

KUALITAS LAYANAN, BUDAYA BIROKRASI DAN LOYALITAS PENGUNJUNG: Pelajaran dari Pariwisata NTT

Dr. Apriana H. J. Fanggidae, S.E., M.Si.

KUALITAS LAYANAN, BUDAYA BIROKRASI DAN LOYALITAS PENGUNJUNG: Pelajaran dari Pariwisata NTT



PENERBIT LINTAS KURIKULUM

Jl. Amanuban, Oebufu, Kota Kupang, NTT

Telp: +62 81325192102

Website: www.lintaskurikulum.com

E-mail: lintaskurikulum@gmail.com

ISBN



**KUALITAS LAYANAN, BUDAYA BIROKRASI
DAN LOYALITAS PENGUNJUNG:**

Perjalanan dari Pariwisata NTT

Dr. Apriana H. J. Fanggidae, SE., M.Si.



UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual; Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;

Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan

penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).

Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**KUALITAS LAYANAN, BUDAYA BIROKRASI DAN LOYALITAS
PENGUNJUNG:
Perjalanan dari Pariwisata NTT**

Dr. Apriana H. J. Fanggidae, SE., M.Si.

Tata Bahasa:
Muhammad Faisal

Desain Cover dan Tata Letak:
Anifatuz Zahroh

Proofreader:
Maria Shelyn Fobia

Ukuran:
, Uk: 15.5 x 23 cm

ISBN:

Cetakan Pertama:
Maret, 2026

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2026 by Lintas Kurikulum Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT LINTAS KURIKULUM

Jl. Amanuban, Oebufu, Kota Kupang, NTT
Telp: +62 81325192102
Website: www.lintaskurikulum.com
E-mail: lintaskurikulum@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya buku berjudul **“Kualitas Layanan, Budaya Birokrasi, dan Loyalitas Pengunjung: Perjalanan dari Pariwisata NTT”** ini dapat diselesaikan dan hadir di hadapan pembaca. Buku ini merupakan hasil perenungan akademik sekaligus refleksi empiris atas dinamika pelayanan publik di sektor pariwisata, khususnya di Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Pariwisata dewasa ini tidak lagi semata-mata bertumpu pada keindahan alam dan kekayaan budaya. Pengalaman wisatawan sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan publik yang mereka terima mulai dari aksesibilitas, fasilitas, hingga sikap dan perilaku aparatur yang melayani. Dalam konteks inilah, kualitas layanan publik dan budaya birokrasi menjadi faktor kunci yang membentuk kepuasan, kepercayaan, dan pada akhirnya loyalitas pengunjung terhadap suatu destinasi.

Buku ini berangkat dari kesadaran bahwa Nusa Tenggara Timur memiliki potensi pariwisata yang luar biasa, namun potensi tersebut belum sepenuhnya diiringi oleh pengalaman layanan publik yang konsisten dan berkelanjutan. Melalui pendekatan konseptual dan hasil penelitian lapangan, penulis mengajak pembaca memahami hubungan erat antara kualitas layanan publik, budaya birokrasi, dan perilaku pengunjung. Pembahasan tidak hanya berhenti pada aspek teoritis, tetapi juga menyoroti realitas di lapangan—bagaimana nilai, sikap, dan praktik birokrasi turut membentuk citra daerah di mata wisatawan.

Secara sistematis, buku ini menguraikan paradigma baru pelayanan publik, dimensi-dimensi kualitas layanan, peran budaya birokrasi sebagai jiwa pelayanan, hingga implikasinya terhadap loyalitas pengunjung. Dengan demikian, buku ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi, mahasiswa, aparatur pemerintah, praktisi pariwisata, serta semua pihak

yang memiliki kepedulian terhadap pembangunan pariwisata yang berorientasi pada manusia dan nilai-nilai pelayanan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi pemikiran, memperkaya khazanah keilmuan administrasi publik dan pariwisata, serta menjadi inspirasi bagi upaya membangun birokrasi yang melayani dan pariwisata yang berkarakter di Nusa Tenggara Timur.

Kupang, Februari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	Iv
Daftar Isi	Vi
MENGAPA LAYANAN PUBLIK DI PARIWISATA PENTING ?	1
Pariwisata Tak Cukup Dengan Alam yang Indah	2
Potensi dan Tantangan di Pulau Timor	3
Mengapa Pelayanan Publik Menjadi Kunci ?	5
Budaya Birokrasi Sebagai Pondasi Layanan	6
Fokus dan Arah Buku	6
MELAYANI DENGAN HATI: PARADIGMA BARU DALAM LAYANAN PUBLIK	8
Dari Pemerintah yang Mengatur ke Pemerintah yang Melayani	9
Dimensi-dimensi Kualitas Layanan Publik	10
Pelayanan Sebagai Wujud Etika Kewarganegaraan	12
Menempatkan Masyarakat Sebagai Mitra, Bukan Objek	12
Relevansi Bagi Pembangunan Pariwisata di Nusa Tenggara Timur	13

Melayani Sebagai Tugas Kemanusiaan	14
KUALITAS LAYANAN PUBLIK: UKURAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT	15
Mengapa Kualitas Layanan Itu Penting	16
Lima Dimensi Kualitas Pelayanan	17
Kualitas Layanan Dalam Praktik: Antara Standar dan Realitas	20
Kualitas Layanan Sebagai Investasi Sosial	21
Penutup: Dari Kepuasan Menuju Kepercayaan	21
BUDAYA BIROKRASI: JIWA DI BALIK PELAYANAN PUBLIK	23
Birokrasi: Antara Aturan dan Nilai	24
Dua Wajah Tuntutan Birokrasi	25
Faktor Internal: Mentalitas Aparatur	25
Faktor Eksternal: Sikap dan Budaya Masyarakat ..	26
Menuju Budaya Pelayanan Publik yang Sehat	27
Birokrasi dan Pariwisata: Dua Sisi dari Citra Daerah	29
Penutup: Mengubah Budaya, Mengubah Citra	30
LOYALITAS PENGUNJUNG: CERMIN DARI PELAYANAN YANG BERMAKNA	31
Loyalitas Sebagai Ukuran Keberhasilan Pelayanan	32
Dari Kepuasan Menuju Kesetiaan	32
Lima Faktor Pembentuk Loyalitas	33

Siapa Pengunjung yang Loyal ?	34
Tantangan Dalam Membangun Loyalitas	35
Loyalitas Sebagai Cermin Dari Budaya Pelayanan	36
Dari Pengunjung Menjadi Sahabat Daerah	37
Penutup: Loyalitas Sebagai Warisan Pelayanan	38
MENELITI LAYANAN PUBLIK: DARI LAPANGAN KE PEMBELAJARAN	39
Mengapa Penelitian Itu Penting Dalam Pelayanan Publik	40
Apa yang Diteliti	40
Pendekatan yang Digunakan	41
Mengoperasionalkan Konsep Menjadi Realitas	42
Cara Mengumpulkan Data: Antara Angka dan Cerita	43
Dari Analisis Statistik ke Pemahaman Sosial ..	44
Belajar dari Lapangan	45
SIAPA PENGUNJUNG KITA ?	47
Wajah Pengunjung: Antara Perempuan dan Laki-laki	48
Usia Produktif Sebagai Penjelajah Utama	48

Pendidikan: Modal Sosial Dalam Menikmati Wisata	49
Pekerjaan dan Daya Beli: Siapa yang Sering Berkunjung	49
Pendapatan: Realitas Ekonomi di Balik Wisata	50
Dari Angka ke Cerita	50
Membaca Data, Menemukan Makna	51
ANTARA LAYANAN, BUDAYA BIROKRASI DAN LOYALITAS	52
Dari Angka ke Makna: Membaca Hasil Penelitian	53
Kualitas Layanan: Lebih dari Sekedar Kecepatan	54
Budaya Birokrasi: Jantung dari Pelayanan Publik	54
Loyalitas Pengunjung: Ketika Pelayanan Menjadi Cerita	55
Menemukan Jembatan: Budaya Sebagai Mediator Makna Lebih Dalam dari Angka	56
Penutup: Menyulam Layanan, Budaya dan Cinta Negeri	57

MEMBANGUN LOYALITAS WISATAWAN MELALUI BUDAYA BIROKRASI	58
Pariwisata: Industri Tanpa Asap yang Menghidupkan Banyak Wajah	59
Kualitas Layanan Sebagai Jantung Pengalaman Wisata	59
Ketika Birokrasi Masih Menjadi Tembok Bukan Jembatan	60
Menutup Kesenjangan: Dari Persepsi ke Praktik	61
Antara Layanan dan Loyalitas: Ketika Kepuasan Menjadi Ikatan Emosional	62
Budaya Birokrasi: Dari Aturan ke Nilai	63
Empat Tingkatan Loyalitas: Dari Sekedar Datang Hingga Menjadi Duta	63
Dari Birokrasi ke Demokrasi Pelayanan	64
REFLEKSI AKHIR: PELAYANAN PUBLIK, BUDAYA BIROKRASI DAN LOYALITAS WISATAWAN	65
Layanan Publik dan Budaya Birokrasi: Dua Sisi dari Mata Uang yang Sama	66
Budaya Birokrasi Sebagai Penggerak Loyalitas	66
Tantangan dan Ruang Pembelajaran	67
Menutup Dengan Sebuah Proposisi	67
Saran: Membangun Birokrasi yang Melayani ...	68
Penutup: Dari Birokrasi ke Empati	69

BIOGRAFI	70
DAFTAR PUSTAKA	72

MENGAPA LAYANAN PUBLIK DI PARIWISATA PENTING?

Bayangkan seseorang datang jauh-jauh ke sebuah pulau indah di NTT. Ia disambut pemandangan pantai berpasir putih, angin yang lembut, dan keramahan warga lokal. Namun, sesaat kemudian, ia kesulitan mencari toilet umum, jalan menuju lokasi rusak, dan tak ada petunjuk arah yang jelas. Dalam sekejap, rasa kagum berubah menjadi kecewa.

Pengalaman sederhana seperti ini sering kali menentukan bagaimana wisatawan menilai sebuah destinasi. Keindahan alam bisa memikat mata, tetapi pelayanan publik, cara masyarakat dan pemerintah melayani pengunjung yang akan menanamkan kesan di hati mereka. Disinilah inti dari pariwisata modern, yaitu bukan hanya apa yang dilihat, melainkan bagaimana seseorang diperlakukan.

Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) memiliki semua modal untuk menjadi destinasi unggulan dunia. Alam yang memesona, budaya yang kaya, dan masyarakat yang hangat. Namun potensi itu belum selalu sejalan dengan kualitas pengalaman wisatawan. Banyak destinasi indah yang belum dikelola dengan layanan publik yang baik.

Bab ini akan mengajak pembaca melihat mengapa pelayanan publik pariwisata menjadi isu yang begitu penting. Kita akan menelusuri potensi besar dan tantangan nyata di Pulau Timor, serta memahami peran budaya birokrasi dalam membentuk wajah layanan publik di sektor pariwisata.

MELAYANI DENGAN HATI: PARADIGMA BARU DALAM LAYANAN PUBLIK

Bab ini menguraikan perubahan mendasar dalam cara pemerintah memandang perannya dalam melayani masyarakat. Jika sebelumnya birokrasi cenderung bekerja secara kaku dan berjarak, kini muncul tuntutan agar pemerintahan hadir sebagai pelayan yang menghargai hak, martabat, dan partisipasi warga negara. Melalui paradigma New Public Service, pelayanan dipahami bukan sebagai kewajiban administratif semata, tetapi sebagai upaya mewujudkan nilai-nilai publik dalam setiap tindakan.

Mulai dari kelengkapan fasilitas, keandalan petugas, kemudahan akses, hingga kemampuan aparatur memahami kebutuhan masyarakat, seluruh dimensi tersebut menggambarkan bahwa pelayanan berkualitas tidak hanya ditentukan oleh prosedur yang tepat, tetapi juga oleh pengalaman yang dirasakan warga. Dengan memahami hal ini, pemerintah dapat membangun interaksi yang lebih manusiawi dan berkeadilan.

Akhirnya, bab ini menegaskan pentingnya keterlibatan masyarakat sebagai mitra utama dalam pembangunan, khususnya dalam sektor pariwisata seperti di Nusa Tenggara Timur. Ketika prinsip-prinsip New Public Service diterapkan, pembangunan tidak lagi berfokus pada proyek semata, melainkan pada kolaborasi yang memperkaya pengalaman pengunjung dan memberdayakan masyarakat lokal. Pada titik inilah pelayanan publik menjadi wujud kepedulian dan tanggung jawab moral pemerintah terhadap warganya.

KUALITAS LAYANAN PUBLIK: UKURAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT

Bab ini membahas pentingnya kualitas layanan sebagai wujud nyata kehadiran pemerintah dalam kehidupan masyarakat. Pengalaman warga saat berinteraksi dengan lembaga publik baik di kantor pemerintahan, fasilitas kesehatan, sekolah, maupun lokasi wisata menentukan tingkat kepercayaan mereka terhadap negara. Oleh karena itu, pelayanan yang profesional dan manusiawi tidak hanya menciptakan kepuasan, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat antara pemerintah dan masyarakat.

Selanjutnya, bab ini menguraikan lima dimensi utama dalam model SERVQUAL yang digunakan untuk menilai mutu layanan publik. Mulai dari aspek fisik, keandalan, responsivitas, jaminan, hingga empati, seluruh komponen tersebut menggambarkan bahwa pelayanan berkualitas menuntut perpaduan antara kompetensi teknis dan perhatian terhadap kebutuhan pengguna. Di sektor pariwisata, penerapan kelima dimensi ini menjadi sangat penting karena setiap detail pelayanan dapat mempengaruhi pengalaman dan persepsi wisatawan terhadap suatu daerah.

Pada bagian akhir, bab ini menunjukkan bahwa kualitas layanan bukan sekadar hasil pengarahannya prosedur, melainkan investasi sosial yang berdampak jangka panjang. Ketika pelayanan publik dijalankan dengan integritas dan kepedulian, kepercayaan masyarakat akan tumbuh dan mendukung keberhasilan pembangunan, termasuk dalam pengembangan pariwisata.

BUDAYA BIROKRASI: JIWA DI BALIK PELAYANAN PUBLIK

Bab ini membahas bagaimana budaya birokrasi menjadi faktor penentu dalam cara pemerintah menjalankan fungsi pelayanannya. Di balik aturan dan struktur formal, terdapat nilai-nilai, kebiasaan, dan pola pikir yang membentuk perilaku aparatur sehari-hari. Budaya inilah yang membedakan birokrasi yang melayani dengan birokrasi yang sekadar menjalankan perintah, sekaligus menjadi tantangan besar bagi daerah-daerah yang sedang berupaya bertransformasi menuju pola kerja yang lebih partisipatif.

Mentalitas aparatur, seperti motivasi yang keliru atau kecenderungan mempertahankan pola pikir lama, menjadi hambatan bagi profesionalisme. Di sisi lain, masyarakat juga memiliki peran melalui sikap dan budaya yang berkembang, yang dapat memperkuat atau justru melemahkan perubahan. Karena birokrasi dan masyarakat saling memengaruhi, upaya perbaikan harus dilakukan secara simultan melalui keteladanan pimpinan, sistem penghargaan yang tepat, serta keterlibatan publik dalam pengawasan.

Pada akhirnya, bab ini menegaskan bahwa budaya birokrasi yang sehat bukan hanya penting bagi efisiensi pemerintah, tetapi juga menjadi wajah daerah di mata dunia, terutama dalam sektor pariwisata. Pelayanan yang ramah, koordinasi yang baik, dan keterbukaan terhadap inovasi adalah bagian dari pengalaman yang dirasakan pengunjung.

LOYALITAS PENGUNJUNG: CERMIN DARI PELAYANAN YANG BERMAKNA

Bab ini menyoroti peran penting loyalitas sebagai indikator keberhasilan pelayanan dalam dunia pariwisata. Kunjungan ulang, rekomendasi spontan, serta kemauan wisatawan untuk kembali meski banyak pilihan lain menunjukkan bahwa pelayanan publik telah mampu menciptakan pengalaman yang berkesan. Loyalitas bukan muncul dari promosi semata, tetapi merupakan hasil dari kualitas layanan, nilai emosional, dan kepercayaan yang terbentuk melalui interaksi yang konsisten dan bermakna.

Selanjutnya, bab ini menguraikan berbagai faktor yang memengaruhi terbentuknya loyalitas, mulai dari mutu produk jasa, kualitas pelayanan, harga yang wajar, hingga kenyamanan proses yang dialami pengunjung. Loyalitas juga berakar pada hubungan emosional—ketika wisatawan merasa bangga, dihargai, dan disambut dengan tulus. Gambaran tentang karakteristik pengunjung yang loyal memperlihatkan bahwa kesetiaan tidak selalu ditopang oleh kesempurnaan fasilitas, tetapi oleh interaksi manusiawi yang membangun kedekatan antara destinasi dan pengunjung.

Pada bagian akhir, dibahas tantangan sekaligus peluang bagi birokrasi dan masyarakat lokal dalam mewujudkan loyalitas tersebut. Konsistensi pelayanan, kemampuan komunikasi aparatur, ketersediaan fasilitas publik yang memadai, serta keterlibatan masyarakat menjadi fondasi penting untuk membangun hubungan jangka panjang dengan wisatawan.

MENELITI LAYANAN PUBLIK: DARI LAPANGAN KE PEMBELAJARAN

Bab ini menekankan pentingnya penelitian sebagai jembatan antara kebijakan pemerintah dan pengalaman nyata masyarakat. Dalam konteks pelayanan publik, asumsi tanpa uji lapangan sering menyesatkan; penelitian memungkinkan pemahaman objektif mengenai kualitas layanan, budaya birokrasi, dan loyalitas pengunjung. Dengan fokus pada destinasi wisata di Pulau Timor, penelitian ini tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga menilai nilai-nilai kemanusiaan yang tercermin dalam interaksi antara aparat, pengunjung, dan masyarakat lokal.

*Objek penelitian mencakup tiga aspek utama: kualitas layanan publik, budaya birokrasi, dan loyalitas pengunjung. Pendekatan *explanatory survey* digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat di antara variabel-variabel tersebut, dengan bantuan model SEM untuk memetakan keterkaitan kompleks. Konsep teoritis seperti SERVQUAL untuk kualitas layanan, nilai-nilai birokrasi dari Dwiyanto, dan indikator loyalitas Kotler diterjemahkan ke dalam indikator nyata agar hasil penelitian dapat diamati dan dirasakan secara praktis, mencakup 231 responden di lima wilayah NTT.*

Hasil penelitian menekankan bahwa pelayanan publik bukan sekadar sistem atau prosedur, melainkan pengalaman manusiawi yang dibentuk oleh budaya birokrasi, empati aparat, dan partisipasi masyarakat. Temuan ini menjadi bahan refleksi dan dasar tindakan, menegaskan bahwa penelitian yang paling bermakna adalah yang mampu mengubah cara pemerintah dan masyarakat memperlakukan satu sama lain.

SIAPA PENGUNJUNG KITA?

Bab ini menggambarkan profil pengunjung wisata sebagai cermin beragam latar sosial, ekonomi, dan budaya di NTT. Dari 231 responden, mayoritas perempuan (64,5%) menunjukkan peran penting perempuan dalam pengambilan keputusan wisata dan penilaian kualitas layanan. Kelompok usia produktif 20–40 tahun mendominasi, dengan generasi muda yang aktif berjejaring dan mencari pengalaman otentik menjadi fokus utama promosi dan pelayanan, sementara kelompok usia lanjut membutuhkan perhatian terhadap aksesibilitas.

Tingkat pendidikan pengunjung mayoritas SMA (54,98%) hingga sarjana (35,06%) menunjukkan literasi yang cukup untuk menilai profesionalisme layanan publik, menekankan pentingnya komunikasi yang cerdas dan edukatif. Dari segi pekerjaan, pegawai negeri sipil (29%) dan mahasiswa (20,78%) menjadi segmen dominan, menandakan bahwa aparaturnya publik sekaligus menjadi konsumen layanan, serta adanya peluang pengembangan wisata edukatif.

Kondisi ekonomi pengunjung menunjukkan bahwa lebih dari setengah berpenghasilan di bawah Rp2,5 juta per bulan, menekankan bahwa kepuasan wisata tidak hanya ditentukan harga tiket, tetapi juga kenyamanan fasilitas dan keramahan petugas. Data ini bukan sekadar angka, melainkan cerminan harapan masyarakat: pelayanan yang tulus, ramah, dan manusiawi. Memahami karakteristik pengunjung menjadi langkah awal untuk merancang layanan publik yang efektif, yang selanjutnya akan memengaruhi loyalitas dan pengalaman wisatawan di NTT.

ANTARA LAYANAN, BUDAYA BIROKRASI DAN LOYALITAS

Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh kuat terhadap budaya birokrasi, tetapi tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pengunjung. Dengan kata lain, pelayanan publik yang disiplin, responsif, dan jelas prosedurnya hanya akan membuahkkan loyalitas jika dibingkai oleh budaya birokrasi yang manusiawi. Budaya birokrasi ini mencakup integritas, mental kerja, sikap melayani, partisipasi publik, serta bebas dari nepotisme dan korupsi, dan menjadi jantung dari pengalaman pengunjung terhadap pemerintah daerah.

Dari dimensi kualitas layanan, daya tanggap (responsiveness) paling dihargai oleh pengunjung, diikuti oleh bukti nyata (tangible) dan kehandalan (reliability), sedangkan empati masih rendah. Hal ini menandakan bahwa meskipun pelayanan cepat dan efisien, jarak emosional antara petugas dan pengunjung masih ada.

Loyalitas pengunjung muncul dari pengalaman positif yang terangkai dalam budaya birokrasi yang baik. Mereka tidak sekadar puas dengan fasilitas, tetapi menghargai kejujuran, keramahan, dan integritas aparatur. Temuan ini menekankan bahwa reformasi pelayanan publik di sektor pariwisata tidak cukup dengan teknis dan sistem, melainkan harus menyentuh aspek kultural dan moral: pelayanan yang tulus memupuk loyalitas, dan loyalitas itu pada gilirannya menjadi cermin kualitas birokrasi serta pengalaman wisata yang berkesan.

MEMBANGUN LOYALITAS WISATAWAN MELALUI BUDAYA BIROKRASI

Pariwisata di NTT bukan sekadar industri ekonomi, tetapi bagian dari kehidupan masyarakat, di mana pengalaman pengunjung dibentuk oleh kualitas layanan publik. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati masih memiliki kelemahan, terutama dalam kehandalan dan jaminan. Pengunjung menghargai pelayanan yang cepat, responsif, dan akurat, tetapi kesenjangan antara harapan dan kenyataan muncul karena birokrasi yang masih bersifat formalitas dan berorientasi prosedur, bukan manusiawi.

Budaya birokrasi menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas pengunjung. Aparatur yang bekerja dengan keterlibatan, konsistensi, integritas, dan kesadaran misi melayani masyarakat akan menciptakan pengalaman wisata yang berkesan. Penelitian menemukan bahwa kualitas layanan tidak langsung menciptakan loyalitas, melainkan melalui budaya birokrasi yang sehat dan empatik. Budaya birokrasi ini menjadi “jembatan” yang mengubah pelayanan menjadi pengalaman emosional, di mana pengunjung merasa dihargai, aman, dan dihormati.

REFLEKSI AKHIR: PELAYANAN PUBLIK, BUDAYA BIROKRASI, DAN LOYALITAS WISATAWAN

Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan publik yang baik berdampak positif pada budaya birokrasi. Aparatur yang responsif, tanggap, dan tulus dalam melayani wisatawan mampu menumbuhkan nilai-nilai profesionalisme, kejujuran, dan meritokrasi. Namun, peningkatan layanan saja belum cukup untuk menciptakan loyalitas pengunjung; pelayanan yang bermakna membutuhkan jembatan budaya birokrasi yang manusiawi, di mana interaksi antara petugas dan wisatawan terasa otentik dan berkesan.

Budaya birokrasi berperan langsung dalam membentuk loyalitas pengunjung. Aparatur yang menjalankan nilai demokratis, menghindari nepotisme, dan berorientasi pada pelayanan menghasilkan pengalaman positif yang membuat wisatawan ingin kembali dan merekomendasikan destinasi.

Untuk membangun birokrasi yang melayani, penelitian merekomendasikan pendekatan humanis, transformasi prosedur menjadi lebih efisien dan transparan, peran aparatur sebagai fasilitator, serta desentralisasi yang memberi ruang inovasi lokal. Reformasi birokrasi tidak hanya teknokratis, tetapi juga kultural: menanamkan nilai empati, tanggung jawab, dan keterlibatan moral dalam pelayanan publik. Dengan demikian, pariwisata di NTT dapat menjadi cerminan nilai kemanusiaan, di mana keindahan alam berpadu dengan sikap tulus melayani pengunjung.

BIOGRAFI PENULIS



Data Diri

1	Nama lengkap	Dr. Apriana H. J. Fanggidae, S.E., M.Si.
3	NIP/NIK	19700408 199802 2 001
4	NIDN	0008047004
5	Tempat dan tanggal lahir	Rote, 08 April 1970
6	Jabatan Struktural	Lektor Kepala/IVA
7	E-mail	apriana.fanggidae@staf.undana.ac.id
8	Nomor Telepon/Hp	085217135084
9	Alamat kantor	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jl. Adisucipto Penfui Kupan

Latar belakang Pendidikan

Universitas Kristen Artha Wacana

- S-1 : Ekonomi/Manajemen
1988 sampai 1994
Universitas Padjadjaran
- S-2 : Ekonomi/Manajemen
2003 sampai 2005
Universitas Nusa Cendana
- S-3 : Administrasi
2015 sampai 2018

DAFTAR PUSTAKA

- A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future research.* Zeithaml, Parasuraman dan Berry (1996). *Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 4 (Autumn, 1985), pp. 41-50. Published by: American Marketing Association
- A Service Quality Model and its Marketing Implications",* European Journal of Marketing. Christian Grönroos, *The fulltext of this document has been downloaded 26727 times since 2006 "Vol. 18 Iss: 4, pp.36 – 44.*
- Aksesibilitas Untuk Pengunjung Difabel Di Obyek Wisata Museum Benteng Vredenburg.* Yogyakarta Kusumaningrum Haritsah, 2012. Universitas Gadjah Mada. Tesis tidak dipublikasikan
- Al Rasyid, Harun (1993). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala.* Bandung: Diktat Kuliah Pasca Sarjana UNPAD
- An Integrated Model Of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis In The Service Sector.* Consuegra, et al. 2007. Emerald Group Publishing Limited. *Journal of Product and Brand Management*, Volume 16, Number 7, 2007.
- Ariyanto (2005). *Ekonomi Pariwisata*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta
- Asia-Pacific Conference on Tourism for People with Disability, held at Bali, Indonesia, from 24 to 27 September 2000:*
- Augusty Ferdinand (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis,*

- dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Basu Swastha (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty
- Bennet, Seaton (1996). *Marketing Tourism Products*, Oxford: Alden Press
- Bhote, Keki R (1996). *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty*. American Management Association
- Boyd, Harper W (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta
- BPS NTT 2016
- Brent Lovelock And Kirtem M. Lovelock (2013). *The Erthics Of Tourism Critical Ad Applied Perspectives*. Routladge USA.
- Burkart, A. J and S. Medlik (1981). *Tourism : Past, Present and Future*. London. United Kingdom
- Cooper (1997). *Tourism Development Environmental and Community Issues*, Wiley., New York.
- Customers loyalty and quality in tourism and hospitality. Published: 23rd March, 2015 Last Edited: 23rd March, 2015. <https://www.ukessays.com/>*
- Damanik, dkk (2006). *Perencanaan Ekowisata. Dari Teori Ke Aplikasi*. Penerbit Andi.
- Daniel et al (2005). *Educational Evaluation and Decassion Making*, New York, USA. Peacock, Publishers, Inc.
- Davidson, R.Martinsons, M. & Kock, N. (2004). *Principles of canonical action research*. Information Systems Journal, 14(1), 65-86.

- Denhardt Janet V. and Denhardt, Robert B. 2007. *The New Public Service; Serving not Steering. Expanded edition*, New York: M.E.
- Destinasi Ekowisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kota Kupang. Apriana Fanggalda Laporan Penelitian (2016).*
- Dharmesta, Basu Swasta (1996). *Azas-Azas Marketing*, Edisi III. Yogyakarta: Liberty.
- Drumm,A dan Moore, A (2002). *Ecotourism Development: An Introduction to Ecotourism Planing*. The Nature Conservancy, Arlington, Virginia, USA.
- Fitzsimmons, James A, and Mona J. Fitzsimmons (1994). *Service Management for Competitive Advantage*. New York : McGraw-Hill, Inc
- Fitzsimmons, James A, and Mona J. Fitzsimmons (2014). *Service Management. Operation, Strategi, Information Technology. Eighth Edition*. New York : McGraw-Hill, Inc
- Ghozali Imam (2008). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang
- Ghozali, Imam dan Fuad (2005). *Structural Equation Modelling, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Griffin R.W dan Ebert R.J (2013). *Bisnis*. Edisi ketujuh jilid 1. Jakarta. PT. Indeks
- Griffin, Jill (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta, Airlangga

- Gronroos, Christian (1990). *Services Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition*, Massachusetts: Lexington Books
- Guiltnan, Joseph, P, Paul, Gordon W and Madden, Thomas J (1997). *Marketing Management*. 6th edition. McGraw-Hill Companies.
- Hasan Ali (2008). *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta.
- Hasil Rapat Terbatas Evaluasi Pelaksanaan Proyek Strategi Nasional dan Program Prioritas NTT, 16/2/17)
<http://jakarta.kemendikham.go.id/download/karya-ilmiah/pelayanan-publik/5-budaya-birokrasi-pelayanan-publik/file>
http://www.kompasiana.com/satriya1998/pelayanan-publik-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-berkelas-dunia_550eca5c813311c52cbc64de
- Hunziker dan Kraft (1942). *Best Practice In Accessible Tourism Inclusion, Disability, Ageing Population And Tourism*. Edited By Dimitrios Buhalis (Bournemouth University), Simon Darcy (University Of Technology, Sydney) And Ivor Ambrose (European Network For Accessible Tourism – Enat)
- International Journal of Economics Business and Management Studies*, 2(1), 25-37, 2013, 13 Pages
 Posted: 6 Jan 2013. Zahir Osman Ilham Sentosa, Limkokwing University of Creative Technology, Date Written: 2013.
- Jogiyanto, H (2004) *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi 2004-2005, BPFE, Yogyakarta
- Jonathan Sarwono (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Yogyakarta; Graha Ilmu,

- Jones, P. and Lockwood A (1984). *People and the Hotel Catering Industry*, Holt Rinehart: Eastbourne
- Kamus besar bahasa indonesia (2005)
- Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan Tourist Information counters Di Jalan Padma Utara Legian, Kuta. *I Gusti Ayu Eka Uwintari*, 2012:98
- Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (Meneg PAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003
- Kerlinger (1990). *Asas-asas Penelitian Behavioral*, Gadjah Mada University Press
- Koepang Tempo Doeloe*. Pengarang: Drs. Ishak Arries Luitnan
- Kotler, Philip (2003). *Marketing Management, 11th Edition*. Prentice Hall Int'l, New Jersey, Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga Jakarta.
- Kotler, Philip, Kevin lane Keller (2009). *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 1*. PT Indeks
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga Jakarta
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, Edisi Milenium, Jakarta. Prehallindo.
- Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, Fandi Tjiptono, (2001). majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta

- Lashley., dan Morrison (2000). *Arti penting Hospitality Dalam Dunia Kerja*. Jakarta: Gramedia.
- Lindberg,K dan Hawkins,D.E (1995). *Ekowisata: Petunjuk untuk perencanaan dan Pengelolaan*. Yayasan Alami Mitra Indonesia. Jakarta.
- Little john, Stephen W (1996). *Theories of Human Communication*. Edisi ke-5, Belmont-California, Wadsworth.
- Lovelock, Chirstoper dan Jochen Wirtz (2011). *Service Marketing*. New Jersey USA : Pearson
- Lovelock, Christopher.H dan Wright, Lauren.K (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indeks
- Lumsdon, Les (1997), *Tourism Marketing*, London : International Thomson Business Press.
- Lumsdon, Les (1997). *Tourism Marketing*, London : International Thomson Business Press.
- Lupiyoadi , Rambat (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat
- Moriison. M. Alastair (1996). *Hospitality and Travel Marketing*. Delmar Publishers. West Lafayette, Idiana
- Muljadi, (2009). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta. Penerbit: PT Raja Grafindo Persada
- Mulyadi Deddy (2015). *Studi Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik*. Penerbit Alfabet Bandung.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary* (2000)
- Parasuraman. A, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry (1990), *Delievering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectations*, The Press, A Division of Macmillan, Inc., New York.
- Pengaruh Atraksi, Fasilitas dan Aksesibilitas Objek Wisata Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan*,

- Studi Kasus (Persepsi Wisatawan mengenai 30 Objek Wisata di Daratan Timor dan Rote Ndao). Apriana Fanggidae (2005), Tesis.*
- People With Disabilities (PwD) In The Tourism Industry – Concepts And Issues, Kim Ieng Loi Institute For Tourism Studies Assistant Professor, Macau, Sar, E-Address: Connie@Ift.Edu.Mo, Fax: (853) 85061283, Weng Hang Kong Institute For Tourism Studies Assistant Professor. [Https://Wp.Nyu.Edu/Cts2015/Wp-Content/.../Loi-And-Kong.Pdf](https://Wp.Nyu.Edu/Cts2015/Wp-Content/.../Loi-And-Kong.Pdf)*
- Permendagri 33 tahun 2009
- Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang. Kusumaningrum, Dian. 2009. Magister Kajian Pariwisata. Universitea Gadjah Mada*
- Program Master Plan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) tahun 2011-2025
- Quality Standards in Tourism Services. Christian Grönroos, The fulltext of this document has been downloaded 26727 times since 2006 "A Service Quality Model and its marketing Implications", European Journal of Marketing, Vol. 18 Iss: 4, pp.36 – 44*
- Rangkuti, Freddy (2003). *Measuring Customer Satisfaction*. Cetakan kedua, Jakarta; Penerbit PT. Gramedia Pustak Utama
- Ratih (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Reichheld dan Sasser (1990). *Zero Defections: Quality Comes To Services*. Harvard Business Review.

- Revisiting the Behavioral Model and Access to Medical Care: Does It Matter*, Anderson, R, (1995), *Journal of health and social behavior*.
- Robbins, Stephen. P. dan Mary Coulter (2005). *Manajemen*. PT INDEKS Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Roger, Anthea and Judy Slinn (1993), *Tourism Management of Facilities*. London Pitman Publishing.
- Santoso Singgih (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Media Komputindo.
- Schiffman, Leon. G and Kanuk, Leslie Lazar 2(004). *Consumer Behavior 8th edition*. Pearson Prentice Hall
- Service Quality and Tourism*. Marcjanna Augustyn Samuel K. Ho, **First Published** August 1, 1998 research-article.
- Singarimbun, Masri (1995). *Metode Penelitian Survei*. LP3S, Jakarta
- Smith S. L. J and D. Stephen (1989). *Tourism Analysis: A Handbook*. Longman Scientific & Technical. New York
- Soekadijo (1995). *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage"*. PT.Gramedia Pustaka Utama
- Stanton W. J (1978). *Fundamentals of Marketing*. Publisher: Tokyo : McGraw-Hill
- Stoner, Freeman dan Gilbert (1995). *Pengantar Bisnis*. GRAHA ILMU. Yogyakarta.
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung Alfabeta.

- Sunyoto, Danang. 2015 *Manajemen Bisnis Ritel*. Cetakan 1. Yogyakarta : Center For Academic Publishing Service.
- Surat Keputusan Menparpostel No. KM 94/HK.103/MPT-77
- Surat Keputusan Menparpostel No. KM.37/PW.304/MPPT-86.
- Suwantoro Gamal (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Indonesia.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S (2005). *Manajemen Publik*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- The Behavioral Consequenses of Service Quality, A, Parasuraman. (2001). Jurnal of Marketng, Vol 60.*
- The Design of Local Wisdom-Based Ecotourism Destination In Kupang City. Journal of Management Small and Medium Enterprises (SME's). Vol 1, No 1, Nopember 2015*
- The Effect of Liquidity Risk and Non Performing Financing Ratio to Commercial Sharia Bank Profitability in Indonesia. Yoppy Palupi. 2014. International Proceedings of Economics Development and Research.*
- The impact of customer interaction on customer loyalty in Taiwan's international tourist hotels: the mediating effect of service quality and trust. Lin-Min Chuang. Etc. Innovative Marketing, Volume 8, Issue 2, 2012.*
- The International Ecotourism Society (TIES) (2000). *Ecotourism Statistical Fact Sheet*. Robert T. Nakamura.
- The Role of Service Quality in Development of Tourism Industry. 21 Pages Posted: 31 Aug 2010 Last*

revised: 8 Sep 2010 . Alireza Ebrahimpour, Tehran South Branch of Islamic Azad University, Tehran-Iran, Azam Haghkhah, UTM (University of Technology, Malaysia) Date Written: August 30, 2010.

Tjiptono F. dan Gregorius Chandra (2005). *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta.

Tjiptono F (2002). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Andi

Tourism Development Model as A Leading Sector in West Manggarai Of East Nusa Tenggara Province. Apriana Fanggidae (2017), International Journal of Humanities, Religion and Social Science. ISSN: 2548-5725, Vol1, Issue 1 March 2017. www.doarj.org

Uma Sekaran. 2003. *Research Methods For Bussiness*. Jakarta: Salemba Empa.

Undang Undang RI No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan

Undang-undang nomor 4 tahun 1997

UU Nomor 25 tahun 2009

Wahab L. J. Crampon, L. M. Roth Field (2003), *Tourism Marketing*. PT. Pradnya Paramita

World Conservation Monitoring Centre adalah badan eksekutif dari United Nations Environment Programme, bermarkas di Cambridge, Inggris. Wikipedia, Kantor Pusat: Cambridge, Cambridgeshire, Britania Raya. Didirikan: 8 Juli 2000

World Tourism Oganization (WTO)

- Yoeti,O.A.(2008). *Ekowisata: Pariwisata berwawasan Lingkungan Hidup*. PT. Pertja. Jakarta.
- Yoeti. A. Oka (1996), *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Angkasa Bandung
- Zeithaml, V.A., (2009). *Delivering Quality Service; Balancing Customer Perception and Expectations*. Free Press | 240 pages | ISBN 9781439167281 | March 2009. List Price £11.99 (price may vary by retailer). York: The Free Press.
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo (2003). *Service Marketing*. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York.