ANALISIS LAYANAN PRIMA PADA WISATAWAN DI WISATA EDUKASI RELIGI QOLBU BOYOLALI PERSPEKTIF PETUGAS

Adinda Nurdiana[1], Jasanta Peranginangin[2], Suharto[3], Emmelia Nadira Satiti[4]

[1,2,3,4]*Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta*
E-mail : adindanurdiana02@gmail.com

ABSTRAK

Pelayanan prima (excellent service) merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan, kenyamanan, dan pengalaman positif pengunjung pada destinasi wisata. Sebagai destinasi wisata edukasi dan religi, Wisata Edukasi Religi Qolbu Boyolali perlu memberikan pelayanan yang berkualitas agar mampu memenuhi kebutuhan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan pelayanan prima, mengetahui pengalaman serta pemaknaan petugas terhadap pelayanan prima, dan mengidentifikasi tantangan serta upaya yang dilakukan petugas dalam mewujudkan pelayanan prima kepada wisatawan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman serta diuji keabsahannya melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan pelayanan prima telah berjalan dengan baik berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Petugas mampu memberikan pelayanan yang ramah, sopan, cepat, dan responsif, serta memberikan informasi yang jelas sehingga menciptakan rasa aman dan nyaman kepada wisatawan. Tantangan yang dihadapi meliputi keragaman karakter pengunjung, tekanan permintaan keringanan aturan dan SOP, kondisi fisik lahan dan cuaca terik, serta kendala ketersediaan dan pemahaman fasilitas. Upaya yang dilakukan berupa koordinasi antarpetugas, komunikasi yang efektif, saling membantu dalam pelayanan, serta penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) secara konsisten. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelayanan prima di Wisata Edukasi dan Religi Qolbu Boyolali telah terlaksana dengan baik, namun masih memerlukan peningkatan pengelolaan sumber daya manusia dan kesiapan pelayanan pada saat kunjungan meningkat.

Kata Kunci : *Pelayanan Prima, Service Quality, Kualitas Pelayanan, Pengunjung, Wisata Edukasi Dan Religi.*

ABSTRACT

Excellent service is a crucial factor in fostering visitor satisfaction, comfort, and positive experiences at tourist destinations. As an educational and religious tourism site, Wisata Edukasi Religi Qolbu Boyolali must provide high-quality service to meet visitors' needs. This study aims to analyze the implementation of excellent service, understand staff's experience and interpretation of such service, and identify the challenges faced and efforts made by personnel to deliver excellent service to tourists. A qualitative method with a descriptive case-study approach was employed. Data were gathered through observation, in-depth interviews, and documentation, then analyzed using the Miles and Huberman interactive model and validated through source, technique, and time triangulation. The results indicate that excellent service delivery has been effective, aligning with the five SERVQUAL dimensions: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. Staff members provide friendly, polite, prompt, and responsive service while offering clear information, thereby creating a sense of safety and comfort for tourists. Challenges include diverse visitor characters, pressure to relax rules and Standard Operating Procedures (SOPs), site conditions and scorching weather, and issues regarding facility availability and understanding. Efforts to address these challenges involve staff coordination, effective communication, mutual assistance in service delivery, and the consistent application of SOPs. The study concludes that excellent service at Wisata Edukasi Religi Qolbu Boyolali is well-implemented, although human resource management and service readiness during periods of high visitor volume still need improvement.

Keywords : *Excellent Service, Service Quality, Visitors, Educational And Religious Tourism.*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, tren pariwisata di Indonesia terus mengalami perkembangan, termasuk pada wisata berbasis edukasi dan religi yang menawarkan pengalaman wisata sekaligus nilai pembelajaran dan spiritual. Perkembangan teknologi yang semakin canggih memberi peluang bagi pengelola destinasi untuk memperkenalkan produknya secara lebih luas, sehingga persaingan antardestinasi wisata semakin tinggi dan menuntut pengelola tidak hanya menyediakan daya tarik yang menarik, tetapi juga mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pengunjung. Kotler, Bowen, Makens, dan Baloglu (2022) menegaskan bahwa peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada berbagai destinasi menyebabkan persaingan antardestinasi semakin ketat, sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama keberhasilan sebuah destinasi wisata, karena daya tarik alam maupun fasilitas yang dimiliki tidak akan mampu memberikan kepuasan optimal apabila tidak diimbangi dengan pelayanan yang baik.

Pengukuran kualitas pelayanan secara umum dapat dilakukan dengan metode Service Quality (SERVQUAL), yang dibangun atas perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap pelayanan nyata yang diterima dengan harapan mereka (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990). Apabila kenyataan pelayanan melebihi harapan, pelayanan dapat dikatakan bermutu; sebaliknya, apabila kenyataan berada di bawah harapan, pelayanan dikatakan tidak bermutu. Kualitas pelayanan dapat dilihat melalui lima dimensi, yaitu Tangibles (bukti fisik), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), dan Empathy (empati), yang menjadi tolok ukur kesesuaian antara harapan dan pelayanan yang diterima oleh pengunjung. Model ini telah banyak diaplikasikan lintas sektor, mulai dari layanan publik, layanan kesehatan (Pena, Silva, Tronchin, & Melleiro, 2013), hingga layanan kelistrikan (Nur, 2017) dan Sinollah dan Masruroh (2019) menegaskan bahwa pengukuran SERVQUAL efektif membentuk kepuasan sekaligus loyalitas pelanggan pada berbagai jenis layanan.

Di Kabupaten Boyolali terdapat destinasi Wisata Edukasi Religi Qolbu Boyolali yang dirancang sebagai sarana edukasi manasik haji dan umrah dengan berbagai replika seperti di Tanah Suci, di antaranya miniatur Ka'bah, area Sa'i (Shafa dan Marwah), replika Masjid Nabawi, dan Jabal Rahmah. Destinasi ini dibangun secara bertahap sejak tahun 2021 dan terus dikembangkan hingga saat ini untuk menyempurnakan sarana penunjang kegiatan edukasi dan pelayanan. Pengunjung yang datang dengan tujuan pembelajaran maupun kegiatan religius umumnya memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas pelayanan, terutama pada aspek komunikasi, pendampingan, kenyamanan, keramahan, ketepatan informasi, serta kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan yang bersifat personal. Berdasarkan ulasan di media sosial, wisatawan yang pernah berkunjung memberikan respons yang cukup positif, namun masih terdapat beberapa aspek pelayanan yang perlu terus ditingkatkan, terutama terkait kemampuan komunikasi petugas, pelayanan informasi, pendampingan wisata, serta konsistensi kualitas pelayanan pada masa kunjungan padat.

Penelitian tentang pelayanan prima dalam konteks pariwisata dan jasa telah banyak dilakukan. Ardiansyah dan Sanjaya (2021) menemukan bahwa penerapan pelayanan prima ditunjukkan melalui keramahan, salam, dan sikap ramah kepada jemaah pada sebuah biro perjalanan umrah, meskipun masih terkendala keterbatasan sumber daya manusia dan dokumentasi. Arifin (2022) menunjukkan bahwa dari sepuluh prinsip pelayanan publik, penerapan oleh pengelola wisata religi Masjid Gedhe Mataram Kotagede Yogyakarta belum optimal, khususnya pada prinsip kesederhanaan dan kejelasan tarif. Karennina (2020) juga menemukan

bahwa implementasi pelayanan prima pada penyelenggaraan ibadah umrah masih perlu penguatan pada aspek kejelasan informasi biaya dan prosedur. Fakhira (2025) menjelaskan bahwa implementasi pelayanan prima di Jatinangor National Park menunjukkan arah positif namun belum terstandarisasi secara optimal akibat keterbatasan infrastruktur, sedangkan Kusriwulan, Singandaru, dan Hulfa (2025) menemukan bahwa Guest Relation Officer di Hotel Golden Palace Lombok telah menerapkan pelayanan prima secara profesional meskipun masih terkendala keterbatasan jumlah staf dan pelatihan yang belum merata. Sebagian besar penelitian terdahulu tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan atau loyalitas pengunjung, sehingga belum sepenuhnya mengungkap proses implementasi pelayanan prima, pengalaman petugas, serta tantangan dan upaya yang dilakukan dalam pelaksanaannya.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang mengangkat pengalaman dan pemaknaan petugas terkait pelayanan prima di destinasi Wisata Edukasi Religi Qolbu Boyolali yang relatif baru berkembang di Kabupaten Boyolali, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya berfokus pada persepsi wisatawan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab tiga pertanyaan, yaitu bagaimana implementasi pelayanan prima yang diberikan petugas kepada wisatawan, bagaimana pengalaman dan pemaknaan petugas terhadap pelayanan prima, serta apa saja tantangan dan upaya yang dilakukan petugas dalam mewujudkan pelayanan prima di Wisata Edukasi Religi Qolbu Boyolali. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu pariwisata serta kontribusi praktis bagi pengelola destinasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, yaitu suatu sistem terikat untuk mengeksplorasi kasus dari periode tertentu melalui pengumpulan data mendalam dan pelibatan berbagai sumber informasi dalam suatu konteks (Creswell, 1998). Penelitian dilaksanakan di Wisata Edukasi & Religi Qolbu Boyolali yang beralamat di Desa Singkil, Kelurahan Karanggeneng, Kecamatan Boyolali, Kabupaten Boyolali, Provinsi Jawa Tengah.

Penentuan partisipan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai kriteria dan kebutuhan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan teknik snowball sampling karena tidak semua pengunjung bersedia atau terbuka untuk diwawancarai. Informan dalam penelitian ini meliputi Kepala UPT (pengelola), petugas Customer Service/pusat informasi, petugas penjualan tiket, dan pemandu wisata.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi (1) wawancara, baik terstruktur maupun tidak terstruktur, kepada informan yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan penelitian; (2) observasi terhadap kondisi fisik maupun nonfisik kawasan wisata; (3) dokumentasi berupa fotografi maupun catatan pendukung; dan (4) studi pustaka melalui buku, hasil penelitian, dan jurnal ilmiah terkait.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (2014) yang terdiri atas tiga tahap, yaitu reduksi data (proses pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data kasar dari catatan lapangan), penyajian data (penyusunan informasi dalam bentuk teks naratif untuk menarik kesimpulan), dan verifikasi/penarikan kesimpulan yang bersifat tentatif dan dapat berubah sesuai perkembangan data di lapangan; tahapan ini sejalan dengan prinsip analisis data

kualitatif yang menekankan penyusunan data secara sistematis melalui pola dan kategori agar mudah dipahami (Saleh, 2017). Keabsahan data diuji melalui triangulasi metode, yang mencakup triangulasi sumber (mengecek data dari beberapa sumber), triangulasi teknik (mengecek data pada sumber yang sama dengan teknik berbeda), dan triangulasi waktu (mempertimbangkan waktu pengumpulan data untuk memperoleh data yang lebih valid dan kredibel).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Wisata Edukasi Religi Qolbu Boyolali merupakan destinasi yang dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Boyolali melalui Unit Pelaksana Teknis (UPT) di atas lahan seluas kurang lebih 3 hektare. Destinasi ini diresmikan pada November 2023 dan mulai dibuka untuk kunjungan umum pada 1 Januari 2024, setelah melalui tahap uji coba kunjungan pelajar pada November–Desember 2023. Daya tarik utamanya berupa berbagai replika yang berkaitan dengan rangkaian ibadah haji dan umrah, seperti replika Ka'bah, Hajar Aswad, Hijr Ismail, Maqam Ibrahim, tempat Sa'i, Jabal Rahmah, Padang Arafah, Muzdalifah, Mina, tempat lempar jumrah, replika menara jam, pancuran air zamzam, dan replika Masjid Nabawi. Destinasi ini dibuka setiap hari Selasa hingga Ahad pukul 08.00–16.00 WIB dengan tarif tiket Rp10.000 untuk pelajar dan Rp20.000 untuk umum, serta dilengkapi fasilitas penunjang berupa area parkir, toilet di beberapa titik, kursi roda dan troli gratis, serta ruang transit.

Pelayanan kepada wisatawan melibatkan beberapa petugas dengan tugas dan tanggung jawab berbeda, yaitu petugas pusat informasi/customer service, petugas penjualan tiket, petugas pengecekan paspor simulasi, pemandu wisata, serta petugas keamanan dan kebersihan. Seluruh unsur tersebut saling mendukung dalam memberikan pelayanan yang aman, nyaman, dan memuaskan bagi wisatawan, dengan berpedoman pada Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ditetapkan oleh pengelola.

Implementasi Pelayanan Prima yang Diberikan oleh Petugas kepada Wisatawan

Pelaksanaan pelayanan prima di Wisata Edukasi Religi Qolbu Boyolali diselenggarakan selaras dengan SOP yang dirancang secara terintegrasi oleh UPT pengelola. Berdasarkan observasi, dokumentasi SOP, dan wawancara mendalam, implementasi pelayanan prima tercermin dalam tiga pilar utama, yaitu alur dan prosedur pelayanan, sikap dan keramahan petugas, serta kepekaan dan daya tanggap dalam penanganan masalah.

Alur dan Prosedur Pelayanan (Service Flow)

Rangkaian pelayanan dirancang secara runtut, dimulai dari loket tiket sebagai titik kontak pertama antara wisatawan dan sistem pelayanan kawasan. Petugas loket melayani transaksi secara cekatan sekaligus menjelaskan penjenjangan tarif dan skema reservasi secara transparan. Selanjutnya, wisatawan melewati pos pemeriksaan paspor simulasi yang didesain menyerupai gerbang imigrasi bandara, yang menurut pimpinan UPT dirancang untuk memberikan pengalaman edukasi nyata sekaligus mengendalikan ketertiban arus masuk wisatawan. Bagi rombongan yang mengikuti simulasi manasik, pemandu wisata mendampingi secara runtut dari satu replika ke replika lainnya melalui mekanisme reservasi terpusat, dengan durasi simulasi manasik haji sekitar 1,5 jam dan umrah sekitar 2 jam, sedangkan wisatawan perorangan diberi keleluasaan untuk mengeksplorasi kawasan secara mandiri.

Sikap dan Keramahan Petugas (Attitude and Hospitality)

Pelayanan prima tidak hanya ditentukan oleh prosedur formal, tetapi juga oleh kualitas interaksi petugas; hal ini sejalan dengan temuan Li, Liu, Chen, dan Huan (2021) yang menunjukkan bahwa kehangatan (warmth) petugas dalam berinteraksi memberi pengaruh yang setidaknya sama besar dengan kompetensi teknis terhadap penilaian wisatawan atas kualitas layanan. Pengelola menetapkan prinsip 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun) sebagai budaya kerja yang diinternalisasi oleh seluruh petugas, mulai dari loket hingga customer service. Petugas dilatih melakukan penyambutan proaktif dengan intonasi yang stabil dan hangat, bahkan pada situasi antrean yang padat, serta menjaga kontrol emosi (emotional intelligence) agar interaksi tetap menenangkan — sebuah kapasitas yang menurut Prentice (2020) berkontribusi besar terhadap kualitas pengalaman wisatawan karena memungkinkan petugas mengelola situasi yang menekan tanpa mengurangi kehangatan layanan. Di pusat informasi, petugas menyampaikan penjelasan yang komunikatif dan proporsional sesuai kebutuhan wisatawan, sementara seluruh petugas lapangan mengenakan seragam resmi dan tanda pengenal yang mendukung kemudahan pengenalan serta rasa aman wisatawan.

Kepekaan, Respons, dan Penanganan Masalah (Responsiveness and Problem Solving)

Daya tanggap petugas tampak dari kepekaan menghampiri wisatawan lanjut usia atau yang tampak kelelahan tanpa menunggu permintaan bantuan, termasuk kesiapan memanggil bantuan medis apabila diperlukan. Dalam menangani ketidaksesuaian antara keinginan wisatawan dan aturan operasional, petugas merespons secara taktis dengan memberikan penjelasan logis serta menawarkan solusi alternatif tanpa bersikap kaku. Koordinasi lintas divisi turut berperan penting, sejalan dengan temuan Hermayanty (2021) bahwa koordinasi antarunit kerja berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan publik; misalnya petugas loket yang secara berkala membalas pesan reservasi daring sembari berkoordinasi dengan customer service melalui alat komunikasi internal, sehingga informasi ketersediaan slot waktu dan kesiapan fasilitas tetap sinkron secara real-time. Pemandu wisata juga menunjukkan penyesuaian gaya pendekatan (adaptive service) sesuai karakteristik rombongan, sementara divisi keamanan dan kebersihan turut mendukung kelancaran pelayanan melalui briefing pagi dan evaluasi rutin bersama pengelola.

Pengalaman dan Pemaknaan Petugas terhadap Pelayanan Prima

Pemaknaan pelayanan prima oleh petugas ditemukan bersifat berjenjang sesuai posisi dan peran masing-masing. Dari perspektif manajemen, Kepala UPT memaknai pelayanan prima sebagai pondasi utama keberlanjutan destinasi yang harus terstruktur dan terstandarisasi melalui SOP serta budaya 5S, sejalan dengan pandangan Suwithi (1999) bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang diberikan berlandaskan prosedur baku demi kepuasan pelanggan internal maupun eksternal.

Dari perspektif pemandu wisata, pelayanan prima dimaknai sebagai seni membangun ikatan emosional yang menempatkan kenyamanan wisatawan sebagai prioritas tertinggi, yang dirumuskan sebagai upaya menciptakan “rasa kangen” (sense of longing) melalui kehadiran yang utuh secara fisik, mental, dan emosional (mindful presence). Keterlibatan emosional semacam ini sejalan dengan konsep employee engagement dalam co-creation nilai merek yang dikemukakan Van Nguyen, Nguyen, Nguyen, dan Nguyen (2021), yang menunjukkan bahwa keterlibatan afektif karyawan dengan tamu turut membentuk pengalaman dan citra destinasi secara keseluruhan. Zhang, Zhang, dan Zhang (2025) juga menemukan bahwa ekspresi apresiasi dari pelanggan dapat

memperkuat motivasi kerja petugas garis depan, yang pada gilirannya mendorong petugas memberikan pelayanan yang lebih personal dan tulus.

Adapun bagi petugas garis depan (frontliners), seperti petugas customer service dan penjualan tiket, pelayanan prima dimaknai sebagai titik temu antara ketepatan penyampaian informasi dan pengelolaan emosi di tengah dinamika lapangan yang padat, sejalan dengan pandangan Anorogo dan Widiyanti (1990) bahwa pelayanan prima merupakan upaya melayani melebihi harapan pelanggan dengan memperhatikan efisiensi waktu, ketepatan, dan kenyamanan selama proses interaksi berlangsung.

Tantangan dan Upaya Petugas dalam Mewujudkan Pelayanan Prima

Penerapan pelayanan prima di Wisata Edukasi Religi Qolbu Boyolali tidak lepas dari sejumlah tantangan operasional. Pertama, keragaman karakter dan tingkat pemahaman wisatawan menuntut pemandu untuk menerapkan pendekatan yang luwes dan adaptif, misalnya melalui penceritaan interaktif (interactive storytelling) yang disesuaikan dengan kelompok usia dan latar belakang rombongan. Kedua, tekanan permintaan keringanan aturan dan SOP, seperti permintaan potongan harga atau izin keluar melalui pintu masuk, direspons petugas dengan komunikasi yang tegas namun tetap santun (firm yet polite communication) disertai penawaran solusi alternatif. Ketiga, kondisi fisik lahan seluas 3 hektare dengan konsep outdoor dan cuaca terik berpotensi memicu kelelahan fisik maupun emosional, yang diatasi melalui pelatihan pengendalian emosi bagi petugas serta penyediaan fasilitas pendukung seperti kursi roda, troli, dan area peneduh. Keempat, kendala ketersediaan dan pemahaman fasilitas, termasuk keterbatasan literasi digital sebagian wisatawan dalam sistem reservasi daring, diatasi melalui sinergi lintas divisi dan penyiapan sistem cadangan seperti UPS, genset, dan server cadangan, yang dikoordinasikan melalui briefing pagi serta komunikasi internal secara intensif. Upaya perbaikan berkelanjutan semacam ini sejalan dengan pandangan Madar (2019) bahwa peningkatan kualitas layanan wisata perlu dilakukan secara terus-menerus dan adaptif terhadap dinamika kebutuhan pengunjung agar kepuasan pelanggan tetap terjaga.

Pembahasan Berdasarkan Lima Dimensi SERVQUAL

Temuan penelitian ini selanjutnya dianalisis menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988).

Bukti Fisik (Tangible)

Dimensi ini tercermin dari penggunaan tiket paspor simulasi sebagai instrumen kontrol sekaligus sarana edukatif, seragam dan tanda pengenal petugas garis depan, serta ketersediaan fasilitas penunjang seperti kursi roda dan troli gratis, toilet di berbagai titik, dan replika ikonik Tanah Suci di atas lahan seluas 3 hektare. Bukti fisik ini berfungsi memvisualisasikan kualitas layanan sekaligus mendukung model place exploration dalam wisata edukasi (Priyanto, 2018), sejalan dengan temuan Sari (2020) bahwa kelengkapan dan kenyamanan fasilitas fisik ruang publik berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Keandalan (Reliability)

Dimensi ini ditunjukkan melalui transparansi sistem tarif tiket, konsistensi durasi pemanduan simulasi manasik, serta kesiapan infrastruktur cadangan seperti UPS, genset, dan server cadangan untuk mengantisipasi gangguan teknis. Kepatuhan terhadap SOP menjamin ketepatan dan konsistensi proses layanan, sebagaimana ditekankan Tjiptono (2012) bahwa layanan prima yang andal harus dilaksanakan sesuai standar baku sejak awal (right the first time) agar pelanggan tidak perlu mengalami pengulangan proses akibat kesalahan pelayanan.

Daya Tanggap (Responsiveness)

Kesigapan petugas dalam merespons reservasi daring, mendekati wisatawan yang kelelahan atau kebingungan, serta menangani kesalahan arah arus wisatawan secara solutif menunjukkan pentingnya tindakan proaktif dan fast response untuk meminimalkan waktu tunggu dan kebingungan wisatawan.

Jaminan (Assurance)

Kompetensi pemandu dalam menguasai materi manasik dan nilai syariat, penerapan budaya 5S di seluruh titik layanan, serta dukungan divisi keamanan yang terkoordinasi membangun rasa percaya dan keyakinan wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, sejalan dengan pandangan Wijayanti, Putra, dan Mahadewi (2017) bahwa pengetahuan petugas dan transparansi informasi membangun kepercayaan (trust) wisatawan terhadap kualitas objek wisata.

Empati (Empathy)

Pendekatan adaptif pemandu sesuai kelompok usia, kepedulian terhadap wisatawan lanjut usia atau penyandang disabilitas, serta keleluasaan yang diberikan kepada wisatawan perorangan untuk berwisata mandiri mencerminkan perhatian individual tanpa membedakan latar belakang pengunjung, sejalan dengan konsep empati dalam kerangka SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Implikasi Penelitian

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya penerapan model SERVQUAL pada destinasi edukasi-religi berbasis outdoor, di mana dimensi Tangible tidak hanya diukur dari kebersihan fisik, tetapi juga dari keunikan atribut edukatif seperti tiket paspor dan simulasi gerbang imigrasi, sementara dimensi Assurance dan Empathy menjadi pilar paling dominan karena melibatkan transformasi nilai spiritual dan seni membangun hubungan emosional dengan wisatawan. Penelitian ini juga mempertegas integrasi konsep tutorial learning dan place exploration dalam wisata edukasi (Priyanto, 2018), yang dapat berjalan optimal apabila ditopang kepatuhan terhadap SOP.

Secara praktis, temuan ini menegaskan pentingnya sinergi dan komunikasi antardivisi melalui briefing rutin, serta pemahaman bahwa pelayanan prima bukan sekadar pemenuhan kewajiban SOP, melainkan seni mengelola emosi dan memberikan kesan positif yang berpotensi meningkatkan kepuasan dan niat kunjungan ulang (re-visit intention), sejalan dengan temuan Peranginangin dan Pratiwiningrum (2024) bahwa kualitas produk dan layanan yang konsisten berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan sebagai variabel penentu perilaku pembelian atau kunjungan berikutnya. Bagi wisatawan, kepatuhan terhadap alur pelayanan turut menjaga ketertiban, kenyamanan, dan keselamatan bersama selama aktivitas berlangsung.

Secara kebijakan, pengelola perlu memprioritaskan evaluasi berkala terhadap kapasitas sumber daya manusia, terutama pelatihan penanganan konflik, pengelolaan emosi, dan adaptasi teknologi digital bagi petugas garis depan, khususnya dalam menghadapi masa padat kunjungan (peak season). Untari, Resmayasari, Dewi, dan Mulyana (2025) menunjukkan bahwa pelatihan pelayanan prima (service excellence) yang terstruktur mampu meningkatkan pengetahuan dan kesiapan pengelola destinasi wisata berbasis komunitas dalam memberikan layanan yang lebih profesional, sehingga model pelatihan serupa relevan untuk diterapkan secara berkala di Wisata Edukasi Religi Qolbu Boyolali.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pelayanan prima di Wisata Edukasi Religi Qolbu Boyolali telah berjalan dengan baik dan terstruktur berdasarkan SOP yang mengacu pada lima dimensi SERVQUAL, mencakup bukti fisik berupa fasilitas dan atribut edukatif, keandalan sistem tiket dan durasi pemanduan, daya tanggap petugas terhadap kebutuhan wisatawan, jaminan berupa kompetensi dan budaya 5S, serta empati melalui pendekatan pelayanan yang adaptif.

Pengalaman dan pemaknaan petugas terhadap pelayanan prima bersifat berjenjang: pihak manajemen memaknainya sebagai pondasi keberlanjutan destinasi yang harus terstandarisasi, pemandu wisata memaknainya sebagai seni membangun ikatan emosional dan menciptakan rasa kangen pada wisatawan, sedangkan petugas garis depan memaknainya sebagai keseimbangan antara efisiensi informasi dan pengelolaan emosi di tengah kepadatan pelayanan.

Tantangan yang dihadapi meliputi keragaman karakter dan pemahaman wisatawan, tekanan permintaan keringanan aturan dan SOP, kondisi fisik lahan outdoor yang luas dan cuaca terik, serta keterbatasan literasi digital sebagian wisatawan. Upaya yang dilakukan mencakup pendekatan komunikasi yang luwes dan interaktif, penegakan SOP secara tegas namun santun, penyediaan fasilitas pendukung kenyamanan, penguatan kontrol emosi petugas, serta koordinasi lintas divisi yang intensif.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pengelola menambah fasilitas peneduh di sepanjang jalur simulasi, menyelenggarakan pelatihan berkala mengenai pengelolaan emosi dan penanganan konflik, memperjelas edukasi sistem reservasi daring bagi wisatawan, serta menambah jumlah pemandu wisata untuk mengantisipasi lonjakan kunjungan. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas kajian melalui pendekatan kuantitatif atau mixed methods guna mengukur tingkat kepuasan dan pengaruh pelayanan prima terhadap niat kunjungan ulang, serta menggali persepsi wisatawan secara mendalam melalui studi fenomenologi untuk memperoleh gambaran dua arah antara penyedia dan penerima layanan.

DAFTAR PUSTAKA

Anorogo, P., & Widiyanti, N. (1990). Psikologi dalam perusahaan. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Ardiansyah, A. N., & Sanjaya, V. F. (2021). Pelayanan prima (service excellence) di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS Tour dan Travel Lampung). EKSYDA: Jurnal Studi Ekonomi Syariah, 2(1), 1–21.

Arifin, I. R. (2022). Implementasi prinsip-prinsip pelayanan oleh pengelola wisata religi Masjid Gedhe Mataram Kotagede Yogyakarta tahun 2021 (Skripsi). UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Creswell, J. W. (1998). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions. SAGE Publications.

Fakhira, N. (2025). Penerapan pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan wisatawan di Jatinangor National Park. Journal of Social and Economics Research, 7(2), 2313–2322.

Hermayanty, I. (2021). The effects of coordination on public service quality at the office of archives and library of Sumedang Regency. JHSS (Journal of Humanities and Social Studies), 5(3), 261–264.

Karennina, F. (2020). Implementasi pelayanan prima ibadah umrah pada PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2022). Marketing for hospitality and tourism (8th ed.). Pearson.

Kusriwulan, D. N., Singandaru, A. B., & Hulfa, I. (2025). Pelayanan prima GRO pada Hotel Golden Palace Lombok. Jurnal Penelitian Mahasiswa Pariwisata, 3(2), 358–367.

Li, Y., Liu, B., Chen, P., & Huan, T. C. (2021). Tourism service providers' physical attractiveness and customers' service quality evaluation: Is warmth or competence more important? Tourism Review, 76(6), 1260–1278.

Madar, A. (2019). Continuously improving the quality of tourism services, a method of increasing customer satisfaction. Bulletin of the Transilvania University of Brașov. Economic Sciences. Series V, 12(1), 87–94.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.

Nur, M. (2017). Kualitas pelayanan prima pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan. Jurnal Office, 3(1), 72–78.

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.

Pena, M. M., Silva, E. M. S. D., Tronchin, D. M. R., & Melleiro, M. M. (2013). The use of the quality model of Parasuraman, Zeithaml and Berry in health services. Revista da Escola de Enfermagem da USP, 47(5), 1227–1232.

Peranginangin, J., & Pratiwiningrum, R. (2024). Pengaruh product quality, price, brand image, dan repurchase intention terhadap customer satisfaction sebagai variabel intervening. EKALAYA: Jurnal Ekonomi Akuntansi, 2(2), 174–185.

Prentice, C. (2020). Emotional intelligence and tourist experience: A perspective article. Tourism Review, 75(1), 52–55.

Priyanto, R. (2018). Perancangan model wisata edukasi di objek wisata Kampung Tulip.

Saleh, S. (2017). Analisis data kualitatif.

Sari, D. P. (2020). Identifikasi kepuasan pengunjung terhadap Taman Balai Kota Bandung sebagai ruang terbuka publik (Skripsi). Institut Teknologi Nasional Bandung.

Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). Pengukuran kualitas pelayanan (Servqual–Parasuraman) dalam membentuk kepuasan pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan. Dialektika, 4(1), 45–64.

Suwithi, N. W. (1999). Pelayanan prima (customer care). Jakarta.

Tjiptono, F. (2012). Service management: Mewujudkan layanan prima. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Untari, R., Resmayasari, I., Dewi, H., & Mulyana, B. (2025). Pengetahuan dan dampak pelatihan pelayanan prima (service excellence) dalam upaya peningkatan pengembangan wisata di AEWO Kampung Wisata Mulyaharja Kota Bogor. Jurnal Abdimas Adpi Sosial dan Humaniora, 6(1), 61–68.

Van Nguyen, L. T., Nguyen, P. N. D., Nguyen, T. Q., & Nguyen, K. T. (2021). Employee engagement in brand value co-creation: An empirical study of Vietnamese boutique hotels. Journal of Hospitality and Tourism Management, 48, 88–98.

Wijayanti, N. P. E., Putra, I. N. D., & Mahadewi, N. M. E. (2017). Perspektif wisatawan domestik terhadap kualitas pelayanan wisata arung jeram di Sungai Ayung, Bali.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations. The Free Press.

Zhang, Y., Zhang, S., & Zhang, S. (2025). Your appreciation helps me grow: The influence of customer gratitude expression on employee career growth. SAGE Open, 15(3), 21582440251356031.