Jurnal Sabbhata Yatra
Jurnal Pariwisata dan Budaya Volume 5 Nomor 2 Desember 2024

IMPLEMENTASI *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* PADA PAKET WISATA *TOURISM EXPLORE CAMP* (STUDI KASUS: KALA TOUR)

Aditya Sugih Setiawan [1]
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor
Correspondent address (author's e-mail)
aditsugih21@gmail.com [1]

Abstrak

*Pariwisata merupakan industri yang saat ini menjadi penyokong salah satu perekonomian nasional. Biro perjalanan wisata sebagai salah satu pendukung industri pariwisata memiliki peran yang cukup krusial. Hal ini berkaitan dengan paket wisata yang biasanya ditawarkan akan berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan ke daerah tertentu. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kuantitatif Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, penyebaran kuisioner serta studi literatur. Sementara itu variabel penelitian yang digunakan berkaitan dengan paket wisata terdiri dari transportasi, akomodasi, produk makanan dan minuman, daya tarik wisata, kemampuan tour guide serta pengetahuan dan pengalaman. analisis data menggunakan metode customer satisfaction index (CSI). Mengacu pada hasil analisis yang telah dilakukan menggunakan customer satisfaction index (CSI) pada paket wisata tourism explore camp mendaptkan nilai **0,877** dengan kriteria **sangat puas***

.

***Kata Kunci**: Biro Perjalanan Wisata, Customer Satisfaction Index, Paket Wisata,*

PENDAHULUAN

Mulai dari pantai putih Bali hingga hutan hujan tropis Kalimantan, pariwisata Indonesia memiliki banyak peluang dengan keindahan alam yang luar biasa. Indonesia memiliki budaya dan tradisi yang beragam selain keindahan alamnya. Ini termasuk tarian lokal, upacara adat, dan makanan lezat. Candi-candi sejarah seperti Borobudur dan Prambanan juga menarik pengunjung dari seluruh dunia. Pemerintah Indonesia terus berusaha meningkatkan infrastruktur dan fasilitas pariwisata untuk mendukung pertumbuhan sektor ini. Kelestarian budaya lokal dan lingkungan juga menjadi fokus utama dalam promosi pariwisata berkelanjutan. Meningkatkan ekonomi daerah juga dapat dicapai melalui partisipasi aktif masyarakat lokal dalam sektor pariwisata. Diharapkan pariwisata Indonesia, dengan semua potensinya yang luar biasa, terus berkembang dan menguntungkan negara.

Pariwisata merupakan industri yang saat ini menjadi penyokong salah satu perekonomian nasional. Perkembangan pariwisata tidak hanya berpusat pada perhotelan, restoran, destinasi, pusat oleh-oleh tetapi juga pada biro perjalanan wisata. Oleh karena itu dukungan bagi pariwisata sangat diperlukan terutama dari pemangaku kebijakan baik pemertintah pusat maupun daerah. Biro perjalanan wisata sebagai salah satu pendukung industri pariwisata memiliki peran yang cukup krusial. Hal ini berkaitan dengan paket wisata yang biasanya ditawarkan akan berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan ke daerah tertentu.

Biro perjalanan wisata membantu wisatawan merencanakan dan memesan perjalanan mereka. Sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan, mereka menawarkan berbagai paket perjalanan yang mencakup transportasi, akomodasi, dan kegiatan wisata. Selain itu, biro perjalanan wisata berfungsi sebagai perantara, memberikan saran dan rekomendasi destinasi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka. Selain memberikan informasi tentang budaya dan adat istiadat lokal, biro perjalanan wisata membantu wisatawan menyelesaikan dokumen perjalanan seperti visa dan paspor. Biro perjalanan wisata dapat menawarkan harga dan promo menarik berkat jaringan luas dan kemitraan dengan berbagai penyedia layanan. Selain itu, mereka menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan dengan menyediakan layanan darurat dan dukungan selama perjalanan. Jadi, bagi orang-orang yang ingin menikmati perjalanan mereka dengan mudah mengurus setiap detail, biro perjalanan wisata adalah pilihan yang tepat.

Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia (ASITA) melaporkan bahwa jumlah biro perjalanan wisata di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Lebih dari 10.000 biro perjalanan yang terdaftar secara resmi berada di seluruh Indonesia pada tahun 2023. Sebuah laporan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjukkan bahwa, dengan transaksi mencapai miliaran rupiah setiap tahunnya, industri perjalanan wisata memainkan peran penting dalam kontribusi pendapatan sektor pariwisata. Selain itu, biro perjalanan membantu meningkatkan jumlah pengunjung domestik dan internasional, yang mencapai lebih dari 15 juta pada tahun 2022. Biro perjalanan wisata terus menjadi mitra perjalanan yang terpercaya dan andal

untuk memenuhi kebutuhan wisatawan kontemporer karena kemajuan teknologi dan meningkatnya permintaan untuk layanan yang disesuaikan.

Menurut Lumanauw, (2020) biro perjalanan wisata yaitu operator yang menangani wisatawan melalui layanan dan produk dalam bentuk paket wisata. Sementara itu paket wisata merupakan sebuah produk perjalanan yang diproduksi dan dipasarkan oleh suatu biro perjalanan wisata (Levyda et al., 2021). lain halnya menurut Kurnia, (2022) terdapat lima unsur paket wisata terdiri dari daya tarik wisata, fasilitas, infrastruktur, transportasi dan keramah tamahan. Kala tour selaku biro perjalanan wisata yang ada di Kota Bogor mengusung konsep program wisata berkelanjutan dan berbasis budaya. Kala tour merupakan perusahaan yang bergerak di bidang hospitality sejak tahun 2015. Mengacu pada visi mengedepankan konsep *sustainable tourism*, yaitu menjaga, mempertahankan, dan meningkatkan kawasan wisata yang dikunjungi. Kala tour akan mengajak para wisatawan untuk menikmati segala bentuk perjalanan yang mudah, nyaman, aman, dan mengesankan. Adapun paket unggulan yang dimiliki oleh kala tour diantaranya *Road to campus*, *Company Gathering*, *Tourism explore camp* serta *Your live in*.

Paket wisata *tourism explore camp* merupakan produk unggulan dari biro perjalanan wisata kala tour. Paket wisata ini mengedepankan kearifan lokal sebagai pendekatan yang bisa di nikmati oleh wisatawan. Menurut (Wibowo & Gunawan, 2015) kearifan lokal merupakan kepribadian budaya sebuah bangsa sehingga dapat menyerap dan menjadi karakter. Adapun kearifan lokal adalah jenis-jenis yang berbentuk pengetahuan, teknologi serta nilai yang terkandung di dalamnya (Suja, 2011). Namun demikian dari hasil pra observasi dokumen paket tersebut menunjukan bahwa kearifan lokal yang di kolaborasikan dalam pada paket wisata pelayanannya dirasa belum maksimal. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pelayanan pengguna paket *tourism explore camp* menggunakan *customer satisfaction index* (CSI).

METODE

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kuantitatif. Pada pendekatan ini merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-

angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2018). Adapun Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, penyebaran kuisioner serta studi literatur. Sementara itu sumber data yang digunakan mengacu pada sumber data primer yaitu observasi dan kuisioner. sementara itu sumber data sekunder yang dilakukan mengacu pada dokumen.

Sementara itu variabel penelitian yang digunakan berkaitan dengan paket wisata terdiri dari transportasi, akomodasi, produk makanan dan minuman, daya tarik wisata, kemampuan tour guide serta pengetahuan dan pengalaman (Nasution et al., 2018). Berikut ini merupakan operational variabel penelitian pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasional variabel paket wisata

Dimensi	Variabel	Indikator
Paket Wisata	1. transportasi	1. Model
		2. Fasilitas
	2. Akomodasi	1. Tipe
		2. Layanan
	3. Makanan dan Minuman	1. Rasa
		2. Variasi
	4. Daya tarik wisata	1. Atraksi
		2. Keunikan
	5. Tour guide	1. informasi
		2. *gesture*
	6. Pengetahuan dan pengalaman	1. Pemahaman
		2. Keterampilan

Sumber : Olah data peneliti, (2024)

Adapun sampling yang digunakan ditentukan sebanyak 50 sampel dengan teknik purposive sampling. Pada Teknik purposive sampling merupakan purposive sampling adalah metode pengambilan sampel di mana komponen yang dipilih untuk dimasukkan ke dalam sampel adalah yang paling relevan atau dapat mewakili tujuan penelitian (Slamet & Juvoni, 2023)

Lain halnya untuk analisis data menggunakan metode *customer satisfaction index* (CSI). Pada CSI ini menurut Data & Jakaria, (2021)digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Adapun langkah-langkah penyelesaian dari metode *Customer Satisfaction Index* yaitu sebagai berikut Hannie & Sulistiyowati, (2018):

1. Tahap pertama Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap variabel.

$$MIS = \frac{(\sum_{i=1}^{n} Yi)}{n}$$

Di mana: n Yi = Jumlah konsumen = Nilai kepentingan produk layanan Y ke-i

2. Tahap kedua Membuat *Weight Factors* (WF). yaitu mengubah nilai kepentingan menjadi angka persen, sehingga diperoleh Weight Factor dengan total 100 persen

$$WF = \frac{MISi}{\sum_{i=1}^{p} MISi} \mathbf{x\ 100\%}$$

Dimana: p = Produk layanan kepentingan ke-p

3. Tahap ketiga Membuat *Weight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (Mean Satisfaction Score = MSS)

$$WSi = WFi \mathbf{x} MSs$$

4. Tahap keempat Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^{p} WSi}{HS} \mathbf{x\ 100\%}$$

Di mana: p HS = Produk layanan kepentingan ke-p = *(Highest Scale)* Skala maksimum yang digunakan

Adapun ini adalah tabel Indeks Kepuasan Pengguna menurut (Bestari, 2014)sebagai berikut :

Tabel 2. Indeks Kepuasan Pengguna

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81-1,00	Sangat Puas
0,66-0,80	Puas
0,51-0,65	Cukup Puas
0,35-0,50	Kurang Puas
0,00-0,34	Tidak Puas

Sementara itu skala pengukuran penelitian yang digunakan dengan skala likert. Menurut Setiawan, (2022)Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Nilai untuk setiap jawaban yang diberikan responden adalah sebagai berikut: Sangat Setuju (SS) dengan bobot skor 5, Setuju (S) dengan bobot skor 4, Kurang Setuju (KS) dengan bobot skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan bobot skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan bobot skor 1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Paket wisata tourism explore camp yang dimiliki oleh Kala tour merupakan jenis paket costum atau tailor package. Paket Tourism Explore Camp (Based on Project

P5 Local Wisdom) yaitu suatu kegiatan yang berlandaskan pada kurikulum merdeka dengan berbagai pendekatan diantaranya *sustainability, local wisdom, entrepreneur*, serta *national soverignty.* Paket ini merujuk agar peserta didik diharapkan mampu mempelajari isu-isu penting serta melakukan aksi nyata dalam menjawab isu tersebut sesuai dengan kebutuhan pendekatan yang diambil. Mengacu pada data yang telah diolah berkaitan dengan nilai harapan terkait paket wisata *tourism explore camp* sebagai berikut :

Tabel 3. Nilai Harapan (MIS)

Indikator Y	Total MIS	Nilai MIS
1	214	4,28
2	222	4,44
3	215	4,3
4	224	4,48
5	229	4,58
6	212	4,24
7	214	4,28
8	219	4,38
9	203	4,06
10	221	4,42
11	224	4,48
12	220	4,4
Total		52,34

Sumber: Hasil olah peneliti (2024)

Sementara itu terkait dengan nilai kinerja pada paket *tourism explore camp* dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3. Nilai kinerja (MSS)

Indikator X	Total MSS	Nilai MSS
1	218	4,36
2	222	4,44
3	220	4,4
4	226	4,52
5	231	4,62
6	215	4,3
7	217	4,34
8	221	4,42
9	205	4,1
10	223	4,46
11	225	4,5
12	221	4,42
Total		52,88

Sumber: Hasil olah peneliti (2024)

kemudian pada tahapan selanjutnya yaitu membuat *weight factors* (WF) mengacu pada prosentase nilai MIS per indikator terhadap MIS seluruh indikator Tabel 4.

Tabel 4. Rekapitulasi MIS dan WF

Indikator Y	Nilai MIS	WF (%)
1	4,28	8,17
2	4,44	8,48
3	4,3	8,21
4	4,48	8,55
5	4,58	8,75
6	4,24	8,10
7	4,28	8,17
8	4,38	8,36
9	4,06	7,75

10	4,42	8,44
11	4,48	8,55
12	4,4	8,40
Total		100

Sumber: Hasil olah peneliti, (2024)

Lain halnya dengan weight factors (WF) mengacu pada prosentase nilai MSS per indikator terhadap MSS seluruh indikator Tabel 5.

Tabel 5. Rekapitulasi MSS dan WF

Indikator X	Total MSS	WF (%)
1	4,36	8,24
2	4,44	8,39
3	4,4	8,32
4	4,52	8,54
5	4,62	8,73
6	4,3	8,13
7	4,34	8,20
8	4,42	8,35
9	4,1	7,75
10	4,46	8,43
11	4,5	8,50
12	4,42	8,35
Total		100

Sumber: Hasil olah peneliti (2024)

Sementara itu pada proses selanjutnya adalah menetapkan weight score (WF) pada MSI dengan mengacu perhitungan WF x MSI terdapat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rekapitulasi MSI dan WS

Indikator Y	Nilai MIS	WF (%)	WS
1	4,28	8,17	0,349
2	4,44	8,48	0,376
3	4,3	8,21	0,353
4	4,48	8,55	0,383
5	4,58	8,75	0,400
6	4,24	8,10	0,343
7	4,28	8,17	0,349
8	4,38	8,36	0,366
9	4,06	7,75	0,314
10	4,42	8,44	0,373
11	4,48	8,55	0,383
12	4,4	8,40	0,369
Total		4,365	

Sumber: Hasil olah peneliti, (2024)

Adapun dalam proses berikutnya adalah menetapkan *weight score* (WF) pada MSS dengan mengacu perhitungan WF x MSS terdapat pada Tabel 7.

Tabel 7. Rekapitulasi MSS dan WS

Indikator X	Total MSS	WF (%)	WS
1	4,36	8,24	0,359
2	4,44	8,39	0,372
3	4,4	8,32	0,366
4	4,52	8,54	0,386
5	4,62	8,73	0,403
6	4,3	8,13	0,349
7	4,34	8,20	0,356
8	4,42	8,35	0,369

9	4,1	7,75	0,317
10	4,46	8,43	0,376
11	4,5	8,50	0,382
12	4,42	8,35	0,369
Total		4,410	

Sumber: Olah data peneliti (2024)

Pada bagian akhir yaitu penentuan Costumer Satisfaction Index (CSI) dengan menggabungkan WSlalu di bagi bobot indikator maka di dapatkan besar Customer Satisfaction Index (CSI) sebagai berikut :

$$CSI\ (mis) = \frac{4{,}365}{5} = 0{,}873$$

$$CSI\ (mss) = \frac{4{,}410}{5} = 0{,}882$$

$$Total\ CSI\ = \frac{0{,}873 + 0{,}882}{2} = 0{,}877$$

Pembahasan

Mengacu pada hasil data di atas menunjukan bahwa pada penilaian harapan paket tourism explore camp mendapatkan skor sebesar **52,34**. Merujuk pada penilaian harapan bahwa variabel makanan dan minuman pada terutama indikator rasa memperoleh nilai tinggi dengan skor **4,58**. Hal ini merujuk pada antusiasme dari para perserta yang penasaran dengan cita rasa Gudeng Yu Djum. Semenatara itu pada penilaian kinerja variabel makanan dan minuman memperoleh skor tinggi sebesar **4,62**, hal ini ternyata sejalan dengan penilaian harapan.

Adapun nilai kinerja tinggi tersebut terlihat dari respon para peserta terkait dengan paket wisata *tourism explore camp* terdapat kunjungan ke rumah makan gudeg Yu Djum. Respon para peserta ini terlihat antusias terhadap makanan tradisional Gudeg Yu Djum tersebut. Hal ini terlihat dari santapan peserta yang habis serta didukung dengan kegiatan audiensi pemilik gudeng Yu Djum Gambar 1.

Gambar 1. Makan dan audiensi di Gudeg Yu Djum

Namun demikian pada penliaan harapan terendah jutru terdapat di variabel makanan dan minuman terutama pada indikator variasi dengan skor **4,24.** Hal ini menimbulkan persepsi dari peserta yang mengikuti paket wisata tourism explore camp ini tidak terlalu antuasias pada variasi makanan yang di sampaikan pihak kala tour serta kurang jelasnya pada itinerary yang disebarkan Gambar 2.

Tourism Explore Camp (Based on Project P5 Local Wisdom) yaitu suatu kegiatan yang berlandaskan pada kurikulum merdeka dengan berbagai pendekatan diantaranya *sustainability, local wisdom, entrepreneur,* serta *national sovereignty.* Peserta didik diharapkan mampu mempelajari isu-isu penting serta melakukan aksi nyata dalam menjawab isu tersebut sesuai dengan kebutuhan pendekatan yang diambil.

Rundown
Yogyakarta, 17-20 Mei 2024

Waktu	Aktivitas	Keterangan
17 Mei 2024 (Snack/Lunch/Dinner)		
04.00	Peserta berkumpul di lokasi	**SMA PGRI 1 BOGOR**
05.00-13.30	Perjalanan menuju Jogja	
13.30-14.30	**Ishoma**	**Resto Lokal, Kendal**
14.30-18.30	Melanjutkan perjalanan	
18.30-19.30	**Ishoma**	**Resto Lokal, Jogja**
19.30-20.00	Melanjutkan perjalanan	
20.00	**Check in Hotel**	**Merapi Merbabu ******
18 Mei 2024 (Breakfast/Lunch/Dinner)		
06.30-07.30	Sarapan pagi	**Check out**
07.30-08.00	Melanjutkan perjalanan	
08.30-10.30	**Project 1**	**Keraton Yogyakarta**
10.30-12.00	Melanjutkan perjalanan	
12.00-13.00	**Ishoma**	**Desa Wisata krebet**
13.00-14.00	**Project 2**	**Membatik Kayu, Desa Wisata Krebet**
14.00-15.00	**Istirahat**	Menuju Homestay Masing-masing
15.30-17.00	**Project 2**	**Pembelajaran tari tradisional**
17.00-18.00	Istirahat	
18.30-19.30	Makan Malam	Pendopo Desa
19.30-22.00	**Project 2**	**Pentas Tari, livestreaming on youtube Desa Wisata krebet**
19 Mei 2024 (Breakfast/Lunch/Dinner)		
06.00-07.00	Sarapan pagi	**Di masing-masing homestay**
08.00-09.30	**Project 2**	**Conserv (pertukaran budaya)**
10.00-11.00	**Melanjutkan perjalanan**	
11.00-12.00	**ISHOMA (Project 3)**	**Gudeg Yu Djum, Jogja**
12.00-13.00	Melanjutkan perjalanan	
13.00-14.30	**Project 4**	**Candi Prambanan**
14.30-15.00	Melanjutkan perjalanan	
15.00-16.00	Pusat oleh-oleh	Bakpia
16.00-17.00	Melanjutkan Perjalanan	
17.00-18.30	Kunjungan Wisata	Omah Oblong
18.30-19.30	Melanjutkan perjalanan	
19.30-21.00	Kunjungan Wisata	Malioboro
21.00-21.30	Melanjutkan perjalanan	
21.30-22.30	ISHOMA	Resto Lokal, Jogja
20 Mei 2024 (-/-/-)		
10.30	Rombongan diharpakn sudah tiba	**Di Bogor**

*Note : Jadwal dapat berubah sewaktu-waktu mengikuti kondisi lapang. Aktivitas project (Observasi lapang, Wawancara, Penyebaran kuisioner)**

Gambar 2. Itinerary Tourism Explore Camp

Adapun pada penilaian kinerja terendah terdapat pada variabel tour guide terutama indikator gesture dengan skor 4,1. Hal ini tentu saja menjadi perhatian bagi kala tour. Pada penilaian peserta ini menilaia bahwa pembawaan tour guide saat kegiatan berlangsung masih terlalu kaku, Sehingga terlihat ada gap antara peserta dengan tour guide yang mendampingi selama kegiatan tourism explore camp tersebut Gambar 3.

Gambar 3. Gesture tour guide

Sementara olah data CSI yang ada dapat ditarik kesimpulan untuk penilaian CSI pada paket *tourism explore camp* mendapatkan nilai **0,877** dengan kriteria **sangat puas**. Hal ini sejalan dengan harapan dari konsumen terhadap paket wisata *tourism explore camp* di dukung dengan kinerja yang maksimal. Pada 6 variabel yang ada harapan dari peserta pada pengetahuan dan pengalaman menjadi pendorong nilai CSI sangat puas masing-masing **4,48** dan **4,4.** Hal ini tentu saja didukung oleh aktivitas dan kegiatan dari tourism explore camp yang berbasis pada project P5 kearifan lokal. Aktivitas yang didapakan oleh konsumen terkait dengan akulturasi budaya terkait pengenalan bangunan bersejarah yang diwakili obyek keraton Yogyakarta serta Candi Prambanan Gambar 4

Gambar 4. Aktivitas di kerato yogya

Adapun aktivitas lain yang sejalan dengan harapan konsumen yaitu selama kegiatan di desa wisata Krebet dengan beberapa aktvitas seperti membuat batik

kayu. Kegiatan membatik kayu ini sebagai bagian bentuk pembelajaran terkait dengan *local wisdom*. Tidak hanya melakukan aktivitas membatik, namun juga ada sharing pengetahuan dari pihak pengeloladan juga para pengrajin batik. Para peserta cukup antusias mengenal berbagai motif batik yang ada sehingga menambah pengetahuan bagi para peserta Gambar 5

Gambar 5. Membatik kayu di krebet

Sementara itu aktivitas belajar tarian tradisional tersebut menjadi salah satu kegiatan pertukaran seni. Hal ini tentu saja berkaitan dengan paket wisata tourism explore camp yang menekan kan juga pada pengenalan konsep wirama, wirasa dan wiraga pada seni pertunjukan tari Gambar 6

Gambar 6. Tarian Tradisional desa krebet

Sementara itu serta kegiatan lainnya yaitu pengabdian masyrakat dengan mengajarkan pertukaran seni pada anak di desa. Kegiatan ini tentu saja cukup diterima baik oleh masyarakat di desa krebet khususnya pada anak desa. Mereka mengikuti seluruh instri yang diberikan oleh para peserta khususnya terkait kebudayaan jawa barat. Model pertukaran kebudayaan yang diajarkan oleh para peserta berupa permaianan tadisonal, tarian tradisional, lagu tradisional yang berasa dari jawa barat pada anak desa krebet Gambar 7

Gambar 7. Pengabdian masyarakat di krebet

Adapun itu pada 6 variabel pada sisi kinerja juga ternyata sejalan dengan yang diharapkan oleh konsumen yaitu variabel pengetahuan dan pengalaman mendapatkan penilaian masing-masing **4,5** dan **4,42** sebagai salah satu pendorong tingkat CSI sangat puas**.** Oleh karena itu mengacu pada total penilaian CSI maka paket wisata *tourism explore camp* ini sudah memenuhi ekspektasi bagi para konsumen.

KESIMPULAN

Mengacu pada hasil analisis yang telah dilakukan menggunakan *customer satisfaction index* (CSI) pada paket wisata tourism explore camp mendaptkan nilai **0,877** dengan kriteria **sangat puas**. Pada penilaian harapan terdapat variabel tertinggi yaitu makanan dan minum dengan indikator rasa dengan skor **4,58**. Semenatar itu pada penilaian kinerja variabel tertinggi terdapat di variabel makanan dan minuman dengan indikator rasa skor **4,62.**

DAFTAR PUSTAKA

Bestari, B. R. (2014). Kualitas Pelayanan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di RSUD Muntilan Kabupaten Magelang. *Journal of Politic and Government Studies*, *3*(3).

Data, S. A., & Jakaria, R. B. (2021). Potential Gain in Customer Value and Customer Satisfaction Index Method For Analysis of Customer Satisfaction Level (Case Study In Pt. Anteraja). *Procedia of Engineering and Life Science*, *1*(2). https://doi.org/10.21070/pels.v1i2.1011

Hannie, H., & Sulistiyowati, N. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Modul Penerimaan Negara Generasi Kedua (Mpn G2) Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi). *Jurnal PILARNusa Mandiri* , *14*(2).

Kurnia, O. (2022). Pengaruh Kualitas Paket Wisata Terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan Di Kawasan Tanjung Lesung Pandeglang Banten . *Jurnal Manner* , *1*(2), 96–103.

Levyda, L., Ratnasari, K., & Djamhur, I. G. (2021). Pelatihan Pembuatan Paket Wisata Untuk Mendukung Wisata Kuliner Pada Biro Perjalanan Wisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Journal of Servite*, *3*(2), 87. https://doi.org/10.37535/102003220214

Lumanauw, N. (2020). Perencanaan Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Inbound (Studi Kasus Di Pt. Golden Kris Tours, Bali).

Jurnal Ilmiah Hospitality, *9*(1), 19–30.

Nasution, S. F. A., Ramadhan, S. P., & Halim, J. (2018). Penerapan Metode Customer Satisfaction Index Dalam Mengukur Tingkat Pelayanan Perjalanan Wisatawan Asing di Travel Panorama Destination. *J-SISKO TECH (Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer TGD)* , *1*(3).

Setiawan, S. A. (2022). Persepsi Wisatawan Milenial Terhadap Daya Tarik Wisata Tribeca Park Di Kawasan Central Park Jakarta. *JHT : Journal of Hospitality and Tourism*, *1*(1).

Slamet, T., & Juvoni, M. A. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Event Pariwisata terhadap Minat Kunjung Wisatawan Objek Wisata Danau Situ Tunggilis Desa Situsari Kecamatan Cileungsi Kabupaten Bogor. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, *6*(1), 970–979. https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i1.3891

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV. Alfabeta.

Suja, I. W. (2011). Analisis Kebutuhan Pengembangan Buku Ajar Sains Sd Bermuatan Pedagogi Budaya Bali. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, *44*(1).

Wibowo, A., & Gunawan. (2015). *Pendidikan karakter berbasis kearifan lokal di sekolah: konsep, strategi, dan implementasi*. Penerbit Pustaka Belajar.