleh peneliti yaitu membutuhkan 30 partisipan, yang nantinya akan menjawab pertanyaan yang dibagikan. Variabel yang diteliti pada penelitian ini terbatas pada kualitas pelayanan serta kepuasan pengunjung yang berpartisipasi dalam *Event* Solo Menari. Selain melakukan wawancara

dengan pengunjung, peneliti juga melakukan wawancara dengan Bapak Heru Mataya selaku penyelenggara dari *event* Solo Menari 2024. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara secara *online & offline* oleh pihak penyelenggara event, panitia event, dan pengunjung event Solo Menari 2024. Penulis menggunakan proses dua langkah untuk menggali informasi lebih dalam yang didapat dari hasil wawancara dengan pihak penyelenggara yaitu Bapak Heru, panitia event dan juga pengunjung Event Solo Menari 2024.

### Definisi Operasional variabel

Menurut Sugiyono dalam jurnal Wahyuningtias, Putranto, Kusdiana (2014) , menjelaskan definisi operasional variabel. Operasional variabel ialah semua sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diteliti, sehingga berdasarkan kondisi tersebut bisa diperoleh informasi tentang hal yang kemudian disimpulkan. Variabel yang diteliti terbatas pada Penerapan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Pada *Event* Solo Menari. Dalam tabel dibawah ini terdapat beberapa Sub Variabel dan indikator yang saling berhubungan. Sub Variabel adalah sebuah jabaran atau bagian atau detail dari Variabel penelitian. Sub Variabel bisa tersusun berdasarkan sejumlah item yang dibentuk sebagai pernyataan atau pertanyaan.

Tabel wawancara mengenai kepuasan pengunjung Event Solo Menari dengan kualitas layanan yang baik. Penelitian terkait hasil wawancara setiap indikator yang telah ditetapkan akan dipaparkan serta dibahas pada bentuk tabel rekapan dibawah ini:

**Tabel 1. Tabel Operasional Variabel**

No.	Sub Variabel	Indikator
1.	<i>Tangible</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <i>Event Signage</i>/Papan Informasi Event</li><li>● Menjaga Kebersihan Fasilitas</li></ul>
2.	<i>Reliability</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Kualitas Layanan dalam memberikan informasi Rundown acara kepada pengunjung</li><li>● Ketepatan waktu (<i>punctuality</i>) saat acara</li></ul>
3.	<i>Responsive</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Upaya Panitia Event dalam menyelesaikan masalah</li><li>● Panitia dalam menangani perubahan jadwal acara</li></ul>
4.	<i>Assurance</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Aksesibilitas</li><li>● Sikap panitia dalam menyampaikan informasi</li></ul>
5.	<i>Empathy</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Menangani keluhan pengunjung</li><li>● Komitmen Panitia Event dalam mengutamakan kepentingan pengunjung</li></ul>

Pertanyaan ini dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung *Event* Solo Menari dengan berbagai indikator kualitas layanan yang diberikan selama acara. Dengan melakukan wawancara terhadap para pengunjung secara langsung di lokasi venue event untuk setiap indikator, peneliti dapat mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan atau peningkatan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung di masa mendatang.



## Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti memakai pendekatan kualitatif yakni menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara bersama dengan pengelola acara serta pengunjung. Sampel penelitian dipilih dengan melibatkan pengunjung dari berbagai latar belakang dan usia. Sumber data penelitian adalah data sekunder yakni data yang diperoleh secara langsung dilapangan dengan melakukan wawancara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Solo menari adalah sebuah agenda rutin Kota Surakarta yang telah diadakan sejak tahun 2009. Acara ini kembali diselenggarakan di tahun ini, tepatnya pada Senin, 29 April 2024 dengan mengusung tema “*Animal Movement*”. Tema ini memiliki makna yang dapat diartikan yaitu untuk hidup selaras dengan alam dan merawat alam tersebut agar senantiasa terjaga keberadaannya. Lokasi pada penyelenggaraan *event* Solo Menari 2024 terbagi menjadi 3 lokasi yaitu Taman Sriwedari, Solo Safari, dan Balaikota Surakarta. Terdapat hampir sebanyak 200 penari yang berasal dari 15 sanggar tari di Solo yang turut serta dalam momen tari di Taman Sriwedari ini. Gerak tari yang ditampilkan pada *event* ini terinspirasi dari polah tingkah laku hewan-hewan seperti rusa, merak, kera, gajah, kijang, kuda, singa, kerbau, dan hewan lainnya. Setelah penampilan para penari, para peserta akan berbondong-bondong menuju Balaikota Surakarta untuk kemudian melanjutkan acara menuju Solo Safari. Kegiatan Solo Menari terus berlanjut hingga malam hari. Para pengunjung yang hadir tidak hanya masyarakat lokal, akan tetapi terdapat berbagai macam orang-orang penting yang turut serta memeriahkan kegiatan ini seperti Walikota Solo, Menteri Pariwisata, hingga musisi ternama. Agenda Solo Menari tidak hanya menampilkan tarian tanpa makna, namun hal ini dapat dijadikan wadah mengekspresikan diri serta sebagai ajang untuk menyampaikan nilai-nilai kebaikan seperti hidup berkesinambungan dan selaras dengan alam. Selain itu, acara ini juga diharapkan mampu dijadikan daya tarik Kota Solo sebagai Kota Budaya yang sangat direkomendasikan untuk dikunjungi para wisatawan.

### A. Tangible

Berwujud (*tangible*) adalah suatu kemampuan sebuah perusahaan untuk menunjukkan keberadaan mereka kepada pihak lain. Penampilan serta kemampuan sarana dan prasarana fisik dari sebuah perusahaan dapat diandalkan dengan keadaan lingkungan sekitarnya yang merupakan bukti dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Anthony Lim & Retno Budi Lestari, 2016). Berdasarkan hasil penelitian melalui proses wawancara dengan beberapa pihak, maka dapat peneliti memberikan pemahaman hasil penelitian sekaligus menjawab pertanyaan penelitian terkait fasilitas yang ada di *Event* Solo Menari. Dari hasil observasi yang dilaksanakan secara langsung kepada pengunjung *event* solo menari, dapat kami simpulkan bahwa lokasi *event* tersebut cukup bersih dan memiliki fasilitas yang memadai, namun kurangnya kesadaran masyarakat mengenai menjaga kebersihan lingkungan misalnya membuang sampah pada tempatnya, sehingga bagi pengunjung yang baru saja tiba di lokasi *Event* Solo Menari terlihat menjadi kurang terjaga kebersihannya. Kurangnya *responsive* para panitia kebersihan untuk langsung membersihkan area yang sudah terlihat banyak sampah plastik makanan dan minuman yang berserakan. Selain itu juga kurangnya papan informasi/*Event Signage* di sekitar

lokasi *event* sehingga pengunjung sedikit kesulitan mendapatkan informasi seperti letak toilet dan mushola. Hal ini berdasarkan pada salah satu variabel untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu *tangible*. Menurut Irawan dalam jurnal, *Tangible* adalah bukti nyata/bukti fisik, kenampakan fisik serta berwujud yang seperti: fasilitas fisik, serta petugas. Bukti nyata yang ialah sebuah *service* yang dapat ditinjau, serta dapat dirasakan, maka aspek *tangible* menjadi penting untuk ukuran terhadap pelayanan. Pernyataan mengenai observasi pada *event* Solo Menari 2024 diperkuat dengan adanya jawaban dari beberapa narasumber yang telah peneliti wawancara terkait dengan kualitas pelayanan yang ada pada *event* Solo Menari 2024, narasumber tersebut mengatakan bahwa :

*“Kebersihan pada area lokasi event tersebut terjaga dengan baik, akan tetapi dikarenakan kurangnya fasilitas tempat sampah maka jadi banyak orang yang buang sampah sembarangan. Karna pada saat acara belum dimulai lokasi event Solo Menari cukup bersih tidak adanya sampah makanan dan minuman yang berserakan tetapi pada saat acara sudah dimulai sudah banyak pengunjung yang datang di lokasi event sudah mulai terlihat banyak sampah makanan dan minuman plastik yang berserakan, mungkin karena kurangnya tempat sampah yang disediakan”*

Pada aspek *tangible* dapat disimpulkan bahwa *tangible* pada *Event* Solo Menari cukup memuaskan para wisatawan, hal tersebut mencakup aspek kebersihan dan *event signage* yang tersedia di lokasi sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung pada *Event* Solo Menari 2024.

## **B. Reliability**

Keandalan (*reliability*) dapat diartikan sebagai kemampuan sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang telah dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja pemberi pelayanan harus sesuai dengan harapan seperti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, serta dengan akurasi yang tinggi (Anthony Lim & Retno Budi Lestari, 2016). Berdasarkan hasil temuan pada observasi di *event* Solo Menari 2024, pelayanan dan informasi yang diberikan panitia sudah cukup informatif, panitia menjelaskan informasi *event* sesuai dengan yang ada di platform yang sudah tersedia. Pengunjung sangat mudah memperoleh informasi, karena seluruh informasi *event* seperti tanggal *event* berlangsung, lokasi dan *Rundown* acara *event* Solo Menari dapat diakses melalui media sosial yang dimiliki seperti Instagram, Tiktok, maupun Youtube yang dimiliki *Event* Solo Menari. Pengunjung mengatakan bahwa panitia *event* Solo Menari sangat ramah dan *responsive* pada saat memberikan arahan kepada para pengunjung yang keliru atau bahkan kebingungan mengenai informasi *event*. Waktu pelaksanaan *event* solo menari sudah sesuai *rundown* acara yang ditentukan, hal tersebut membuat serangkaian acara *event* dapat berjalan lancar tanpa adanya perpanjangan waktu, hal ini dapat membuat pengunjung yang datang pada saat *event* merasa nyaman dan senang karena pengunjung tidak perlu menunggu terlalu lama untuk menyaksikan pertunjukan *Event* Solo Menari. Pernyataan mengenai observasi pada *event* Solo Menari 2024 diperkuat dengan adanya jawaban dari penyelenggara yang telah peneliti wawancara untuk terkait dengan kualitas pelayanan yang ada pada *event* Solo Menari 2024, narasumber tersebut mengatakan bahwa :

*“Kami melakukan koordinasi yang ketat dengan semua tim yang terlibat dan menggunakan alat bantu seperti walkie-talkie untuk komunikasi real-time. Ini membantu kami menjaga agar setiap bagian dari cara berjalan sesuai jadwal.”*

Pada aspek *tangible* dapat disimpulkan bahwa kepuasan dan kesenangan wisatawan pada kunjungan di *Event Menari Solo* dapat dilihat dari ketepatan waktu acara berlangsung dan informasi yang diberikan kepada pengunjung secara lengkap dan jelas.

### C. Responsive

Ketanggapan (*responsiveness*) adalah suatu kebijakan perusahaan untuk membantu serta memberikan sebuah pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan, disertai dengan adanya penyampaian informasi yang jelas dan akurat. Membiarkan konsumen menunggu adalah persepsi yang *negative* dalam kualitas pelayanan (Anthony Lim & Retno Budi Lestari, 2016). Pada *event Solo Menari 2024*, panitia dalam menangani keluhan pengunjung seperti mendengarkan dengan baik keluhan dari para pengunjung rasakan dan apapun yang terjadi panitia harus bersikap tetap tenang agar mampu berpikir jernih, setelah itu mencari suatu solusi yang sistematis serta berkomunikasi dengan tim jika diperlukan. Menjaga komunikasi yang baik, jelas, serta lancar, terutama ketika berada di keramaian para pengunjung dan pada saat sedang menjalankan *jobdesk* pekerjaan. Mengatur kata-kata sehingga tetap dapat dimengerti agar maksud tersampaikan dengan jelas. Menjaga nada bicara dengan tidak berteriak atau bernada tinggi, terutama jika berkomunikasi dengan radio panggil ataupun *walkie-talkie*. Selain itu, kesiediaan panitia dalam menghadapi perubahan jadwal acara sangatlah penting. *Event Solo Menari 2024* di Taman Sriwedari mungkin akan menghadapi berbagai tantangan seperti perubahan cuaca, kendala teknis, atau perubahan selama acara berlangsung. Panitia harus mempunyai rencana cadangan dan mampu mengkomunikasikan perubahan tersebut kepada pengunjung dengan cepat dan efektif, agar pengunjung tidak terkejut atau kebingungan dengan perubahan jadwal acara ini. Kemudian, panitia juga harus meninggalkan kesan positif kepada pengunjung saat mengkomunikasikan perubahan jadwal ini, misalnya seperti berbicara dengan bahasa dan intonasi yang mudah diterima lalu mengucapkan kata maaf karena adanya perubahan tersebut pada saat menginformasikannya. Pernyataan mengenai observasi pada *event Solo Menari 2024* diperkuat dengan adanya jawaban dari penyelenggara yang telah peneliti wawancara untuk terkait dengan kualitas pelayanan yang ada pada *event Solo Menari 2024*, narasumber tersebut mengatakan bahwa :

*“Kami telah melakukan berbagai pelatihan kepada seluruh anggota panitia mengenai cara menangani keluhan pengunjung dengan efektif. Fokus utama kami adalah mendengarkan dengan baik, bersikap tenang, dan mencari solusi yang sistematis. Kami juga memastikan bahwa setiap anggota tim bisa berkomunikasi dengan jelas dan tetap tenang, terutama dalam situasi yang mungkin menimbulkan kepanikan.”*

Pada aspek ini dapat disimpulkan bahwa indikator *responsive* pada *Event Solo Menari 2024* dipersiapkan secara matang oleh seluruh anggota panitia. Mereka melakukan pelatihan bagaimana caranya menangani keluhan pengunjung dengan hati-



hati, tenang, dan mencari solusi yang masuk akal. Respon panitia terhadap pengunjung juga dilatih agar dapat tersampaikan dengan jelas dan baik, terutama dalam lingkungan yang penuh dengan tekanan. Upaya tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa pengunjung puas dan memiliki pengalaman yang menyenangkan meskipun terdapat kendala atau hambatan.

#### D. Assurance

Jaminan dan kepastian (*assurance*) merupakan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan yang harus dimiliki oleh para pegawai perusahaan agar dapat menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*) (Anthony Lim & Retno Budi Lestari, 2016). Berdasarkan hasil temuan pada *event* Solo Menari 2024 adalah akses menuju acara *event* solo menari di Taman Sriwedari cukup mudah karena dekat dengan jalan raya yang dilewati oleh banyak transportasi umum dan mempunyai lahan parkir yang cukup luas hal tersebut sangat memudahkan pengunjung yang membawa kendaraan pribadi, karena pengunjung tidak perlu kesulitan menemui lokasi parkir. Selain tempat parkir yang strategis dan luas *event* solo menari menyediakan beberapa fasilitas yang dapat digunakan oleh pengunjung seperti *Toilet*, *Toilet portable*, Mushola, ruang ganti penari, taman bermain anak, dan lainnya. Selain itu, pengetahuan panitia yang luas dalam *event* Solo Menari di Taman Sriwedari tampak dari bagaimana mereka mampu mengantisipasi berbagai kebutuhan pengunjung dan menyediakan solusi yang tepat. Hal ini menunjukkan bahwa panitia memiliki pemahaman yang mendalam tentang pelaksanaan *event*, termasuk manajemen fasilitas dan pelayanan kepada pengunjung. Pernyataan mengenai observasi pada *event* Solo Menari 2024 diperkuat dengan adanya jawaban dari beberapa narasumber yang telah peneliti wawancara terkait dengan kualitas pelayanan yang ada pada *event* Solo Menari 2024, narasumber tersebut mengatakan bahwa :

*“Aksesnya sangat mudah, karena dekat dengan jalan raya utama dan banyak transportasi umum yang lewat. Tempat parkirnya juga luas, jadi saya tidak kesulitan mencari tempat parkir. Fasilitas seperti toilet dan mushola sangat membantu, terutama bagi kami yang datang bersama keluarga.”*

Pada aspek *assurance* dapat disimpulkan bahwa kompetensi dan sikap panitia dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pengunjung sangat berpengaruh. Pengunjung merasa yakin dengan kemampuan panitia dalam menyelenggarakan acara dengan baik, yang terlihat dari profesionalisme dan pengetahuan yang mereka tunjukkan. Rasa aman dan percaya ini menambah kenyamanan pengunjung, sehingga mereka dapat menikmati acara tanpa kekhawatiran.

#### E. Emphaty

Empati (*empathy*) adalah memberikan suatu perhatian yang tulus serta bersifat *individual* atau pribadi kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan dan harapan konsumen. Suatu perusahaan diharapkan dapat memiliki pengertian serta pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan (Anthony Lim & Retno Budi

Lestari, 2016). Berdasarkan hasil temuan pada *event* Solo Menari 2024 adalah para pengunjung merasa sangat senang dengan keramahan dan pelayanan yang diberikan oleh panitia di *event* solo menari yang melayani pengunjung dengan baik. Mereka sangat ramah, selalu siap membantu dan menjawab pertanyaan dengan baik dari pengunjung. Pengunjung juga merasakan pelayanan yang diberikan di *event* solo menari sangat memadai dan membuat pengalaman menonton acara ini menjadi lebih menyenangkan. Panitia memberikan informasi kepada seluruh pengunjung, tidak melihat status, *gender* maupun umur. *Event* ini menunjukkan komitmen panitia dari panitia sebagai bentuk untuk memenuhi harapan dan memberikan pengalaman terbaik kepada setiap pengunjung. Hal ini sangat penting karena setiap pengunjung akan merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga mereka merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Pelayanan yang baik juga mencerminkan profesionalisme panitia dalam menyelenggarakan acara, yang pada akhirnya akan meningkatkan citra acara dan membuat pengunjung ingin kembali lagi di acara selanjutnya. Pernyataan mengenai observasi pada *event* Solo Menari 2024 diperkuat dengan adanya jawaban dari beberapa narasumber yang telah peneliti wawancara terkait dengan kualitas pelayanan yang ada pada *event* Solo Menari 2024, narasumber tersebut mengatakan bahwa :

*“Saya sangat senang dengan pelayanan panitia. Mereka sangat ramah dan selalu siap membantu. Ketika saya merasa kebingungan, mereka menjawabnya dengan sangat baik dan jelas. Pelayanan yang diberikan membuat saya merasa nyaman dan menikmati acara ini.”*

Pada aspek *empathy* dapat disimpulkan bahwa empati yang ditunjukkan oleh panitia *event* Solo Menari 2024 sangat berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Pengunjung merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik, seperti yang terlihat dari keramahan dan kesiapan panitia dalam membantu dan menjawab pertanyaan. Pelayanan yang personal dan perhatian terhadap kebutuhan individu membuat pengunjung merasa nyaman dan puas, sehingga menciptakan pengalaman yang positif dan mengesankan.

## KESIMPULAN

Solo Menari adalah salah satu *event* yang diselenggarakan oleh Kota Solo dalam rangka memeriahkan hari tari sedunia. Acara ini kembali diadakan tahun ini pada Senin, 29 April 2024 dengan mengusung tema yang unik yaitu “*Animal Movement*”. Tema ini memiliki makna untuk hidup selaras dengan alam serta merawat alam agar senantiasa terjaga keberadaannya. Titik lokasi pada Solo Menari 2024 terbagi menjadi 3 lokasi yaitu Taman Sriwedari, Solo Safari, dan Balaikota Surakarta. Tujuan terselenggara *event* ini adalah sebagai salah satu daya tarik Solo sebagai Kota Budaya. Pengunjung yang hadir tidak hanya dari Kota Solo, akan tetapi dari berbagai macam daerah yang ada di Indonesia. Dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung yang hadir di setiap tahunnya, maka penyelenggara memaksimalkan kualitas pelayanan agar pengunjung yang hadir dapat merasa puas. Peningkatan kualitas pelayanan tersebut seperti pada kebersihan, ketanggapan panitia dalam menangani keluhan pengunjung, ketepatan waktu acara, program acara, dan masih banyak lagi. Berbagai macam respon masyarakat baik positif maupun negatif terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan, dijadikan bahan

evaluasi oleh penyelenggara agar tidak cepat puas terhadap kinerja mereka dan mau untuk memperbaikinya di masa yang akan datang.

Dalam penyampaian respon masyarakat yang positif dan negatif telah dilakukannya wawancara terhadap penyelenggara, panitia, dan pengunjung yang dilakukan secara *offline* dan *online* mengenai *SERVQUAL* yang berlaku dalam *Event Solo Menari 2024*. Wawancara tersebut telah menghasilkan jawaban mengenai *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *empathy* dalam bentuk yang berbeda. Dengan menerapkan kualitas pelayanan yang baik, *Event Solo Menari 2024* dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan meningkatkan reputasi *event*. Secara keseluruhan, penerapan kelima dimensi kualitas pelayanan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kepuasan pengunjung pada *event Solo Menari 2024*. Pengunjung yang merasa puas tidak hanya akan memiliki pengalaman yang lebih baik, tetapi juga cenderung akan kembali menghadiri acara serupa di masa mendatang serta merekomendasikan kepada orang lain.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anthony, L., & Retno, B. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 19 (3).
- Arianto, M., & Mahmudah, N. (2014). Analisis Kepuasan Konsumen Di Jatiroso Catering Service. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan*, 1(2), 106-107.
- Aryani Ramadhini, D. S., Puspita, N., & Rossi, F. N. (2023). Cap Go Meh Festival as a Cultural Event in Bogor City. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality & Tourism*, 12(3).
- Dimas, Y. F. (2011). *Variabel Dan Sub Variabel* [Online]. Tersedia di <https://www.Scribd.Com/Doc/51225147/Variabel-Dan-Sub-Variabel> [Diakses pada tanggal 5 Juni 2024].
- Hakim, L. N. (2021). Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variables (Case Study on the Tirta Jasa Lampung Selatan Regional Company (PDAM)). *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, 1(1), 48-56.
- Harahap, D. A. (2018). Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata Pemandian Hairos Waterpark Medan. *Jurnal Plans*, 394-402.
- Hartono, N. A., Dida, S., & Hafiar, H. (2016). Pelaksanaan Kegiatan Special Event Jakarta Goes. *Jurnal Komunikasi*, 164.
- McCartney, G. (2010). *Event Management. An Asian Perspective*. Singapore: McGraw-Hill Asia.
- Meidinata, N. (2024). *Animal Movements Jadi Tema Solo Menari yang Diadakan 29 April 2024* [Online]. Tersedia di <https://soloraya.solopos.com/animal-movements-jadi-tema-solo-menari-yang-diadakan-29-april-2024-1885486> [Diakses pada tanggal 19 Mei, 2024].
- Noor, A. (2017). *Manajemen Event* (Ed. Rev, Cet. 3. ed.). Bandung: Alfabeta.
- Pratama, H. F. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Sejarah Benteng Marlborough Di Kota Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1).

- Primasasti, A. (2024). *Uniknya Solo Menari 2024: Kolaborasi Seni dan Alam pada Tarian* [Online]. Tersedia di Pemerintah Kota Surakarta: <https://surakarta.go.id/?p=30918> [Diakses pada tanggal 5 Mei 2024]
- Rahmawati, I. F., Roswaty., & Lazuardi, S. (2024). Pengaruh Strategi Event Marketing, dan Sponsorship Terhadap Brand Awareness Produk Noodle di PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Kota Palembang. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 1266-1278.
- Satori, Djam'an. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Satria M., R. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Penyelenggaraan Sport Event Terhadap Kepuasan Peserta Jakarta Marathon 2020. *Journal of Event, Travel and Tour Management*, 2(1), 1-8.
- Setiadi, K. P., & Manafe, L. A. (2021). Penerapan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan. *Kalianda Halok Gagas*, 4(1), 22-33.
- Sinollah., & Masruro. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual-Parasuraman) dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kapanjen). *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45-64.
- Siswadhi, F. (2016, Oktober). Analisa pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan badan pertanahan nasional kabupaten kerinci terhadap kepuasan masyarakat. *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 177-183.
- Surya, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Aries Motor Di Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. *Repository Universitas Islam Riau*, 14.
- Wahyuningtias, D., Putranto, T. S., & Kusdiana, R. N. (2014). Uji Kesukaan Hasil Jadi Kue Brownies Menggunakan Tepung Terigu Dan Tepung Gandum Utuh. *Binus Jurnal Publishing*, 5(1), 57-65.