

Analisis Kualitas Pelayanan Wisata Kuliner Berbasis Komunitas di Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago

Muhammad Yazid Fauzidan Andraputra¹, Any Ariani Noor², Bintari Pangesti Putri³

Program Studi D-3 Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, muhammad.yazid.upw23@polban.ac.id¹, anynoor@polban.ac.id², bintari.putri@polban.ac.id³

ABSTRAK

Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago merupakan destinasi wisata kuliner berbasis komunitas di bantaran Sungai Cikapundung, Bandung, yang dikelola oleh Komunitas Cika-Cika. Berdasarkan studi pendahuluan melalui Google Maps Review, ditemukan keluhan terkait kualitas pelayanan, terutama aspek bukti fisik, akses, dan daya tanggap pengelola. Namun, belum terdapat kajian yang secara khusus mendeskripsikan kualitas pelayanan pada destinasi wisata kuliner berbasis komunitas ini berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan SERVPERF yang mengukur persepsi terhadap kinerja aktual pelayanan. Data diperoleh melalui kuesioner kepada 120 responden berusia minimal 17 tahun yang pernah berkunjung dalam satu tahun terakhir dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan secara keseluruhan berada pada kategori Sangat Baik dengan rata-rata 4,23. Dimensi *Reliability* memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,38, sedangkan *Tangibles* memperoleh nilai terendah sebesar 3,81 dan menjadi aspek yang paling memerlukan perbaikan. Keterbatasan penelitian terletak pada objek penelitian yang hanya berfokus pada satu destinasi dan pengukuran yang terbatas pada persepsi aktual pengunjung. Pengelola disarankan meningkatkan fasilitas fisik secara bertahap serta mempertahankan pelayanan yang ramah, sopan, dan personal. Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji loyalitas pengunjung, khususnya niat berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi.

Kata kunci: kualitas pelayanan, SERVPERF, persepsi, wisata kuliner berbasis komunitas

ABSTRACT

The Cika-Cika Dago Riverside Market is a community-based culinary tourism destination on the banks of the Cikapundung River in Bandung, managed by the Cika-Cika Community, a group of environmental activists. Based on a preliminary study using Google Maps Reviews, complaints were found regarding the quality of service, particularly in terms of physical evidence, accessibility, and the responsiveness of the management. However, no study has specifically described the quality of service at this community-based culinary tourism destination based on the five dimensions of service quality. This study aims to analyze service quality based on the dimensions of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. The study employs a quantitative descriptive method using the SERVPERF approach, which measures perceptions of actual service performance. Data were collected via a questionnaire administered to 120 respondents aged at least 17 years who had visited the destination within the past year and were analyzed using descriptive statistics. The results indicate that overall service quality falls into the "Very Good" category with an average score of 4.23. The Reliability dimension received the highest score of 4.38, while the Tangibles dimension received the lowest score of 3.81 and was identified as the aspect most in need of improvement. The study's limitations include its focus on a single destination and the fact that measurements were limited to visitors' actual perceptions. Management is advised to improve physical facilities and maintain friendly, courteous, and personalized service. Further research is recommended to examine visitor loyalty, particularly the intention to revisit and recommend the destination.

Keywords: service quality, SERVPERF, perception, community-based culinary tourism

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional maupun regional (Fadilla, 2024). Hal ini juga dilihat dari adanya perkembangan destinasi wisata berbasis komunitas yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal, konsep ini memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk berperan dengan aktif untuk mengembangkan destinasi tersebut, serta dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi (Quang et al., 2023). Kota Bandung sebagai salah satu destinasi wisata utama di Jawa Barat mencatatkan kunjungan wisatawan yang terus meningkat, dengan wisata kuliner menjadi salah satu daya tarik dominan yang diminati pengunjung (Aria & Hidayanti, 2024). Salah satu bentuk inovasi pengembangan wisata kuliner berbasis komunitas adalah Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago, sebuah destinasi yang dikelola oleh komunitas penggiat lingkungan di bantaran Sungai Cikapundung, dengan menggabungkan fungsi konservasi ekologis sungai dan fungsi komersial wisata kuliner dalam satu kawasan (Azahra & Zahra, 2025).

Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago memiliki karakteristik pengelolaan yang berbeda dengan destinasi komersial karena masyarakat terlibat langsung dalam penyediaan layanan sekaligus kegiatan konservasi. Namun, berdasarkan studi pendahuluan melalui Google Maps Review periode Juli 2025–Februari 2026, dari 199 ulasan terdapat 12 ulasan yang memberikan masukan terkait kualitas pelayanan. Keluhan tersebut mencakup fasilitas toilet dan tempat duduk, kebersihan, akses menuju destinasi, keamanan jalur, serta kenyamanan pengunjung. Temuan tersebut menunjukkan masih terdapat aspek pelayanan yang perlu dievaluasi, meskipun penilaian positif juga ditemukan pada ulasan pengunjung.

Urgensi penelitian ini terletak pada peran yang dihadapi pengelola Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago, yaitu sebagai pelestari lingkungan dan sekaligus penyedia

layanan wisata kuliner, tanpa standar operasional formal sebagaimana lazim dimiliki pengelola destinasi komersial. Apabila ketegangan peran ini tidak dievaluasi secara ilmiah, terdapat risiko kualitas pelayanan menjadi terabaikan karena pengelola lebih berfokus pada misi konservasi, sehingga keberlanjutan destinasi sebagai daya tarik wisata kuliner dapat terganggu (Liestiandre et al., 2021).

Penelitian terdahulu mengenai kualitas pelayanan telah banyak dilakukan pada restoran, wisata kuliner, dan destinasi wisata dengan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan. Namun, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mendeskripsikan persepsi pengunjung terhadap kualitas pelayanan pada destinasi wisata kuliner yang dikelola komunitas dengan peran ganda sebagai pelaksana konservasi lingkungan dan penyedia layanan kuliner. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan SERVPERF yang mengukur persepsi aktual pengunjung terhadap kinerja pelayanan melalui lima dimensi, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi pengunjung terhadap kualitas pelayanan di Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago berdasarkan lima dimensi tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Pelayanan

Pelayanan dalam industri pariwisata, pelayanan merupakan elemen krusial guna menciptakan kepuasan wisatawan, sebagaimana ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2025 yang merupakan Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menyatakan bahwa wisatawan berhak memperoleh pelayanan kepariwisataan sesuai dengan standar. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan merupakan bagian penting dalam penyelenggaraan kepariwisataan dan perlu diperhatikan dalam memberikan

pengalaman kepada wisatawan. Layanan ini bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan dasar wisatawan, seperti akomodasi atau transportasi, melainkan dapat menciptakan nilai tambah berupa kenyamanan, keamanan, pengalaman unik dan menarik, serta kenangan yang berkesan bagi wisatawan. Konsep ini menekankan pentingnya kualitas interaksi antara staf, fasilitas dan wisatawan sebagai elemen kunci dalam membangun kepuasan pelanggan dan loyalitas (Asyifa et al., 2025).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut (Chandra et al., 2020) merupakan tindakan penyajian produk atau jasa yang disesuaikan dengan selera, harapan, dan kebutuhan konsumen. (Tarumingkeng, 2025) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan yang telah diperkenalkan oleh Parasuraman sebagai evaluasi komparatif antara harapan konsumen dengan kenyataan kinerja layanan yang diterima, dan mengembangkan instrumen SERVQUAL (*Service Quality*) untuk mengukur kualitas pelayanan melalui lima dimensi, yaitu Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Pada industri pariwisata, pelayanan yang berkualitas menentukan keberhasilan sebuah destinasi. Kualitas yang unggul ini dicapai melalui sinergi antara sumber daya manusia yang kompeten dan ketersediaan infrastruktur atau fasilitas yang memadai (Nugraha & Indriani, 2022). Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan (Quang et al., 2023) pada studi kasus di destinasi wisata berbasis komunitas, yang menjelaskan bahwa keramahan dan ketulusan dalam sikap pelayanan yang diberikan kepada wisatawan dari masyarakat atau komunitas lokal, dapat menjadi sebuah kompensasi atas keterbatasan fasilitas fisik atau manajemen yang belum profesional. Pengukuran kualitas pelayanan dalam industri pariwisata dapat dilakukan berdasarkan persepsi wisatawan terhadap pelayanan yang diterima. Peneitian (Vernia & Wulansari, 2020) pada Museum Bank Indonesia menunjukkan bahwa persepsi wisatawan

terhadap kualitas pelayanan dapat dilakukan menggunakan skala *likert*, yang hasilnya menunjukkan adanya perbedaan penilaian pada setiap dimensi pelayanan, sehingga pengukuran persepsi pengunjung dapat digunakan untuk mengidentifikasi aspek pelayanan yang menjadi kekuatan maupun yang masih memerlukan peningkatan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus mencerminkan pemenuhan harapan wisatawan secara menyeluruh, baik dari aspek kecepatan, ketepatan, keramahan, kebersihan, kenyamanan fasilitas, hingga nilai keseluruhan dari pengalaman berwisata.

Persepsi

Persepsi dalam kaitannya terhadap industri jasa, (Panca et al., 2024), menjelaskan bahwa terbentuknya persepsi pelanggan sangat ditentukan oleh ketepatan interpretasi individu terhadap elemen Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*) hingga Empati (*Empathy*) yang mereka rasakan dan mereka terima. Sehingga, persepsi dapat menjadi bahan evaluasi yang menentukan apakah kualitas pelayanan tersebut dinilai positif atau negatif oleh pelanggan. Dalam perspektif industri pariwisata, persepsi diukur berdasarkan penilaian langsung pengunjung atau wisatawan ketika berkunjung ke suatu destinasi wisata. Menurut (Siswoko & Sunarta, 2022) persepsi pengunjung adalah penilaian atau pandangan pengunjung terhadap sesuatu yang terdapat di destinasi wisata tersebut.

SERVQUAL

SERVQUAL (*Service Quality*) merupakan instrumen evaluasi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman dengan tujuan untuk melakukan analisis terhadap harapan dan persepsi pelanggan mengenai kinerja atau kualitas pelayanan yang diterima secara aktual. Pada teori tersebut, analisis terhadap kualitas pelayanan dilakukan untuk mendapatkan dua dimensi penilaian, yaitu penilaian pada tingkat harapan (*expectation*) pelanggan terhadap layanan yang seharusnya diterima, dengan tingkat persepsi

(*perception*) pelanggan terhadap kinerja aktual layanan yang dirasakan, yang kemudian selisih antara penilaian tersebut akan memberikan skor kesenjangan (*gap*) yang menunjukkan sejauh mana kualitas pelayanan telah diberikan kepada pelanggan. Pada penelitian ini, pendekatan SERVQUAL digunakan hanya untuk mengukur persepsi pengunjung tanpa membandingkan dengan nilai harapan, sejalan dengan pendekatan Cronin & Taylor yang menyatakan bahwa pengukuran kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan hanya mengukur persepsi terhadap kinerja aktual, mengingat responden telah memiliki pengalaman langsung terhadap layanan yang diterima. Pendekatan ini juga sejalan dengan studi (Perdomo-verdecia et al., 2024) yang menyatakan bahwa evaluasi kualitas pelayanan di sektor pariwisata tidak selalu harus membandingkan persepsi dengan harapan wisatawan, karena pendekatan persepsi semata merupakan kondisi yang paling akurat dalam menjelaskan kepuasan wisatawan di lapangan.

Penggunaan SERVQUAL telah berkembang luas pada industri pariwisata. (Ali & Fazili, 2025) menyatakan bahwa instrumen ini telah mengalami adaptasi signifikan pada industri pariwisata global, di mana dimensi *tangibles* digunakan untuk menilai kelayakan fasilitas dan keasrian lingkungan destinasi, sedangkan dimensi *empathy* dan *assurance* menjadi tolok ukur interaksi sosial dan keramahan asli komunitas lokal. Dalam kaitannya dengan industri pariwisata berbasis komunitas, (Maniartin et al., 2024) menegaskan bahwa salah satu faktor terpenting dalam pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas adalah meningkatkan kualitas pelayanan yang memperhatikan aspek fisik serta keramahan penyedia layanan kepada pengunjung, guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung.

Penelitian terdahulu yang relevan antara lain dilakukan oleh (Luciana et al., 2022) PT Excelso Multirasa yang mengukur persepsi kualitas pelayanan terhadap 253 responden menggunakan pendekatan

deskriptif, dengan temuan bahwa aspek kecepatan penyajian dan kompetensi staf menjadi indikator utama yang membentuk persepsi positif pelanggan. (Setiawan & Rifai, 2025) pada Restoran Sinar Alam 1 Puncak Bogor mengukur kualitas pelayanan menggunakan kelima dimensi SERVQUAL berdasarkan persepsi pengunjung, dengan hasil bahwa dimensi *tangibles* dan *reliability* menjadi penilaian yang paling krusial dalam menentukan kepuasan konsumen. (Orpiano et al., 2025) pada industri restoran di Filipina menemukan adanya hubungan linier antara kualitas pelayanan dengan persepsi pelanggan yang mencakup elemen estetika fasilitas, tata letak, dan atmosfer ruangan. Sementara itu, (Maniartin et al., 2024) pada wisata kuliner Sate Bulayak di Desa Wisata Suranadi, Lombok Barat, menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan desain asosiatif kausal, dengan hasil bahwa seluruh dimensi SERVQUAL berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan dimensi *empathy* memiliki pengaruh terbesar dengan nilai t-hitung sebesar 11,143, sedangkan dimensi *reliability* memiliki pengaruh paling rendah.

Keempat penelitian tersebut diterapkan pada objek dengan struktur pengelolaan formal dan berorientasi komersial murni, atau menggunakan desain asosiatif kausal untuk menguji hubungan antarvariabel. Berbeda dengan keempatnya, penelitian ini meneliti destinasi yang dikelola oleh komunitas nonformal yang memiliki peran dalam melakukan konservasi lingkungan dan komersial kuliner, serta berfokus pada analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan persepsi pengunjung tanpa menguji hubungan antarvariabel, sehingga relevansi SERVQUAL pada konteks pengelolaan yang bersifat sukarela seperti Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago masih perlu diuji lebih lanjut.

SERVPERF

SERVPERF (*Service Performance*) adalah sebuah model pengukuran kualitas pelayanan yang memberikan konsep bahwa kualitas pelayanan dapat diukur hanya

berdasarkan persepsi terhadap kinerja aktual saja (*performance only*) yang dirasakan oleh para konsumen atau pelanggan, tanpa perlu membandingkannya dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan adalah sebuah sikap dalam jangka panjang yang dinilai secara langsung dari apa yang mereka rasakan saat itu, tidak dari penilaian perbandingan antara persepsi dan harapan mereka. Hal ini juga sejalan dengan pendapat (Rohana & Bakhtiar, 2025) yang menjelaskan bahwa konsep SERVPERF menegaskan bahwa sebuah kualitas pelayanan dinilai dari kinerja layanan yang benar-benar dirasakan oleh konsumen, dan konsumen hanya dapat menilai kualitas layanan berdasarkan pengalaman mereka secara langsung ketika mendapatkan bentuk pelayanan dari penyedia layanan. Lebih jauh lagi, kualitas pelayanan dapat diukur hanya melalui dimensi persepsi pelanggan, tanpa harus menilai ekspektasi pelanggan, hal ini juga menunjukkan bahwa prioritas penggunaan konsep SERVPERF lebih banyak digunakan untuk mengukur sebuah kualitas pelayanan, dibandingkan menggunakan konsep SERVQUAL, karena dapat diandalkan dan lebih valid.

Dalam kajiannya pada industri pariwisata khususnya pada pariwisata berkelanjutan, konsep SERVPERF diadopsi untuk mengukur sebuah kualitas pelayanan berbasis persepsi langsung wisatawan, tanpa mengukur sisi harapan mereka. Penelitian SERVPERF menjadi konsep yang fleksibel dan dapat diterapkan pada berbagai sektor industri pariwisata, konsep ini tidak hanya digunakan untuk menilai kualitas interaksi antara penyedia layanan dengan wisatawan, tetapi juga untuk mengevaluasi pengalaman wisata secara menyeluruh sesuai konteks layanan yang ditawarkan. Penggunaan konsep ini dinilai sangat relevan dalam industri pariwisata karena mampu menangkap sikap dan penilaian yang nyata dari wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola destinasi (Jincy & Reshmi, 2023). Oleh karena itu, penerapan konsep SERVPERF pada penelitian ini menjadi landasan yang valid

dalam memetakan sejauh mana kinerja operasional pelayanan di Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago berdasarkan persepsi aktual para pengunjung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan persepsi pengunjung terhadap kualitas pelayanan di Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago berdasarkan lima dimensi SERVQUAL (Sugiyono, 2023). Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung yang pernah berkunjung ke Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago, yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti sehingga dikategorikan sebagai populasi tidak terbatas (*infinite population*).

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria responden yaitu responden yang pernah berkunjung ke Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago minimal satu kali dalam kurun waktu satu tahun terakhir dan berusia minimal 17 tahun. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Cochran* dengan tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 10%, menghasilkan jumlah sampel minimum sebanyak 96 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden, guna menghindari kemungkinan adanya data responden yang tidak tepat atau tidak sesuai kriteria (Veraniazzahra & Listiawati, 2023). Pengumpulan data di lapangan menghasilkan 138 responden, namun terdapat 18 responden yang tidak sesuai dengan kriteria penelitian, sehingga terkumpul sebanyak 120 responden yang memenuhi kriteria sampel penelitian.

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala *Likert* 1–5 yang mengukur persepsi aktual pengunjung terhadap kinerja pelayanan. Instrumen awal terdiri atas 34 item pernyataan yang disusun berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan dari Parasuraman dengan indikator yang diadaptasi dan dikontekstualisasikan dari (Liu et al., 2025; Anwar et al., 2023; Adhikari et al., 2023). Pengujian instrumen

dilakukan melalui *pilot test* terhadap 30 responden. Uji validitas menggunakan *Pearson Product Moment* dengan tingkat signifikansi 5% dan *r* tabel sebesar 0,361. Hasil pengujian menunjukkan 32 dari 34 item dinyatakan valid, sedangkan item T1 dan R1 dinyatakan tidak valid sehingga tidak digunakan pada pengumpulan data utama. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai $\alpha \geq 0,70$. Pengujian dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 23. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,929 pada 32 item, sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Data selanjutnya dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi untuk menggambarkan persepsi pengunjung pada setiap item dan dimensi kualitas pelayanan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif berupa nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi pada setiap item dan dimensi, yang selanjutnya dikategorikan menggunakan tabel interval (Putri & Santoso, 2020), sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kategorisasi Nilai Rata-Rata

Rentang Nilai	Kategori
4,21 – 5,00	Sangat Baik
3,41 – 4,20	Baik
2,61 – 3,40	Cukup Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik

Sumber: (Putri & Santoso, 2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini mencakup 120 pengunjung yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Responden didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 73 orang (60,8%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 47 orang (39,2%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang 17–25 tahun sebanyak 87 orang (72,5%), diikuti rentang 26–35 tahun sebanyak 20 orang (16,7%). Berdasarkan jenis pekerjaan, responden

didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 69 orang (57,5%) dan karyawan swasta sebanyak 31 orang (25,8%). Berdasarkan domisili, sebanyak 76 responden (63,3%) berasal dari Kota Bandung. Berdasarkan frekuensi kunjungan, sebanyak 82 responden (68,3%) baru berkunjung satu kali, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah pengunjung baru pada destinasi ini.

Hasil uji validitas terhadap 30 responden *pilot test* menunjukkan bahwa dari 34 item pernyataan, terdapat 2 item yang tidak valid sehingga dikeluarkan dari instrumen, menyisakan 32 item valid yang digunakan pada penyebaran kuesioner selanjutnya hingga mencapai 120 responden.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 yaitu sebesar 0,929 pada seluruh dimensi, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Hasil analisis deskriptif pada setiap item pernyataan dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*) disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Item Dimensi *Tangibles*

Item	Mean	Std. Dev	Kategori
Kebersihan area destinasi	4,23	0,666	Sangat Baik
Bebas polusi asap rokok	3,23	1,198	Cukup Baik
Ketersediaan tempat sampah	3,86	1,014	Baik
Penataan stan UMKM rapi	4,31	0,775	Sangat Baik
Kecukupan tempat makan/duduk	3,88	0,983	Baik
Kondisi tempat makan/duduk	4,01	0,912	Baik
Kecukupan fasilitas toilet	3,40	1,015	Cukup Baik
Kebersihan fasilitas toilet	3,75	0,928	Baik
Kemudahan akses jalan	3,64	1,059	Baik
Keamanan akses jalan	3,62	1,046	Baik

Kecukupan lahan parkir	3,42	1,206	Baik
Penampilan pengelola rapi	4,02	0,879	Baik
Penampilan pelaku UMKM rapi	4,13	0,798	Baik
Rata-rata	3,81	0,644	Baik

Sumber: (Olahan Data, 2026)

Hasil analisis deskriptif pada setiap item pernyataan dimensi Keandalan (*Reliability*) disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif Item Dimensi *Reliability*

Item	Mean	Std. Dev	Kategori
Standar kebersihan makanan/minuman	4,25	0,689	Sangat Baik
Kelayakan konsumsi makanan/minuman	4,50	0,594	Sangat Baik
Rata-rata	4,38	0,587	Sangat Baik

Sumber: (Olahan Data, 2026)

Hasil analisis deskriptif pada setiap item pernyataan dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Deskriptif Item Dimensi *Responsiveness*

Item	Mean	Std. Dev	Kategori
Kemudahan sistem pembayaran koin	4,23	0,867	Sangat Baik
Pemahaman UMKM atas produk	4,36	0,645	Sangat Baik
Kecepatan pelayanan UMKM	4,25	0,747	Sangat Baik
Ketanggapan pengelola atas keluhan	4,26	0,804	Sangat Baik
Rata-rata	4,28	0,618	Sangat Baik

Sumber: (Olahan Data, 2026)

Hasil analisis deskriptif pada setiap item pernyataan dimensi Jaminan (*Assurance*) disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Deskriptif Item Dimensi *Assurance*

Item	Mean	Std. Dev	Kategori
Kejelasan informasi harga	4,40	0,792	Sangat Baik
Kesediaan UMKM menjelaskan menu	4,33	0,711	Sangat Baik
Rasa aman di area destinasi	4,28	0,777	Sangat Baik
Rasa nyaman di area destinasi	4,37	0,660	Sangat Baik
Rasa tenang di area destinasi	4,33	0,811	Sangat Baik
Rata-rata	4,34	0,579	Sangat Baik

Sumber: (Olahan Data, 2026)

Hasil analisis deskriptif pada setiap item pernyataan dimensi Empati (*Empathy*) disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis Deskriptif Item Dimensi *Empathy*

Item	Mean	Std. Dev	Kategori
Perhatian tulus UMKM	4,15	0,795	Baik
Kesopanan UMKM melayani	4,30	0,693	Sangat Baik
Keramahan pengelola	4,39	0,652	Sangat Baik
Keramahan UMKM	4,38	0,663	Sangat Baik
Kesigapan UMKM memenuhi permintaan	4,33	0,665	Sangat Baik
Kejelasan informasi dari pengelola	4,31	0,707	Sangat Baik
Kesesuaian pesanan	4,40	0,690	Sangat Baik
Kesesuaian harga-kualitas	4,32	0,798	Sangat Baik

Rata-rata	4,32	0,579	Sangat Baik
-----------	------	-------	-------------

Sumber: (Olahan Data, 2026)

Secara ringkas, rekapitulasi nilai rata-rata dan kategori kelima dimensi SERVQUAL disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Analisis Deskriptif Dimensi SERVQUAL

Dimensi	Mean	Std. Dev	Kategori
<i>Tangibles</i>	3,81	0,644	Baik
<i>Reliability</i>	4,38	0,587	Sangat Baik
<i>Responsiveness</i>	4,28	0,618	Sangat Baik
<i>Assurance</i>	4,34	0,579	Sangat Baik
<i>Empathy</i>	4,32	0,579	Sangat Baik
Rata-rata	4,23	0,601	Sangat Baik

Sumber: (Olahan Data, 2026)

Kualitas pelayanan di Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago memperoleh nilai rata-rata 4,23 dan termasuk kategori yang sangat baik. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian (Rohaeni & Widaini, 2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada sektor pariwisata dapat dinilai dengan baik melalui lima dimensi kualitas pelayanan.

Pada dimensi *Tangibles*, item dengan nilai tertinggi adalah penataan stan UMKM yang terlihat rapi (4,31), sedangkan item dengan nilai terendah adalah kebebasan area destinasi dari polusi asap rokok (3,23) dan kecukupan fasilitas toilet (3,40), dengan nilai standar deviasi yang relatif tinggi pada kedua item tersebut menunjukkan persepsi pengunjung yang lebih beragam dibanding item lain. Pada dimensi *Reliability*, kedua item yaitu standar kebersihan (4,25) dan kelayakan konsumsi makanan dan minuman (4,50) sama-sama memperoleh kategori Sangat Baik, menjadikan dimensi ini sebagai dimensi dengan capaian tertinggi secara keseluruhan (4,38). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di

Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago secara keseluruhan berada pada kategori Sangat Baik, dengan nilai rata-rata 4,23 dan standar deviasi 0,601. Nilai standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan bahwa persepsi pengunjung cenderung seragam dan konsisten. Capaian tertinggi pada dimensi *Reliability* menunjukkan bahwa pengelola dan pelaku UMKM telah mampu memberikan pelayanan yang konsisten dan dapat dipercaya, khususnya dalam ketersediaan dan kesesuaian penyajian makanan dan minuman.

Pada dimensi *Responsiveness*, item dengan nilai tertinggi adalah pemahaman pelaku UMKM atas produk yang ditawarkan (4,36), sementara pada dimensi *Assurance* item tertinggi adalah kejelasan informasi harga (4,40). Pada dimensi *Empathy*, item kesesuaian penyajian menu dengan pesanan pengunjung memperoleh nilai tertinggi (4,40), sedangkan item perhatian tulus pelaku UMKM memperoleh nilai terendah pada dimensi ini (4,15) meski tetap berkategori Baik. Dimensi *Assurance* (4,34) dan *Empathy* (4,32) sama-sama memperoleh kategori Sangat Baik, mencerminkan tingkat kepercayaan pengunjung yang tinggi terhadap rasa aman, kebersihan produk, serta keramahan dan perhatian personal pelaku UMKM. Temuan ini sejalan dengan karakteristik *Community-Based Tourism* (CBT) menurut (Quang et al., 2023) bahwa keunggulan utama destinasi berbasis komunitas terletak pada keaslian interaksi sosial masyarakat lokal, bukan pada kelengkapan infrastruktur formal.

Sebaliknya, dimensi *Tangibles* memperoleh nilai terendah (3,81) meskipun tetap berkategori Baik, terutama pada indikator ketersediaan fasilitas toilet dan kebebasan area dari polusi asap rokok. Pola hasil ini menunjukkan bahwa seluruh dimensi yang berkaitan dengan interaksi manusiawi antara pelaku UMKM dengan pengunjung memperoleh penilaian lebih tinggi dibandingkan dimensi yang berkaitan dengan infrastruktur fisik, suatu kondisi yang dapat dimaklumi mengingat keterbatasan ruang fisik akibat pembagian

fungsi antara area konservasi lingkungan dan area komersial kuliner pada destinasi ini.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan di Pasar Sisi Walungan Cika-Cika Dago berdasarkan pendekatan SERVPERF secara keseluruhan berada pada kategori Sangat Baik, dengan nilai rata-rata sebesar 4,23. Dimensi *Reliability* memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,38, sedangkan dimensi *Tangibles* memperoleh nilai terendah sebesar 3,81 dan berada pada kategori Baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kekuatan pelayanan di destinasi ini terutama terletak pada interaksi personal antara pelaku UMKM dengan pengunjung, sementara aspek fasilitas dan kondisi fisik destinasi masih menjadi bagian yang perlu diperhatikan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif berbasis SERVPERF yang hanya menggambarkan persepsi pengunjung terhadap kinerja aktual pelayanan, sehingga belum menguji hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan maupun loyalitas pengunjung. Selain itu, penelitian dilakukan pada satu objek dengan 120 responden yang dipilih menggunakan *purposive sampling*, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh destinasi wisata kuliner berbasis komunitas.

Berdasarkan hasil tersebut, pengelola disarankan mempertahankan kualitas interaksi pelayanan yang telah menjadi kekuatan destinasi serta memprioritaskan perbaikan pada aspek *Tangibles*, khususnya fasilitas toilet dan pengelolaan area bebas asap rokok. Penelitian selanjutnya dapat menguji hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan atau loyalitas pengunjung serta memperluas objek penelitian pada destinasi wisata kuliner berbasis komunitas lainnya.

REFERENSI

Adhikari, Y., Wagley, M. P., & Dahal, N. (2023). *Developing the*

Contextualized SERVQUAL Instrument for Measuring the Service Quality of Nepali Resorts : An Application of the Modified Delphi Technique. September, 1–16. <https://doi.org/10.1177/21582440231195952>

- Ali, S., & Fazili, A. I. (2025). Application of the SERVQUAL model in the tourism industry across hospitality, travel, and destination management sectors. *Global Journal of Business, Economics, and Management: Current Issues*, 15(1), 25–31.
- Anwar, C., Rosnani, T., Purmono, B. B., Fitriana, A., & Jaya, A. (2023). The Influence of Food Quality and Service Quality towards Customer Satisfaction and Behavioral Intention at Kimukatsu Restaurant in Indonesia. *Himalayan Economics and Business Management*, 27–36.
- Aria, M. F., & Hidayanti, W. (2024). *Analisis Potensi Pariwisata Kuliner di Kota Bandung*. 3.
- Asyifa, E. R., Siswoyo, M., Mintardjo, B. H., Ferdiansyah, L. F., & Tamrin, M. (2025). *Manajemen Pariwisata* (A. Muthi'ah (ed.)). PT PENERBIT NAGA PUSTAKA.
- Azahra, C. P., & Zahra, Q. (2025). *THE ROLE OF LOCAL COMMUNITIES IN PLANNING AND MANAGEMENT WALUNGAN CIKA-CIKA MARKET AS A CREATIVE*. 23(3), 966–982.
- Chandra, T., CHANDRA, S., & HAFNI, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. CV IRDH.
- Fadilla, H. (2024). *Pengembangan Sektor Pariwisata untuk meningkatkan Pendapata Daerah Di Indonesia*. 2(1), 36–43. <https://doi.org/10.31080/BENEFIT>.
- Jincy, V. K., & Reshmi, R. (2023). Farm Tourism in Kerala – An Empirical Analysis of Service Quality. *Commerce & Business Researcher*, 15(1), 103–116.

- Liestiandre, H. K., Dianasar, D. A. M. L., Tirtawati, N. M., Susianti, H. W., Negarayana, I. B. P., Lilasari, N. L. N. T., Saputra, I. G. G., & Aridayanti, D. A. N. (2021). *Tata Kelola Desa Wisata Berbasis CHSE di Desa Bakas Kabupaten Klungkung*. 1(2), 106–114.
<https://doi.org/10.52352/makardhi.v1i2.581>
- Liu, J., Kuai, X., & Wang, P. (2025). *Research on the tourism service quality evaluation of Gongbei Lingnan community under the perspective of SERVQUAL theory*. 1–12.
<https://doi.org/10.3389/frsc.2024.1502234>
- Luciana, I., Wibiyanto, H., & Wibisono, N. (2022). *Analisis Persepsi Kualitas Layanan , Kualitas Produk , Pengalaman Konsumen terhadap Kepuasan dan Loyalitas: Studi Kasus pada PT Excelso Multirasa*. 13–14.
- Maniartin, L. D., Bagiastra, I. K., & Masyhudi, L. (2024). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN WISATA KULINER SATE BULAYAK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI DESA WISATA SURANADI, LOMBOK BARAT*. 4(2), 335–340.
- Nugraha, R. N., & Indriani, P. (2022). *Peningkatan Kualitas Pelayanan UPK Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 51–57.
- Orpiano, L. L. M., Orpiano, A. M. H., Callao, R. S., & Lazaro, J. M. B. (2025). *The Influence of Service Quality on Customer Perception in Restaurant*. *INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH AND INNOVATION IN SOCIAL SCIENCE (IJRISS)*, IX(2454–6186).
<https://doi.org/10.47772/IJRISS>
- Panca, C. M. A., Ramos, K. S. J. C., Ramos, A. P. T., Saico, C. R. Y., & Apaza-Apaza, S. (2024). *Quality of service of accommodation establishments as a factor in tourism competitiveness*. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 7(146), 1128–1139.
<https://doi.org/10.53894/ijirss.v7i3.3100>
- Perdomo-verdecia, V., Garrido-vega, P., & Sacristan-Diaz, M. (2024). *An fsQCA analysis of service quality for hotel customer satisfaction*. *International Journal of Hospitality Management*, 122(February), 03793.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103793>
- Putri, D. S., & Santoso, B. (2020). *PERSEPSI MAHASISWA ANGKATAN 2015-2016 TENTANG PENGGUNAAN APLIKASI TURNITIN UNTUK MENCEGAH TINDAK PLAGIARISME DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG*. *FIHRIS: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 15(2), 216–235.
- Quang, T. D., Nguyen, Q. X. T., Nguyen, H. Van, Dang, V. Q., & Tang, N. T. (2023). *Toward sustainable community-based tourism development: Perspectives from local people in Nhon Ly coastal community , Binh Dinh province, Vietnam*. 1–22.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287522>
- Rohaeni, H., & Widaini, A. (2020). *Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Kamar Hotel Bagi Wisatawan di Bandung*. *Jurnal ALTASIA*, 2(2), 329–335.
- Rohana, O. I., & Bakhtiar, A. (2025). *PERANCANGAN REKOMENDASI PENINGKATAN KUALITAS JASA PELAYANAN DENGAN METODE SERVICE PERFORMANCE (SERVPERF) PADA KOPI NAKO SEMARANG CANDI*. *Industrial Engineering Online Journal*, 14(1).

- Setiawan, B. C. B., & Rifai, N. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan di Restoran Sinar Alam 1 Bogor*. 02(02), 796–804.
- Siswoko, A. J., & Sunarta, I. N. (2022). *Persepsi Pengunjung Terhadap Night Culinary Di Fun Taste Street (Medan Night Market) Kota Medan, Sumatera Utara*. 3(3), 248–250.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); 2nd ed.).
- Tarumingkeng, R. C. (2025). *SERVQUAL (Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry)*.
- Veraniazzahra, N., & Listiawati, R. (2023). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Credibility, dan Features Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank di Jabodetabek. Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3, 1–9.
- Vernia, D. M., & Wulansari, L. (2020). *Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan yang Mempengaruhi Persepsi Wisatawan Museum Bank Indonesia*. *Jurnal ALTASIA*, 2(2), 64–69.