**IMPLEMENTASI *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) UNTUK MENGETAHUI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP HARAPAN WISATAWAN AL-FATIH TOUR & TRAVEL**

**Alwin Lasarudin1, Pradnya Paramita Yoanda2**

Program Diploma Kepariwisataan Universitas Merdeka (UNMER), Malang

Jl. Bandung No. 1, Malang

Korespodensi dengan Penulis: Alwin Lasarudin

**Nama Penulis** : Alwin Lasarudin Telp: 085235086064

E-mail: alwin.lasarudin@unmer.ac.id

***Abstract***

*Currently, travel agencies are not only competing to attract tourists but also to retain them through unforgettable service experiences. Service quality is crucial for a travel agency's success, fostering customer loyalty and positive recommendations. Models like "SERVQUAL" aid in understanding and managing service quality. There are five gaps affecting Tourist Expectations: understanding, standards, perceptions, communication, and timing. The Importance Performance Analysis (IPA) method provides a systematic framework by analyzing the importance and actual performance of service elements. In travel agencies, IPA can evaluate service quality against tourist expectations, as shown by Al-Fatih Tour & Travel. This study used an IPA questionnaire with 100 tourists to determine the importance and performance levels of services. The IPA Cartesian diagram identified 9 priority services for quality improvement: (1) Environmental conditions, (2) Neat and professional appearance, (3) Accuracy in fulfilling promises, (4) Timely booking and delivery services, (5) Providing services quickly and accurately, (6) Always ready to serve tourists, (7) Using Al-Fatih Tour & Travel services provides a sense of security, (8) Knowledge and skills relevant to the field, (9) Treating tourists with full attention. The IPA Cartesian diagram divides service attributes into four quadrants, helping travel agencies identify areas needing improvement, those to be maintained, those not urgent, and those that might be excessive. This focus enables travel agencies to enhance service quality effectively to meet tourist expectations.*

***Keywords:*** *Service quality; Tourist Expectations; Importance Performance Analysis*

**Abstraks**

Saat ini, biro perjalanan tidak hanya bersaing untuk menarik wisatawan, tetapi juga mempertahankan mereka melalui pengalaman layanan yang tak terlupakan. Kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan suatu biro perjalanan, menciptakan pelanggan yang loyal dan memicu rekomendasi positif. Model kualitas jasa seperti "SERVQUAL" membantu memahami dan mengelola kualitas layanan. Ada lima kesenjangan yang dapat mempengaruhi Harapan Wisatawan, seperti kesenjangan pemahaman, standar, persepsi, komunikasi, dan waktu. Metode Importance Performance Analisys (IPA), dengan menganalisis pentingnya dan kinerja aktual elemen layanan, memberikan kerangka kerja sistematis. Dalam konteks perbiro perjalananan, metode ini dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan terhadap harapan wisatawan, seperti yang dilakukan pada Al-Fatih Tour & Travel. Penelitian ini menggunakan kuesioner IPA pada 100 wisatawan biro perjalanan untuk menentukan tingkat kepentingan dan kinerja layanan. Hasil dengan menggunakan diagram kartesius IPA menunjukan 9 layanan prioritas untuk ditingkatkan kualitasnya, (1) Keadaan lingkungan, (2) Penampilan yang rapi dan profesiona, (3) Keakuratan dalam memenuhi janji pada waktu yang dijanjikan, (4) Layanan pemesanan dan pengantaran tepat waktu, (5) Memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat, (6) Selalu siap memberikan pelayanan kepada wisatawan, (7) Penggunaan jasa Al-Fatih Tour & Travel memberikan rasa aman, (8) Pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bidangnya, (9) Memperlakukan wisatawan dengan perhatian penuh. Penyusunan diagram kartesius IPA membagi atribut layanan ke dalam empat kuadran, membantu biro perjalanan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, perlu dipertahankan, tidak mendesak, atau bahkan berlebihan. Dengan demikian, biro perjalanan dapat fokus pada aspek-aspek kritis yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan dalam memenuhi harapan wisatawan.

**Kata Kunci** : Kualitas Pelayanan, Harapan Wisatawan, IPA

**PENDAHULUAN**

 Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang terus berkembang, dipicu oleh perkembangan pariwisata global dan tuntutan pelanggan yang semakin tinggi terhadap pengalaman berkualitas. Seiring dengan perkembangan ini, Biro Perjalanan Wisata (BPW) dihadapkan pada tantangan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memenuhi harapan wisatawan yang semakin kompleks dan beragam. Oleh karena itu, perlu diterapkan pendekatan evaluasi yang efektif dan terarah untuk memahami dan meningkatkan kualitas pelayanan, dan satu metode yang relevan adalah Importance-Performance Analysis (IPA).

 Dalam beberapa dekade terakhir, industri pariwisata mengalami transformasi signifikan, di mana faktor-faktor seperti mobilitas global, teknologi, dan perubahan preferensi pelanggan telah membentuk sebuah ekosistem yang dinamis dan kompetitif. BPW kini tidak hanya bersaing untuk menarik calon wisatawan, tetapi juga untuk mempertahankan mereka melalui pengalaman layanan yang tak terlupakan.

 Harapan wisatawan terhadap BPW tidak lagi terbatas pada kenyamanan fisik semata. Pelanggan kini mengharapkan interaksi personal yang ramah, pelayanan yang cepat dan efisien, serta pengalaman yang disesuaikan dengan kebutuhan individual mereka. Dalam menghadapi evolusi ini, BPW membutuhkan alat evaluasi yang dapat memberikan wawasan mendalam mengenai harapan dan persepsi wisatawan.

 Kualitas pelayanan telah menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan suatu BPW. Dalam persaingan yang semakin sengit, harapan wisatawan tidak hanya menciptakan pelanggan yang loyal tetapi juga memicu rekomendasi positif dan ulasan online yang dapat memengaruhi citra dan reputasi sebuah biro perjalanan.

 Manajemen BPW perlu menghadapi tantangan kompleks dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Penilaian yang holistik dan terstruktur diperlukan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengarahkan sumber daya dengan efektif.

 Metode IPA menawarkan kerangka kerja yang sistematis untuk mengevaluasi pentingnya elemen-elemen tertentu dalam pelayanan dan sejauh mana kinerja aktual memenuhi harapan. Dengan mengidentifikasi perbedaan antara pentingnya dan kinerja, manajemen dapat menetapkan prioritas dan mengembangkan strategi perbaikan yang terarah.

 Metode IPA telah diterapkan dalam beberapa penelitian untuk mengevaluasi kepuasan konsumen di berbagai sektor. Sebagai contoh, dalam penelitian terhadap bhineka.com, hasilnya menunjukkan bahwa prioritas perbaikan perlu diberikan pada kecepatan server website untuk meningkatkan waktu load dan penambahan detail informasi produk atau layanan kepada konsumen Dirgantara dan Sambodo (2015).

 Di sektor layanan transportasi umum, penelitian menggunakan metode IPA-PGCV untuk menentukan prioritas perbaikan kualitas layanan Transjakarta. Penelitian ini mengidentifikasi 8 atribut kritis dalam pelayanan, dengan indeks PGCV yang tinggi menjadi fokus utama perbaikan Sukwadi dan Jufina, (2015).

 Pada penelitian lain, kombinasi metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan IPA digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen secara menyeluruh, dengan usulan perbaikan berdasarkan segmentasi pelanggan yang menggunakan jasa bengkel sebanyak >=7x dan memiliki penghasilan 2-3jt. Hasilnya mengidentifikasi item utama yang harus dipertahankan oleh pihak pengelola (Nugraha, dkk, 2014).

 Dalam konteks supermarket, penelitian kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk menggunakan metode IPA. Analisis menunjukkan 17 atribut yang perlu diperbaiki dan 10 atribut yang memerlukan perhatian khusus untuk dipertahankan oleh perusahaan Yola dan Budianto, (2013).

 Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan IPA dalam konteks biro perjalanan wisata guna mengevaluasi kualitas pelayanan terhadap harapan wisatawan di Al-Fatih Tour & Travel. Dengan memahami dimensi-dimensi yang dianggap penting oleh wisatawan dan sejauh mana biro perjalanan memenuhi harapan tersebut, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan pelayanannya dengan lebih efektif.

**METODE**

 Pengambilan sampel secara acak adalah metode untuk memilih elemen atau individu dari suatu populasi, dengan memastikan bahwa setiap anggota memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Setiap elemen dalam populasi memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih, dan teknik ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode undian, bilangan acak, atau teknologi komputer untuk memastikan kesetaraan probabilitas.

 Berdasarkan populasi yang ada, perhitungan jumlah sampel minimum dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Darmawan, 2016). Karena ada keterbatasan waktu, jumlah responden yang diperoleh adalah 100, yaitu wisatawan yang menginap atau melakukan check-in di Al-Fatih Tour & Travel.

 Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada wisatawan saat melakukan check-in di Al-Fatih Tour & Travel.

 Kuesioner yang disebar merupakan kuesioner *Importance Performance Analisys*. Untuk menggambarkan jawaban responden menggunakan skala linked 1 sampai dengan 5 dimana dibagi menjadi 2 indikator yang pertama Kinerja dari Kualitas Pelayanan dengan ukuran angka terendah mempunyai arti Tidak Baik/Tidak Puas (TB) dengan bobot 1 sampai bobot tertinggi yaitu 5 yang mempunyai arti Sangat Baik (SB). Kedua yaitu Harapan dengan ukuran angka terendah mempunyai arti Tidak Penting (TP) dengan bobot 1 sampai bobot tertinggi yaitu 5 yang mempunyai arti Sangat Penting (SP)

 Rangkuti (2002) menyebutkan bahwa metode analisis ini digunakan untuk mengevaluasi Harapan Wisatawan terhadap atribut-atribut tertentu dalam suatu produk atau layanan. Metode ini membantu dalam mengidentifikasi aspek-aspek yang dianggap penting oleh pelanggan dan sejauh mana Biro perjalanan Regent’s Park berhasil memenuhi harapan tersebut.

 Menurut Supranto (1997), Analisis Kinerja Kepentingan merupakan metode yang membantu perusahaan untuk fokus pada aspek-aspek kritis yang dapat meningkatkan Harapan Wisatawan dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi pelanggan terhadap produk atau layanan.

 Menurut J. Supranto (1997), dengan menggunakan sumbu mendatar (X) untuk menunjukkan nilai rata-rata skor kinerja dan sumbu tegak (Y) untuk menunjukkan nilai rata-rata skor kepentingan dalam diagram kartesius, hasilnya dapat menghasilkan grafik yang mencerminkan Analisis Kinerja Kepentingan (IPA). Dengan memasukkan data skor kinerja dan kepentingan untuk setiap atribut atau karakteristik yang dievaluasi, dapat menentukan posisi relatif setiap atribut pada grafik, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Tki=\frac{Xi}{Yi} X 1OO\%$$

Keterangan : Tki = Tingkat Kesesuaian Respon

 Xi = Skor Nilai Kinerja perusahaan

 Yi = Skor Nilai Kepentingan perusahaan

 Pengukuran Kesesuaian Respon melibatkan perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan yang diberikan oleh pihak biro perjalanan. Untuk secara visual menggambarkan unsur-unsur Kesesuaian Respon antara kepentingan dan kinerja, sangat penting menggunakan diagram kartesius. Diagram kartesius membentuk suatu bagan yang terdiri dari empat bagian, dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y). Dengan menggunakan diagram ini, kita dapat lebih jelas memahami sejauh mana harapan atau kepentingan dapat memenuhi kinerja, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi Harapan Wisatawan.

 Rumus untuk menentukan setiap faktor yang mempengaruhi Harapan Wisatawan adalah:

$$Xi=\frac{\sum\_{}^{} Xi}{N} Yi=\frac{\sum\_{}^{} Xi}{N}$$

Keterangan : Xi = Rata-rata penilaian tingkat kinerja

Yi = Rata-rata tingkat harapan./.kepentingan

N = Jumlah responden

Persamaan yang digunakan untuk menguraikan diagram kartesius adalah :

$$X1=\frac{\sum\_{}^{}\frac{n}{i}=1 Xi}{K} Y1=\frac{\sum\_{}^{}\frac{n}{i}=1 Yi}{K}$$

Keterangan : X1 = Rataan penilaian atribut kinerja secara keseluruhan

Y1 = Rataan penilaian tingkat kepentingan./.harapan untuk semua

 atribut

K = Jumlah atribut yang berdampak pada Harapan Wisatawan

 Kemudian, tingkat unsur-unsur tersebut akan diuraikan dan dibagi menjadi empat bagian dalam diagram kartesius, sebagai berikut:

Tingkat Kepentingan/Harapan

Yi Kepentingan Utama Pertahankan.Kinerja

 A B

 Tidak Mendesak Berlebihan

 C D

Xi : Tingkat Kinerja/Kualitas Pelayanan

**Gambar 2 : Pembagian Kuadran *Importance Performance Analisys***

1. Kotak A (*Atrributes to improve*)

Menunjukan faktor-faktor yang dianggap berpengaruh terhadap harapan wisatawan, termasuk unsur-unsur layanan yang dianggap sangat penting, tetapi belum diimplementasikan dengan sesuai oleh pihak biro perjalanan. Hal ini mengakibatkan ketidakpuasan wisatawan terhadap apa yang mereka harapkan.

1. Kotak B (*Maintain Performance*)

Menunjukan elemen-elemen layanan pokok yang berhasil diimplementasikan oleh manajemen biro perjalanan, oleh karena itu, perlu dipertahankan. Hal ini dianggap sangat penting dan memuaskan.

1. Kotak C (*Attributes to Maintain*)

Menyoroti beberapa poin yang memiliki dampak yang kurang signifikan bagi wisatawan, pelaksanaannya oleh perusahaan hanya sebatas biasa-biasa saja. Dinilai sebagai hal yang kurang penting dan kurang memuaskan.

1. Kuadran D (*Attributes to De-emphasize*)

Menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan, meskipun kurang signifikan, namun pelaksanaannya dilakukan secara berlebihan. Meskipun dianggap kurang penting, namun sangat memuaskan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Importance Performance Analysis (IPA)**

**Tabel 1.** **Importance Performance Analysis (IPA)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Nama Atribut | Tingkat Kesesuaian (Tki) (%) | Rata-rata Xi | Rata-rataYi |
| 1 | Keadaan lingkungan di Al-Fatih Tour & Travel bersih dan nyaman bagi para wisatawan. | 76.73 | 3.67 | 4.91 |
| 2 | Peralatan, fasilitas, dan peralatan di Al-Fatih Tour & Travel sangat modern. | 82.49 | 4.06 | 4.92 |
| 3 | Pengawai Al-Fatih Tour & Travel tampil dengan penampilan yang rapi dan profesional. | 75.51 | 3.71 | 4.91 |
| 4 | Para karyawan memakai identifikasi yang jelas mengenai nama, posisi, kewenangan, dan tanggung jawab di Al-Fatih Tour & Travel. | 93.05 | 4.54 | 4.88 |
| 5 | Keakuratan dalam memenuhi janji pada waktu yang telah ditentukan oleh Al-Fatih Tour & Travel sesuai dengan yang dijanjikan. | 74.30 | 3.71 | 4.99 |
| 6 | Jadwal kerja layanan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Al-Fatih Tour & Travel. | 93.37 | 4.66 | 4.97 |
| 7 | Layanan pemesanan dan pengantaran tepat waktu sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Al-Fatih Tour & Travel. | 78.79 | 3.91 | 4.96 |
| 8 | Para karyawan di Al-Fatih Tour & Travel mampu memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami. | 89.80 | 4.39 | 4.91 |
| 9 | Karyawan di Al-Fatih Tour & Travel memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat. | 76.73 | 3.77 | 4.91 |
| 10 | Karyawan merespon dengan cepat terhadap kedatangan wisatawan di Al-Fatih Tour & Travel. | 80.00 | 3.61 | 4.51 |
| 11 | Karyawan di Al-Fatih Tour & Travel selalu responsif terhadap permasalahan yang muncul. | 91.73 | 4.54 | 4.95 |
| 12 | Karyawan Al-Fatih Tour & Travel selalu siap memberikan pelayanan kepada wisatawan. | 77.31 | 3.86 | 4.97 |
| 13 | Karyawan mampu membangun kepercayaan wisatawan di Al-Fatih Tour & Travel. | 74.43 | 3.62 | 4.86 |
| 14 | Penggunaan jasa Al-Fatih Tour & Travel memberikan rasa aman. | 77.96 | 3.83 | 4.91 |
| 15 | Pengetahuan dan keterampilan karyawan di Al-Fatih Tour & Travel sesuai dengan bidangnya. | 70.30 | 3.49 | 4.96 |
| 16 | Karyawan dan Al-Fatih Tour & Travel bertanggung jawab atas kesalahan dalam proses reservasi dan memberikan prioritas pada kepentingan wisatawan. | 91.00 | 4.56 | 4.99 |
| 17 | Al-Fatih Tour & Travel mengutamakan kepentingan wisatawan. | 81.92 | 3.86 | 4.71 |
| 18 | Karyawan mampu memahami dan memenuhi kebutuhan wisatawan sesuai dengan harapannya di Al-Fatih Tour & Travel. | 84.18 | 4.16 | 4.94 |
| 19 | Karyawan di Al-Fatih Tour & Travel memperlakukan wisatawan dengan perhatian penuh. | 70.30 | 3.49 | 4.96 |
| 20 | Karyawan Al-Fatih Tour & Travel mudah dihubungi oleh wisatawan. | 94.80 | 4.56 | 4.81 |
| Rata-Rata | 81.44 | 4 | 4.89 |

Sumber: Data diolah, 2024

1. **Kesesuaian Respon**

Respon Kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor kualitas pelayanan dengan skor harapan/kepentingan, dan Respon Kesesuaian ini digunakan untuk menentukan skala prioritas layanan dan prioritas perbaikan guna mencapai Harapan Wisatawan (Yola, 2013). Berdasarkan perhitungan Respon Kesesuaian (Tki) pada tabel, diperoleh nilai rata-rata Respon Kesesuaian sebesar 81,44%, dengan rentang nilai antara 70,30% hingga 94,80%. Atribut dengan nilai 70,30% adalah "Karyawan di Al-Fatih Tour & Travel memperlakukan wisatawan dengan perhatian penuh, dan Pengetahuan dan keterampilan karyawan di Al-Fatih Tour & Travel sesuai dengan bidangnya." Hal ini menunjukkan bahwa Karyawan di Al-Fatih Tour & Travel memperlakukan wisatawan dengan perhatian penuh, dan Pengetahuan dan keterampilan karyawan di Al-Fatih Tour & Travel sesuai dengan bidangnya, masih belum sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga perlu adanya perbaikan dan perhatian lebih dari Al-Fatih Tour & Travel. Atribut dengan nilai 94,80% adalah " Karyawan Al-Fatih Tour & Travel mudah dihubungi oleh wisatawan." Atribut ini menunjukkan bahwa karyawan atau BPW Al-Fatih Tour & Travel mudah dihubungi oleh wisatawan sangat sesuai dengan harapan konsumen, namun masih perlu diperhatikan dan dipertahankan konsistensinya.

Tabel di atas menjelaskan hubungan kesesuaian antara tingkat harapan/kepentingan dan tingkat kualitas pelayanan, yang sangat baik dan sesuai. Hal ini didukung oleh pendapat Indriwinangsih dan Sudaryanto (2007) bahwa jika persentasenya 80-100%, kesesuaian tersebut dapat dikatakan sebagai kinerja dari setiap atribut yang telah memenuhi harapan konsumen tetapi masih perlu perbaikan. Persentase >100% dapat dikatakan bahwa kinerja atribut tersebut telah melebihi harapan konsumen. Rata-rata tingkat kinerja adalah 4,00, dan rata-rata tingkat kepentingan adalah 4,89. Nilai-nilai rata-rata ini akan digunakan untuk menentukan diagram kartesius (Analisis Pelayanan dan Harapan/Kepentingan) yang dibagi menjadi empat kuadran, termasuk kuadran A sebagai prioritas utama; kuadran B untuk mempertahankan prestasi; kuadran C sebagai prioritas rendah; dan kuadran D sebagai berlebihan.

1. **Penjabaran atribut berdasarkan diagram Importance Performance Analysis**

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (x,y), dimana x merupakan rata-rata dari skor tingkat pelaksanaan seluruh faktor dan y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang memperngaruhi harapan wisatawan, Supranto (2011). Penjabaran kuadran *Importance Performance Analysis* dapat dilihat pada gambar kuadran kartesius dibawah.



**Gambar 4. Diagram Kartesius Pengukuran Harapan Wisatawan**

Keterangan :

1. Keadaan lingkungan
2. Peralatan, fasilitas, dan peralatan
3. Penampilan yang rapi dan profesional.
4. Para karyawan memakai tanda penganal yang jelas
5. Keakuratan dalam memenuhi janji pada waktu yang dijanjikan.
6. Jadwal kerja layanan sesuai
7. Layanan pemesanan dan pengantaran tepat waktu
8. Memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami.
9. Memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat.
10. Karyawan merespon dengan cepat terhadap kedatangan wisatawan
11. Karyawan responsif terhadap permasalahan yang muncul.
12. Selalu siap memberikan pelayanan kepada wisatawan.
13. Karyawan mampu membangun kepercayaan wisatawan
14. Penggunaan jasa Al-Fatih Tour & Travel memberikan rasa aman.
15. Pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bidangnya.
16. Bertanggung jawab atas kesalahan dalam proses reservasi dan memberikan prioritas pada kepentingan wisatawan.
17. Mengutamakan kepentingan wisatawan.
18. Mampu memahami dan memenuhi kebutuhan wisatawan sesuai dengan harapannya
19. Memperlakukan wisatawan dengan perhatian penuh.
20. Mudah dihubungi oleh wisatawan.

 Pemetaan kuadran ini menggambarkan variasi kondisi yang berbeda. Penyusunan peta ini berdasarkan tingkat harapan/kepentingan dan pelayanan memungkinkan biro perjalanan untuk mengidentifikasi dengan cepat area yang memerlukan perbaikan, terutama pada atribut-atribut yang dianggap penting oleh wisatawan dalam waktu yang relatif singkat. Interpretasi untuk setiap kuadran dijelaskan sebagai berikut:

**Kuadran A (Kepentingan Utama)**

 Pada kuadran ini, terlihat faktor-faktor yang dianggap penting oleh wisatawan, namun kinerja dari Al-Fatih Tour & Travel belum optimal dalam memberikan kepuasan sesuai harapan para wisatawan. Hal ini menyebabkan ketidakpuasan di kalangan wisatawan. Dimensi ini menjadi prioritas untuk perbaikan. Atribut yang termasuk dalam kuadran A meliputi Keadaan lingkungan, Penampilan yang rapi dan profesional, keakuratan dalam memenuhi janji pada waktu yang dijanjikan, layanan pemesanan dan pengantaran tepat waktu, memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat, selalu siap memberikan pelayanan kepada wisatawan, penggunaan jasa al-fatih tour & travel memberikan rasa aman, pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bidangnya, memperlakukan wisatawan dengan perhatian penuh..

**Kuadran B (Pertahankan Kinerja)**

 Kuadran B mencerminkan harapan tertinggi dari wisatawan, di mana atribut-atribut ini telah sesuai dengan persepsi mereka dan dianggap sebagai faktor-faktor krusial yang mendukung kepuasan dan harapan konsumen. Oleh karena itu, biro perjalanan perlu mempertahankan kinerja optimal pada atribut-atribut ini. Diagram kartesius menunjukkan tujuh atribut yang berada dalam kuadran B, termasuk peralatan, fasilitas, dan peralatan, jadwal kerja layanan sesuai, memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami, karyawan responsif terhadap permasalahan yang muncul, bertanggung jawab atas kesalahan dalam proses reservasi dan memberikan prioritas pada kepentingan wisatawan, mampu memahami dan memenuhi kebutuhan wisatawan sesuai dengan harapannya.

**Kuadran C (Tidak Mendesak)**

 Kuadran C mencakup faktor-faktor yang memiliki tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah, dan pada saat yang sama, dianggap kurang penting atau tidak terlalu diharapkan oleh wisatawan. Oleh karena itu, biro perjalanan tidak perlu memberikan prioritas atau perhatian lebih pada faktor-faktor ini. Diagram kartesius menunjukkan bahwa terdapat tiga atribut yang masuk dalam kuadran C, yaitu, karyawan merespon dengan cepat terhadap kedatangan wisatawan, karyawan mampu membangun kepercayaan wisatawan, mengutamakan kepentingan wisatawan..

**Kuadran D (Berlebihan)**

 Pada kuadran ini, terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh wisatawan. Oleh karena itu, biro perjalanan disarankan untuk mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor ini kepada faktor-faktor lain yang memiliki tingkat prioritas lebih tinggi. Diagram kartesius menunjukkan dua atribut yang masuk dalam kuadran D, yaitu para karyawan memakai tanda penganal yang jelas dan mudah dihubungi oleh wisatawan.

**KESIMPULAN**

 Hasil dengan menggunakan diagram kartesius IPA (Importance Performance Analisys) menunjukan 9 layanan yang harus diprioritaskan untuk ditingkatkan kualitasnya dalam memenuhi harapan wisatawan, yaitu:

1. Keadaan lingkungan di Al-Fatih Tour & Travel bersih dan nyaman bagi para wisatawan.
2. Pengawai Al-Fatih Tour & Travel tampil dengan penampilan yang rapi dan profesional.
3. Keakuratan dalam memenuhi janji pada waktu yang telah ditentukan oleh Al-Fatih Tour & Travel sesuai dengan yang dijanjikan.
4. Layanan pemesanan dan pengantaran tepat waktu sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Al-Fatih Tour & Travel.
5. Karyawan di Al-Fatih Tour & Travel memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat.
6. Karyawan Al-Fatih Tour & Travel selalu siap memberikan pelayanan kepada wisatawan.
7. Penggunaan jasa Al-Fatih Tour & Travel memberikan rasa aman.
8. Pengetahuan dan keterampilan karyawan di Al-Fatih Tour & Travel sesuai dengan bidangnya.
9. Karyawan di Al-Fatih Tour & Travel memperlakukan wisatawan dengan perhatian penuh.

**DAFTAR RUJUKAN**

Darmawan, Deni. 2016. "Metode Penelitian Kuantitatif." Bandung: Rosda.

Dirgantara, H. B., & Sambodo, A. T. (2015). "Penerapan Model Importance Performance Analysis dalam Studi Kasus: Analisis Kepuasan Konsumen Bhinneka.com." Jurnal Sains Dan Teknologi, 2(1), 52–62. Retrieved from http://research.kalbis.ac.id/Research/Files/Article/Full/CANWL8MBTPOVL4NIQWGNIA6H1.pdf

Fandy Tjiptono, 2001. "Total Quality Management." Edisi Revisi. Cetakan IV. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Indriwinangsih. dan Sudaryanto. 2007. "Pengukuran Kualitas Pelayanan Kartu Pra Bayar Pro XL di Wilayah Depok." Jurnal Manajemen dan Pemasaran 1(7): 1 - 10.

Irawan, A. 2009. "10 Prinsip Harapan Wisatawan." Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Nugraha, Rizal, dkk. 2014. "Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel 'X' Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis (Studi Kasus di Bengkel AHASS Pd. Sumber Motor Karawang)." Dalam Reka Integra ISSN: 2338-5081 Jurusan Teknik Industri ITENAS | No.03 | Vol.01 Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Januari 2014.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research." Journal of Marketing, Vol. 49, Fall.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." Journal of Retailing, Vol. 64, Spring.

Rangkuti, Freddy, 2002, "Membandingkan Harapan Wisatawan Sangat Berbahaya," SWA 18/XVIII/5-18 SEPTEMBER hal. 38.

Schiffman dan Kanuk 2007. "Perilaku Konsumen." Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Sukwadi, R. & Jufina (2015). "Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan TransJakarta dengan Menggunakan Metode IPA-PGCV." Vol. 4 No. 2 (2015): Jurnal Rekayasa Sistem Industri. Retrieved from https://journal.unpar.ac.id/index.php/jrsi/article/view/1627

Supranto, J. (2011) "Pengukuran Tingkat Harapan Wisatawan untuk Menaikkan Pangsa Pasar." Jakarta: Rineka Cipta. pp 59-241.

Supranto. (2001). "Tingkat Kesesuaian Pada Metode Importance Performance Analysis (IPA)."

Supranto, Johannes, 1997, "Pengukuran Tingkat Harapan Wisatawan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar." Rineka Cipta, Jakarta.

Supranto, Johannes, 1997, "Pengukuran Tingkat Harapan Wisatawan Termasuk Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja." USAHAWAN NO. 05 TH XXVI MEI hal. 26-29.

Yola, M. & Budianto, D. (2013) "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)." J. Optimasi Sist. Ind., vol. 12, no. 1, pp. 301–309.