

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Night at Ragunan Zoo telah menerapkan kelima dimensi kualitas pelayanan SERVQUAL dengan capaian yang tergolong sangat baik dengan skor rata-rata 91%. Dimensi *Reliability* memperoleh skor tertinggi (98%) yang mencerminkan konsistensi pelayanan melalui sistem briefing rutin, lima kali simulasi sebelum peluncuran, dan standarisasi rute Buggy Car. Dimensi *Assurance* memperoleh skor 95% yang menunjukkan keberhasilan dalam menciptakan rasa aman melalui sistem keamanan komprehensif dan kompetensi *Zookeeper*. Dimensi *Responsiveness* dengan skor 92% mencerminkan kesiapan petugas dalam memberikan bantuan dan respons cepat terhadap feedback pengunjung. Dimensi *Tangibles* memperoleh skor 88% yang menunjukkan fasilitas fisik sudah baik meskipun masih perlu penyempurnaan distribusi pencahayaan di beberapa area. Dimensi *Empathy* memperoleh skor terendah (85%) yang mengindikasikan bahwa perhatian personal kepada pengunjung masih menjadi area yang memerlukan perbaikan, terutama pada kondisi ramai.

Kualitas pelayanan terbukti memiliki peran penting dalam meningkatkan minat berkunjung kembali pada program *Night at Ragunan Zoo* dengan skor total 82%. Sebanyak 90% pengunjung bersedia berkunjung kembali dalam 3-6 bulan dan 90% bersedia mengajak keluarga atau teman, menunjukkan bahwa pengalaman positif yang diperoleh dari kualitas pelayanan mendorong kunjungan berulang dan membangun word-of-mouth positif. Kualitas pelayanan juga berkontribusi dalam menciptakan diferensiasi melalui pengalaman edukatif yang unik dan membangun loyalitas pengunjung. Meskipun demikian, hanya 70% pengunjung menjadikan *Night at Ragunan Zoo* sebagai pilihan prioritas wisata malam, mengindikasikan bahwa program ini masih bersaing dengan alternatif wisata malam lainnya dan memerlukan peningkatan daya saing melalui pengembangan variasi atraksi dan perbaikan aksesibilitas.

Berdasarkan analisis SWOT dan posisi pada Sel IV (*Grow and Build*) dalam Matriks IE dengan skor IFE 3.02 (kuat) dan EFE 2.93 (rata-rata mendekati

kuat), strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan minat berkunjung kembali adalah strategi pertumbuhan agresif dengan fokus pada penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi penetrasi pasar dilakukan melalui peningkatan promosi digital dan pemasaran di media sosial untuk menjangkau target pasar generasi muda yang mencapai 70% pengunjung berusia 20-29 tahun dan memiliki kesediaan tinggi (80%) untuk membagikan pengalaman positif, dengan tujuan memperkuat positioning dan meningkatkan preferensi sebagai pilihan prioritas. Strategi pengembangan produk ditujukan untuk mengatasi keterbatasan akses bagi mayoritas pengunjung jalan kaki (66,7%) yang tidak dapat menikmati daya tarik utama program yaitu edukasi satwa nokturnal, dengan menciptakan alternatif akses atau paket tambahan yang memberikan pengalaman edukatif dengan harga terjangkau, serta menambah variasi atraksi untuk meningkatkan daya saing terhadap kompetitor wisata malam lainnya.

B. Saran

1. Bagi Pengelola Taman Margasatwa Ragunan

- a. Mengembangkan alternatif akses edukatif bagi pengunjung jalan kaki yang saat ini tidak dapat menikmati edukasi satwa nokturnal, sehingga nilai edukatif program dapat diakses oleh segmen pasar yang lebih luas.
- b. Meningkatkan kapasitas pelayanan pada dimensi *Empathy* yang memperoleh skor terendah dengan menambah jumlah petugas pada jam-jam puncak dan memberikan pelatihan pelayanan prima untuk meningkatkan kemampuan memberikan perhatian personal meskipun dalam kondisi ramai.
- c. Mengoptimalkan promosi digital dan pemasaran di media sosial dengan mengembangkan konten yang menarik dan mendorong pengunjung membagikan pengalaman mereka melalui spot foto, memanfaatkan potensi viral marketing organik yang kuat.
- d. Mengembangkan variasi atraksi melalui rotasi rute atau penambahan elemen baru secara berkala agar pengunjung yang datang berulang tetap mendapat pengalaman yang segar dan dapat meningkatkan preferensi sebagai pilihan prioritas.

- e. Menyempurnakan distribusi pencahayaan di area-area spesifik yang masih dinilai kurang oleh sebagian pengunjung.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan ukuran sampel yang lebih besar untuk menguji secara statistik pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali, sehingga dapat diidentifikasi dimensi mana yang memiliki pengaruh paling signifikan.
- b. Mengeksplorasi faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan yang mempengaruhi minat berkunjung kembali, seperti daya tarik wisata, nilai yang dirasakan, kepuasan pengunjung, atau citra destinasi untuk pemahaman yang lebih komprehensif.
- c. Melakukan penelitian komparatif untuk membandingkan strategi pelayanan wisata malam di berbagai kebun binatang atau destinasi wisata edukatif lainnya, baik di Indonesia maupun negara lain, untuk mengidentifikasi best practices yang dapat diadaptasi.
- d. Mengkaji dampak operasional Buggy Car terhadap kesejahteraan satwa nokturnal, khususnya terkait intensitas kunjungan, kebisingan, dan pencahayaan yang ditimbulkan. Mengingat rekomendasi pengembangan produk mencakup penambahan kapasitas dan alternatif akses bagi pengunjung jalan kaki, perlu dikaji terlebih dahulu batas kapasitas kunjungan yang optimal agar tidak mengganggu perilaku alami satwa nokturnal, sehingga pengembangan program tetap sejalan dengan prinsip kesejahteraan satwa dan keberlanjutan wisata edukasi.