

## E-Service Quality on the Ubud Monkey Forest Website, Gianyar (Demand Perspectives)

Ni Made Septi Dwiari<sup>1\*</sup>, Ni Made Eka Mahadewi<sup>2</sup>, I Wayan Mertha<sup>3</sup>

Jurusan Kepariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

**Corresponding Author:** Ni Made Septi Dwiari [septidwiari64@gmail.com](mailto:septidwiari64@gmail.com)

### ARTICLE INFO

*Keywords* : Tourist  
Perception, Electronic  
Service Quality, Tourist  
Satisfaction

*Received* : 02 July

*Revised* : 19 July

*Accepted*: 20 August

©2024 Dwiari, Mahadewi,  
Mertha: This is an open-  
access article distributed  
under the terms of the  
[Creative Commons Atribusi  
4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

This study aims to determine the e-service quality on the Monkey Forest Ubud website, Gianyar with a tourist perception approach. The sampling technique used was non-probability sampling with a total of 192 respondents consisting of domestic and foreign tourists. The analysis technique used in this study was measured using Importance Performance Analysis (IPA). The results of the study show that the level of satisfaction of domestic and foreign tourists has different satisfactions. Domestic tourists have a 92% suitability rate and foreign tourists have a 90% suitability rate. Based on the GAP analysis, it was found that the average was (-0.30) which means that tourists are still not satisfied with the service that meets the expectations of tourists. The findings of this study can be used as a consideration to improve the quality of electronic services by prioritizing indicators that have low performance with high levels of tourist expectations.

## ***E-Service Quality pada Website Monkey Forest Ubud, Gianyar (Demand Perspectives)***

Ni Made Septi Dwiari<sup>1\*</sup>, Ni Made Eka Mahadewi<sup>2</sup>, I Wayan Mertha<sup>3</sup>

Jurusan Kepariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

**Corresponding Author:** Ni Made Septi Dwiari [septidwiari64@gmail.com](mailto:septidwiari64@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Persepsi Wisatawan, Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepuasan Wisatawan

*Received :* 02 Juli

*Revised :* 19 Juli

*Accepted:* 20 Agustus

©2024 Dwiari, Mahadewi, Mertha: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui e-service quality pada website Monkey Forest Ubud, Gianyar dengan pendekatan persepsi wisatawan. Teknik sampling yang digunakan yaitu non probability sampling dengan jumlah 192 responden yang terdiri dari wisatawan domestik dan asing. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Importance Performance Analysis (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan wisatawan domestik dan mancanegara memiliki kepuasan yang berbeda. Wisatawan domestik memiliki tingkat kesesuaian 92% dan wisatawan asing memiliki tingkat kesesuaian 90%. Berdasarkan analisis GAP, ditemukan rata-rata (-0,30) yang berarti wisatawan masih belum puas dengan pelayanan yang sesuai harapan wisatawan. Hasil temuan dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan elektronik dengan memprioritaskan indikator yang memiliki kinerja rendah dengan tingkat harapan wisatawan yang tinggi.

---

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata sedang mengalami perkembangan dengan pertumbuhan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) (Sharma, 2018). Penggunaan internet di dunia sudah mencapai 5.16 miliar dengan presentase populasi 64.4% dari jumlah total populasi sebanyak 8,01 miliar orang dengan tujuan utama mencari informasi (Simon Kemp, 2023). Penggunaan media sosial sangat membantu manusia dalam kegiatan sehari-hari terutama dalam manajemen suatu bisnis. Kelahiran media sosial bagi sebuah bisnis telah merubah cara berkomunikasi dengan pelanggan dan masyarakat luas (Waskithoaji dkk., 2022). Wisatawan komponen penting bagi sebuah bisnis industri pariwisata, sehingga sebuah industri harus selalu melakukan peningkatan baik dari kualitas fisik maupun kualitas pelayanan elektronik (ESQ) untuk memberikan citra yang baik kepada wisatawan sehingga kepuasan wisatawan dan loyalitas dapat terwujud (Santi, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh yang dilakukan oleh Budiawan & Mustikasari pada tahun 2023 menghasilkan bahwa *e-service quality* pada aplikasi Maresto berpengaruh sebesar 50,7% lalu sisanya sebesar 49,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian seperti strategi promosi dan pemasaran, pada uji tersebut juga disimpulkan bahwa adanya korelasi/hubungan sebesar 71,2% dimana presentase tersebut berada pada rentang hubungan yang erat (Budiawan & Mustikasari, 2023). Artinya dari penelitian tersebut, variabel lain yang mempengaruhi selain pada *e-service quality*, juga dipengaruhi oleh strategi promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah industri. Hal ini selaras dengan penelitian Widayanti dkk. yang menghasilkan bahwa *e-service quality* dengan mampu memengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 62,4% dan sisanya sebesar 37,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini berupa kualitas produk, emosi, harga, dan biaya lain sebagainya yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian tersebut (Widayanti dkk., 2023).

## TINJAUAN PUSTAKA

Lie et.al (2009) menyatakan bahwa meskipun *e-service* sangat penting dalam pasar Internet, sebagian besar perusahaan perjalanan online tampaknya tidak fokus pada layanan online mereka kepada pelanggan. Mereka tidak menyadari bahwa persaingan di antara perusahaan perjalanan online terutama bergantung pada pelayanan onlinenya, dan kurangnya motivasi untuk mengadopsi beberapa strategi untuk mengembangkan atau meningkatkan pelayanan perjalanan online mereka kepada pelanggan. Meskipun beberapa perusahaan telah menyadari signifikansi pelayanan perjalanan online bagi pelanggan, mereka tampaknya belum sepenuhnya memahami bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas serta bagaimana pelanggan menilai kualitas pelayanan online tersebut. Padahal pengukuran persepsi wisatawan terhadap suatu situs membantu mengidentifikasi kelemahan dan atribut kekurangan yang terkait dengan kepuasan (Bhuiyan & Darda, 2021).

Di Kabupaten Gianyar, Monkey Forest Ubud terpilih menjadi daya tarik wisata yang menerapkan digitalisasi pada penerapan new normal dalam "Road to Penerapan Tatanan Kehidupan Era Baru di Provinsi Bali" sejak tahun 2020

dalam hal transaksi digital (Kusniarti, 2020). Dari hal tersebut, menandakan bahwa pemerintah mempercayai Monkey Forest Ubud telah siap untuk maju ke tahap digitalisasi. Salah satu daya tarik wisata yang telah menggunakan website sebagai sarana untuk membagikan informasi mengenai daya tarik wisatanya, promosi, hingga pemesanan tiket online yakni Daya Tarik Wisata Monkey Forest Ubud dengan websitenya yakni <https://monkeyforestubud.com/>. Berdasarkan data kunjungan wisatawan yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali, Monkey Forest Ubud tercatat memiliki jumlah kunjungan yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan daya tarik wisata sejenis seperti Alas Kedaton dan Sangeh, dengan perbandingan kunjungan wisatawan yang dapat dilihat pada Tabel 1.4 sebagai berikut.

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Monkey Forest Ubud, Sangeh, dan Alas Kedaton Tahun 2019-2021

No	Daya Tarik Wisata	Tahun			Total
		2019	2020	2021	
1	Monkey Forest Ubud	1.559.908	289.196	59.783	348.978
2	Monkey Forest Sangeh	142.912	51.486	30.811	225.209
3	Alas Kedaton	71.526	9.297	-	80.823

[Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2024]

Berdasarkan Tabel 1.4 dijelaskan bahwa pada bahwa dari perbandingan jumlah kunjungan wisatawan pada daya tarik wisata Mokey Forest Ubud dengan daya tarik wisata sejenis yakni Monkey Forest Sangeh dan Alas kedaton, Monkey Forest Ubud menduduki kunjngan wisatawan terbanyak dengan total 348.979 selama periode 2019-2021 dan diikuti oleh Monkey Forest Sangeh dan Alas Kedaton. Dari data perbandingan tersebut menunjukkan popularitas Monkey Forest Ubud dibandingkan dengan daya tarik wisata lain sejenis. Sehingga Monkey Forest Ubud dipilih sebagai lokasi penelitian.

Saat ini, permasalahan yang terjadi di Monkey Forest Ubud terletak pada penggunaan website official Monkey Forest Ubud yang belum maksimal. Fenomena yang terjadi saat ini, wisatawan yang berkunjung lebih banyak memesan tiket secara langsung dibandingkan dengan membeli tiket melalui website. Sehingga seringkali terjadi antrean panjang dan wisatawan lebih memilih aplikasi pihak ke 3. Selain itu, website yang dimiliki terkadang terdapat masalah teknis berupa page not found ketika wisatawan membuka situs website Monkey Forest Ubud (Marketing Team, 2024). Mereka berharap untuk dapat lebih meningkatkan eksistensi keberadaan website yang dimiliki. Dari pernyataan tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui persepsi wisatawan mengenai e-service quality pada website Monkey Forest Ubud sehingga pihak industri dapat meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan penilaian wisatawan dan mampu bersaing di era digital ini. Terdapat delapan faktor yang telah diidentifikasi untuk mengukur kualitas pelayanan elektronik yakni *Website Design* (Desain Situs Web), *Responsiveness*

(Responsivitas), *Reliability* (Keandalan), *Informative* (Informatif), *Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan), *Security* (Keamanan), *Empathy* (Empati), *System Availability* (Ketersediaan Sistem) (Sharma, 2018).

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui peringkat dari atribut-atribut layanan dan mengidentifikasi atribut apa saja yang dapat ditingkatkan, diperbaiki dan dipertahankan (Pratama & Helma, 2019). Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan kriteria berupa wisatawan asing dan domestik yang berkunjung ke Monkey Forest dalam kurun waktu 3 tahun, pernah mengunjungi website Monkey Forest Ubud, dan responden dengan rentang umur 17-50 tahun. Penentuan sampel berdasarkan Hair J.F. dkk. (2020) sehingga menghasilkan 192 responden yang terdiri dari 96 wisatawan domestik dan 96 wisatawan asing sehingga menemukan representasi yang berimbang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei (kuesioner), observasi, dokumentasi, dan studi pustaka.

## HASIL PENELITIAN

### Deskripsi Data

Berdasarkan pada 192 responden yang terbagi menjadi wisatawan domestik dan asing, dapat dilihat bahwa pada wisatawan domestik, mayoritas wisatawan berasal dari Jawa Timur dengan persentase 23,96% diikuti oleh Jawa Tengah dengan persentase 13%. Berdasarkan umur didominasi oleh wisatawan dengan rentang umur 17-25 tahun, 57% laki-laki, 31% sebagai pelajar, dan 32% memperoleh informasi melalui instagram. Sedangkan pada wisatawan asing, Benua Eropa mendominasi dengan persentase 54%, rentang umur 36-50 tahun sebesar 35%, 58% laki-laki, dan 33% wiraswasta. Berdasarkan informasi yang diperoleh, mayoritas wisatawan asing mendapatkan informasi mengenai Monkey Forest Ubud melalui Instagram dengan persentase 39%.

Pengujian instrumen berupa uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS menggunakan 30 responden untuk diujikan. Hasil uji validitas pada variabel kinerja dan harapan dinyatakan valid dikarenakan nilai  $r$ -hitung  $>$  dari  $r$ -tabel yakni  $>$  0,361. Selanjutnya pada hasil uji reliabilitas menghasilkan bahwa nilai Cronbach Alpha  $>$  0,60. Sehingga dari hasil analisis tersebut, variabel pelayanan kinerja dan variabel pelayanan harapan dinyatakan reliabel sebagai instrumen penelitian

## PEMBAHASAN

Tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan wisatawan domestik terhadap e-service quality pada website Monkey Forest Ubud menunjukkan bahwa tingkat kesesuaiannya yakni 92,67% dengan dimensi terendah pada *System Availability* dan wisatawan asing dengan tingkat kesesuaian 90,06% dengan dimensi terendah pada *Informative*. Hasil analisis rata-rata kesenjangan (GAP) pada kedelapan dimensi e-service quality sebesar -0,31 pada wisatawan domestik dan asing. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan domestik dan asing belum puas atau belum sesuai dengan yang diharapkan wisatawan. Tabel 2.

merupakan hasil perhitungan GAP tingkat kepuasan pada Indikator Kualitas Pelayanan Elektronik di Monkey Forest Ubud sebagai berikut.

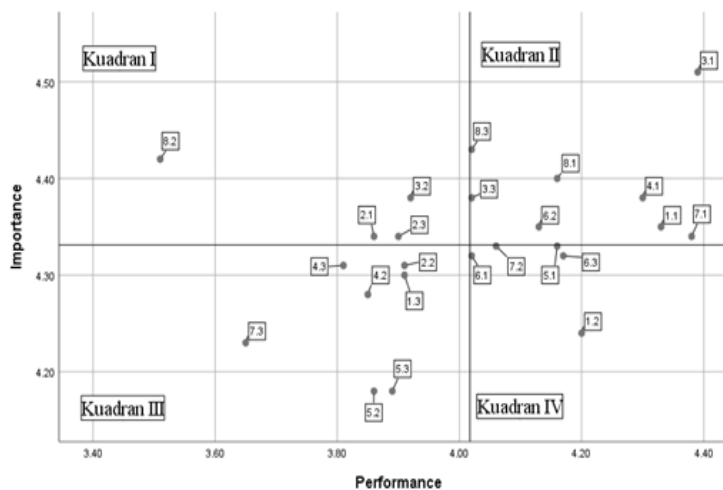
Tabel 2. Perhitungan GAP Tingkat Kepuasan Wisatawan pada Indikator Kualitas Pelayanan Elektronik di Monkey Forest Ubud

No	Indikator	Wisatawan Domestik			Wisatawan Asing		
		NP	NE	NS	NP	NE	NS
	<i>Website Design</i>						
X1.1	Penampilan situs website menarik secara visual	4,33	4,35	-0,02	4,21	4,43	<b>-0,22</b>
X1.2	Situs website menampilkan kreatifitas	4,20	4,24	-0,04	4,16	4,26	<b>-0,10</b>
X1.3	Layout website terorganisasi dengan baik	3,91	4,30	-0,39	4,38	4,40	<b>-0,02</b>
	<i>Responsiveness</i>						
X2.1	Situs website memuat halaman dengan cepat	3,86	4,34	-0,48	4,90	4,39	<b>0,51</b>
X2.2	Kecepatan merespons/menanggapi ketika menanyakan sesuatu	3,91	4,31	-0,40	4,38	4,41	<b>-0,03</b>
X2.3	Memberikan pelayanan/bantuan kepada pengguna dengan cepat atau segera	3,90	4,34	-0,44	4,94	4,46	<b>0,48</b>
	<i>Reliability</i>						
X3.1	Informasi yang terdapat pada website akurat dengan yang ada di lapangan	4,39	4,51	-0,12	4,35	4,45	<b>-0,10</b>
X3.2	Informasi website lengkap	3,92	4,38	-0,46	3,97	4,36	<b>-0,39</b>
X3.3	Semua fitur website berfungsi dengan baik	4,02	4,38	-0,36	3,99	4,35	<b>-0,36</b>
	<i>Informative</i>						
X4.1	Informasi yang berada dalam website mudah untuk dipahami	4,30	4,38	-0,08	4,10	4,43	<b>-0,33</b>
X4.2	Informasi di situs website relevan	3,85	4,28	-0,43	3,93	4,38	<b>-0,45</b>
X4.3	Informasi pada website ditawarkan dalam berbagai bahasa	3,81	4,31	-0,50	3,41	4,24	<b>-0,83</b>
	<i>Ease of Use</i>						
X5.1	Mudah dalam memesan tiket melalui website	4,16	4,33	-0,17	4,09	4,40	<b>-0,31</b>
X5.2	Cepat dalam menemukan informasi dengan jumlah klik yang minimum	3,86	4,18	-0,32	3,84	4,32	<b>-0,48</b>
X5.3	Mudah untuk berpindah-pindah di dalam situs web (navigasi)	3,89	4,18	-0,29	3,89	4,29	<b>-0,40</b>
	<i>Security</i>						
X6.1	Kepercayaan terhadap jaminan data pribadi	4,02	4,32	-0,30	3,95	4,49	<b>-0,54</b>
X6.2	Merasa aman dan dilindungi ketika bertransaksi melalui situs website	4,13	4,35	-0,22	3,97	4,49	<b>-0,52</b>
X6.3	Situs web memberikan jaminan yang berarti untuk keamanan terkait dengan layanan yang ditawarkan	4,17	4,32	-0,15	3,94	4,43	<b>-0,49</b>
	<i>Empathy</i>						
X7.1	Website mencantumkan nomor kontak membuat saya lebih mudah berkomunikasi dengan pihak Monkey Forest Ubud	4,38	4,34	0,04	4,32	4,42	<b>-0,10</b>
X7.2	Menangani keluhan dengan ramah	4,06	4,33	-0,27	3,98	4,38	<b>-0,40</b>
X7.3	Website menyediakan laman untuk bertukar pengalaman dengan wisatawan lainnya	3,65	4,23	-0,58	3,55	4,29	<b>-0,74</b>

X8.1	Website tidak mengalami <i>error</i> atau <i>freeze</i> saat saya mengaksesnya	4,16	4,40	-0,24	4,06	4,47	<b>-0,41</b>
X8.2	Website menyediakan diferensiasi paket wisata yang lengkap	3,51	4,42	-0,91	3,65	4,44	<b>-0,79</b>
X8.3	Sistem berjalan dengan lancar pada saat proses transaksi	4,02	4,43	-0,41	4,01	4,46	<b>-0,45</b>
Rata-Rata		4,02	4,33	-0,31	4,08	4,39	<b>-0,31</b>

[Sumber: Data yang Diolah, 2024]

Berdasarkan Tabel 2. pada wisatawan domestik terdapat satu indikator yang mendapatkan GAP positif yakni pada indikator website mencantumkan kontak sehingga memberi kemudahan dalam berkomunikasi dengan GAP terendah pada indikator website menyediakan diferensiasi paket wisata yang lengkap dengan nilai -0,91 pada dimensi system availability. Sedangkan pada wisatawan asing terdapat dua indikator yang mendapatkan GAP positif yakni pada kecepatan dalam pemuatan situs web serta kecepatan pemberian pelayanan atau bantuan. Sedangkan indikator dengan nilai negatif terendah yakni pada indikator informasi pada website ditawarkan dalam berbagai bahasa dengan nilai (-0,83) pada dimensi *informative*. Nilai rata-rata GAP wisatawan domestik dan asing sebesar -0,31 maka *e-service quality* pada website Monkey Forest Ubud belum mampu memenuhi harapan wisatawan domestik dan asing. Selanjutnya dilakukan pemetaan pada diagram kartesius yang ditentukan berdasarkan perhitungan nilai rata-rata kinerja dan kepentingan, berikut merupakan hasil kuadran pada setiap indikator *e-service quality* pada wisatawan domestik yang digambarkan pada diagram kartesius yang ditampilkan pada Gambar 1. sebagai berikut.



Gambar 1. Diagram Kartesius Wisatawan Domestik  
 [Sumber: Data yang Diolah, 2024]

Berdasarkan gambar di atas, bahwa faktor-faktor *e-service quality* pada website yang dimiliki oleh Monkey Forest Ubud dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

## 1. Kuadran 1 (Prioritas Utama)

Kuadran ini menunjukkan indikator yang menjadi prioritas dikarenakan dinilai penting oleh wisatawan namun kinerjanya yang masih rendah. Adapun indikator yang terdapat dalam kuadran satu adalah sebagai berikut.

- a. Situs website memuat halaman dengan cepat (Indikator 2.1)
- b. Memberikan pelayanan/bantuan kepada pengguna dengan cepat atau segera (Indikator 2.3)
- c. Informasi website lengkap (Indikator 3.2)
- d. Website menyediakan diferensiasi paket wisata yang lengkap (Indikator 8.2)

Berdasarkan beberapa komentar dari responden wisatawan domestik terkait beberapa indikator pada kuadran I yakni wisatawan domestik merasakan pemuatan situs website sewaktu-waktu sedikit lama saat memuat halaman website, sehingga menyebabkan wisatawan harus pindah ke sistem pencaharian lain dalam mencari informasi. Sehingga perlu ditingkatkan dalam hal *serve scaled image*, *optimize image*, dan *laverage browser cache* (Rizal dkk., 2023). Selanjutnya pada indikator 2.3 bahwa wisatawan domestik menganggap kecepatan *customer service* masih belum responsif dalam menangani permintaan pelanggan dengan cepat. Pada indikator 3.2 bahwa informasi yang terdapat pada website belum sepenuhnya lengkap, wisatawan domestik mengharapkan informasi yang lebih mengenai Monkey Forest Ubud baik tulisan, foto, maupun video yang diupdate sesering mungkin. Kemudian indikator diferensiasi paket wisata dalam hal ini wisatawan domestik mengatakan bahwa tiket yang terdapat di website hanya tersedia untuk wisatawan asing, sehingga perlu penambahan harga tiket untuk wisatawan domestik, hal ini membuat wisatawan domestik lebih memilih untuk membeli secara langsung dibandingkan membeli melalui website.

## 2. Kuadran 2 (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran II menunjukkan bahwa pelayanan yang dianggap penting oleh wisatawan telah dilaksanakan dengan baik dan mampu memberikan kepuasan kepada wisatawan sehingga harus dipertahankan. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah.

- a. Penampilan situs website menarik secara visual (Indikator 1.1)
- b. Informasi yang terdapat pada website akurat dengan yang ada di lapangan (Indikator 3.1)
- c. Semua fitur website berfungsi dengan baik (Indikator 3.3)
- d. Informasi yang berada dalam website mudah untuk dipahami (Indikator 4.1)
- e. Merasa aman dan dilindungi ketika bertransaksi melalui situs website (Indikator 6.2)
- f. Website mencantumkan nomor kontak membuat saya lebih mudah berkomunikasi dengan pihak Monkey Forest Ubud (Indikator 7.1)

Indikator 1.1 dianggap penting oleh wisatawan domestik yakni penampilan situs website yang menarik secara visual. Selanjutnya indikator 3.1 dan 4.1 yakni keakuratan informasi dan informasi yang mudah untuk dipahami,

sehingga apa yang terdapat di website akan sesuai dengan apa yang terjadi di Monkey Forest Ubud dan pembahasan yang sederhana mudah untuk dimengerti oleh wisatawan, sehingga penting bagi perusahaan untuk meningkatkannya. Selanjutnya indikator 3.3 fitur website yang berfungsi dengan baik, walau sedikit terkendala pada saat membuka website, semua fiturnya tetap berfungsi dengan berbagai menu didalamnya. Indikator 6.2 perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan keamanan cybernya. Untuk indikator terakhir 7.1, perusahaan perlu mempertahankan kinerjanya dan melakukan peningkatan dalam hal *customer service*.

### 3. Kuadran 3 (Prioritas Rendah)

Kuadran ini dianggap kurang penting bagi wisatawan dan memiliki kinerja yang rendah (kinerja rendah dan harapan rendah). Adapun indikator tersebut adalah.

- a. Layout website terorganisasi dengan baik (Indikator 1.3)
- b. Kecepatan merespons/menanggapi ketika menanyakan sesuatu (Indikator 2.2)
- c. Informasi di situs website relevan (Indikator 4.2)
- d. Informasi pada website ditawarkan dalam berbagai bahasa (Indikator 4.3)
- e. Cepat dalam menemukan informasi dengan jumlah klik yang minimum (Indikator 5.2)
- f. Mudah untuk berpindah-pindah di dalam situs web (navigasi) (Indikator 5.3)
- g. Website menyediakan laman untuk bertukar pengalaman dengan wisatawan lainnya (Indikator 7.3)

Menurut wisatawan domestik, 1.3, 5.2, 5.3 dianggap tidak begitu penting oleh wisatawan domestik, namun hal tersebut sejatinya perlu untuk dikembangkan dalam sebuah website agar performa dan tampilan website menjadi semakin berkembang. Kemudian indikator 2.2, 4.2 menjadi hal yang kurang penting bagi wisatawan, namun sesungguhnya dalam industri pariwisata, kedua hal ini merupakan sebuah elemen yang penting dalam sebuah industri pariwisata. Selanjutnya indikator 4.3 dianggap kurang penting dikarenakan wisatawan domestik cukup menggunakan bahasa Indonesia yang sudah terdapat pada website. Selanjutnya yakni indikator 7.3 yang dianggap kurang penting dikarenakan laman untuk bertukar pengalaman dapat diakses pada platform lain seperti Trip Advisor, google review, dan lain sebagainya. Indikator diatas walaupun memiliki tingkat kinerja dan harapan yang rendah, sebaiknya pihak Monkey Forest Ubud tetap untuk meningkatkan kinerja kualitas pelayanannya dan tidak diabaikan agar dapat memberikan kepuasan walaupun memiliki harapan yang rendah oleh wisatawan domestik.

### 4. Kuadran 4 (Berlebihan)

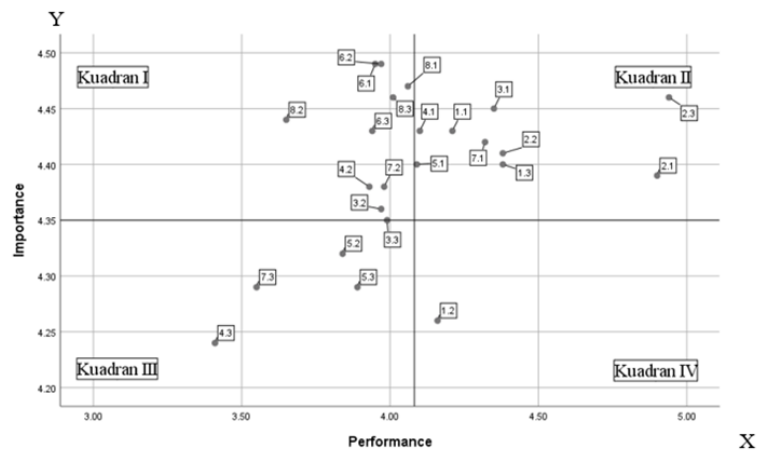
Kuadran 4 merupakan kuadran dengan tingkat kinerja yang tinggi namun harapan wisatawan rendah. Adapun indikator yang termasuk kedalam kuadran IV adalah:

- a. Situs website menampilkan kreatifitas (Indikator 1.2)

- b. Mudah dalam memesan tiket melalui website (Indikator 5.1)
- c. Kepercayaan terhadap jaminan data pribadi (Indikator 6.1)
- d. Situs web memberikan jaminan yang berarti untuk keamanan terkait dengan layanan yang ditawarkan (Indikator 6.3)
- e. Menangani keluhan dengan ramah (Indikator 7.2)

Kelima indikator tersebut dinilai berlebihan oleh wisatawan domestik, akan tetapi pelaksanaannya sudah sangat dilakukan dengan baik oleh perusahaan dan dapat tetap melanjutkan atau mempertahankan kinerja pada kuadran ini.

Selanjutnya adalah hasil analisis pada diagram kartesius untuk responden wisatawan asing pada Gambar 2. sebagai berikut.



Gambar 2. Diagram Kartesius Wisatawan Asing  
[Sumber: Data yang Diolah, 2024]

Berdasarkan gambar di atas, bahwa faktor-faktor e-service quality pada website yang dimiliki oleh Monkey Forest Ubud dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

### 1. Kuadran 1 (Prioritas Utama)

Kuadran ini menunjukkan indikator yang menjadi prioritas dikarenakan dinilai penting oleh wisatawan namun kinerjanya yang masih rendah. Adapun indikator yang terdapat dalam kuadran satu adalah sebagai berikut.

- a. Informasi website lengkap (Indikator 3.2)
- b. Informasi di situs website relevan (Indikator 4.2)
- c. Kepercayaan terhadap jaminan data pribadi (Indikator 6.1)
- d. Merasa aman dan dilindungi ketika bertransaksi melalui situs website (Indikator 6.2)
- e. Situs web memberikan jaminan yang berarti untuk keamanan terkait dengan layanan yang ditawarkan (Indikator 6.3)
- f. Menangani keluhan dengan ramah (Indikator 7.2)
- g. Website tidak mengalami error atau freeze saat saya mengaksesnya (Indikator 8.1)
- h. Website menyediakan diferensiasi paket wisata yang lengkap (Indikator 8.2)

Wisatawan asing memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas pelayanan elektronik pada website Monkey Forest Ubud. Terlihat pada indikator Indikator 3.2, 3.3, 4.2, 8.1 dianggap penting bagi wisatawan asing terkait kelengkapan informasi, fungsional website, informasi situs website relevan, website tidak mengalami error saat diakses dikarenakan hal tersebut menjadi komponen penting dalam sebuah situs website agar kepuasan wisatawan asing terhadap pelayanan situs website dapat terpenuhi. Selain itu terkait keamanan pada indikator 6.1, 6.3 juga menjadi hal yang penting dan perusahaannya harus semakin meningkatkan system keamanan pada website. Kemudian indikator 7.2 yakni mampu menangani keluhan dengan ramah apabila terdapat wisatawan yang ingin bertanya mengenai Monkey Forest Ubud dan indikator terakhir yakni indikator 8.2 Website menyediakan diferensiasi paket wisata yang lengkap.

## **2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)**

Pada kuadran II menunjukkan indikator dengan kinerja tinggi dan harapan tinggi. Indikator yang termasuk dalam kuadran 2 adalah sebagai berikut:

- a. Penampilan situs website menarik secara visual (Indikator 1.1)
- b. Layout website terorganisasi dengan baik (Indikator 1.3)
- c. Situs website memuat halaman dengan cepat (Indikator 2.1)
- d. Kecepatan merespons/menanggapi ketika menanyakan sesuatu (Indikator 2.2) Memberikan pelayanan/bantuan kepada pengguna dengan cepat atau segera (Indikator 2.3)
- e. Informasi yang terdapat pada website akurat dengan yang ada di lapangan (Indikator 3.1)
- f. Informasi yang berada dalam website mudah untuk dipahami (Indikator 4.1)
- g. Mudah dalam memesan tiket melalui website (Indikator 5.1)
- h. Website mencantumkan nomor kontak membuat saya lebih mudah berkomunikasi dengan pihak Monkey Forest Ubud (Indikator 7.1)

Kesembilan indikator tersebut yang terdiri dari penampilan situs website, kecepatan merespons, kualitas informasi, kemudahan akses kontak, dan kemudahan memesan tiket menjadi indikator yang pelaksanaannya sudah sesuai dengan tingkat pelaksanaannya dan kepentingannya sehingga perusahaan harus tetap mempertahankan prestasi pelayanannya.

## **3. Kuadran III (Prioritas Rendah)**

- a. Kuadran dengan kinerja yang lebih rendah dan tingkat kentingannya yang juga rendah. Adapun 5 indikator yang termasuk dalam kuadran III adalah:
- b. Sistem berjalan dengan lancar pada saat proses transaksi (Indikator 3.3)
- c. Informasi pada website ditawarkan dalam berbagai bahasa (Indikator 4.3)
- d. Cepat dalam menemukan informasi dengan jumlah klik yang minimum (Indikator 5.2)

- e. Mudah untuk berpindah-pindah di dalam situs web (navigasi) (Indikator 5.3)
- f. Website menyediakan laman untuk bertukar pengalaman dengan wisatawan lainnya (Indikator 7.3)

Indikator yang terdapat dalam kuadran III, wisatawan asing menganggap indikator tersebut tidak begitu penting dan memiliki kinerja rendah sehingga perusahaan harus tetap memperhatikan indikator tersebut agar sesuai dengan harapan wisatawan.

#### 4. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada Gambar 5.2 terdapat 1 indikator pada kuadran IV yang menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap kepentingannya yang rendah oleh wisatawan tetapi pelaksanaannya memuaskan (kinerja tinggi dan harapan rendah). Indikator tersebut yakni Situs website menampilkan kreatifitas (1.2). Kreatifitas website dianggap terlalu berlebihan oleh wisatawan asing. Berdasarkan komentar wisatawan asing pada saat proses pengumpulan data bahwa mereka tidak begitu mementingkan kreativitas sebuah website, melainkan cukup dengan tampilan yang sederhana dengan fitur yang menarik dan lengkap, namun perusahaan dapat tetap melanjutkan atau mempertahankan kinerja pada kuadran ini.

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan elektronik (*e-service quality*) pada website Monkey Forest Ubud, maka dapat diambil kesimpulan bahwa berdasarkan dua persepsi hasil penelitian yakni persepsi wisatawan domestik dan wisatawan asing sebagai berikut.

1. Wisatawan domestik belum puas terhadap *e-service quality* pada website Monkey yang diperoleh dikarenakan wisatawan memiliki ekspektasi yang jauh melampaui kinerja yang dicapai oleh pengelola website Monkey Forest Ubud. Dilihat dari nilai GAP sebesar -0,31 dengan rata-rata nilai *performance* 4,02 dan *expectation* 4.33 serta tingkat kesesuaian 92,67%.
2. Wisatawan domestik belum puas terhadap *e-service quality* pada website Monkey yang diperoleh dikarenakan wisatawan memiliki ekspektasi yang jauh melampaui kinerja yang dicapai oleh pengelola website Monkey Forest Ubud. Dilihat dari nilai GAP sebesar -0,31 dengan rata-rata nilai *performance* 4,08 dan *expectation* 4.39. serta tingkat kesesuaian 90,06%.
3. Berdasarkan diagram kartesius, terdapat indikator yang pelaksanaannya dan penanganannya perlu diprioritaskan karena indikator ini dinilai penting dan diharapkan oleh wisatawan asing, namun memiliki kinerja yang belum memuaskan sehingga pihak Monkey Forest Ubud perlu memprioritaskan indikator yang terdapat pada kuadran 1.

Untuk penelitian selanjutnya, direkomendasikan untuk melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai alasan wisatawan atau faktor-faktor yang penyebab perbedaan penilaian pada setiap dimensi yang menghasilkan ketidakpuasan. Sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengungkap lebih dalam tentang variabel-variabel yang berperan dalam perbedaan tersebut, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap penilaian wisatawan domestik dan asing terutama pada dimensi responsiveness dan system availability.

## **PENELITIAN LANJUTAN**

Dalam penulisan artikel ini peneliti menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi bahasa, penulisan, dan bentuk penyajian mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dari peneliti sendiri. Oleh karena itu, untuk kesempurnaan artikel, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bhuiyan, A. H., & Darda, A. 2021. Tourist perception and satisfaction on safari tourism at Bangabandhu Sheikh Mujib Safari Park in Bangladesh. *N International Journal of Geoheritage and Parks*.
- Budiawan, A. F., & Mustikasari, A. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maresto Bandung Tahun 2023. *E-Proceeding of Applied Science*, 9.
- Hair J.F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. 2010. *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kusniarti, AA Seri. 2020. Bank Indonesia Digitalisasi Monkey Forest Ubud Berbasis QRIS. (<https://bali.tribunnews.com/2020/07/26/bank-indonesia-digitalisasi-monkey-forest-ubud-berbasis-qris?page=2>. Diakses pada 03 Juli 2024)
- Li, H., Liu, Y., & Suomi, R. 2009. Measurement of E-service Quality: An Empirical Study in Online Travel Service. <http://aisel.aisnet.org/ecis2009/191>
- Pratama, I. P., & Helma. 2019. Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Pelayanan Wisata Pantai Tan Sirdano Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis. 2(4), 12-17.
- PT We Are Social Indonesia. 2023. Special Report Digital 2023. (<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>. Diakses 9 Desember 2023)
- Rizal, R., Ruuhwan, & Rahmatulloh, A. (2023). Pengukuran Kinerja Sistem Informasi Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan GTMetrix, WebAIM dan LoadView. *MIND (Multimedia Artificial Intelligent Networking Database) Journal*, 8.
- Santi, E. 2022. Analysis of the Impact of E-Service Quality, Perceived Value on E-Satisfaction and E-Loyalty Customer (E-Commerce Blibli.com).
- Sharma, N. 2018. Developing and Validating an Instrument for Measuring Online Service Quality in the Tourism Sector. In *The IUP Journal of Management Research*: Vol. XVII (Issue 1).

- Waskithoaji, Y., Darmawan, A., Manajemen, J., Bisnis, F., & Ekonomika, D. 2022. Peran Teknologi dalam Penggunaan Media Sosial dan Dampaknya terhadap UMKM (Vol. 01, Issue 02). <https://journal.uii.ac.id/selma/index>
- Wijayanti, N. P. E., Darma Putra, I. N., & Eka Mahadewi, N. M. (2017). Perspektif Wisatawan Domestik Terhadap Kualitas Pelayanan Wisata Arung Jeram Di Sungai Ayung, Bali. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2017.v03.i02.p05>