



Pengaruh Pelayanan Berbasis Syariah terhadap Kepuasan Wisatawan Anak Mas River Paradise

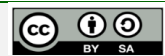
Syafiqal Hafizh^{1*}, Zakiul Fuady², Ayu Rahma Nengsi³

¹Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Syariah Dakwah dan Ushuluddin, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Takengon, email: sy4fiqal@gmail.com

²Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Takengon, email: zakiul@gmail.com

³Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Takengon, email: Ayu_ningsih@gmail.com

DOI: 10.54604/itg.v8i2.561



Copyright © 2023

Diajukan: 10/09/2023

Diterima: 15/09/2023

Diterbitkan: 20/09/2023

ABSTRAK

Wisata arung jeram Anak Mas River Paradise di Kabupaten Aceh Tengah menyajikan atraksi petualangan alam yang menuntut standar keandalan teknis dan keselamatan tinggi, sementara integrasi prinsip keislaman menjadi fondasi utama penentu mutu layanan pada destinasi pariwisata syariah. Penelitian ini bertujuan mengukur kualitas pelayanan berbasis syariah, memetakan tingkat kepuasan wisatawan, menguji pengaruh kausalitas antarvariabel, serta menganalisis penerapan nilai-nilai syariah secara mendalam. Penelitian menggunakan pendekatan mixed methods dengan desain explanatory sequential. Pengumpulan data diawali penyebaran angket kepada 30 responden yang diuji melalui regresi linier sederhana, dilanjutkan penggalan data kualitatif melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil kuantitatif menunjukkan kualitas pelayanan berbasis syariah mencatatkan skor rata-rata 4,437 (kategori sangat tinggi) dan kepuasan wisatawan meraih rerata 4,433 (kategori sangat tinggi). Persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 8,476 + 0,904X$ dengan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,724, mengonfirmasi bahwa pelayanan berbasis syariah berkontribusi positif dan signifikan sebesar 72,4% terhadap kepuasan wisatawan (t hitung = 8,563; $p < 0,05$). Temuan kualitatif menegaskan bahwa etika pelayanan seperti kejujuran (shidq), keterjagaan amanah, kesantunan, dan kesetaraan layanan telah terinternalisasi dalam aktivitas operasional harian. Penerapan kualitas pelayanan berbasis syariah terbukti menjadi penentu utama kepuasan pengunjung di Anak Mas River Paradise. Manajemen disarankan konsisten mempertahankan standar keselamatan dan prinsip syariah, sementara peneliti selanjutnya direkomendasikan mengeksplorasi 27,6% variabel luar yang belum dijelaskan dalam model ini.

Kata Kunci: Pelayanan Syariah, Kepuasan Wisatawan, Arung Jeram

ABSTRACT

Anak Mas River Paradise rafting tourism in Central Aceh Regency offers a nature adventure attraction that demands high technical reliability and safety standards, while the integration of Islamic principles forms the main foundation determining service quality at sharia-based tourism destinations. This study aims to measure sharia-based service quality, map the level of tourist satisfaction, examine the causal influence between variables, and analyze the implementation of sharia values in depth. A mixed methods approach with an explanatory sequential design was applied. Data collection began with distributing questionnaires to 30 respondents tested through simple linear regression, followed by qualitative data collection through interviews, field observation, and documentation study. The quantitative results show that the sharia-based service quality variable recorded an average score of 4.437 (very high category) and tourist satisfaction reached an average of 4.433 (very high category). The resulting regression equation is $Y = 8.476 + 0.904X$ with a coefficient of determination R^2 of 0.724, confirming that sharia-based service contributes positively and significantly by 72.4% to tourist satisfaction ($t = 8.563$; $p < 0.05$). Qualitative findings confirm that service ethics such as honesty (shidq), trustworthiness (amanah), courtesy, and equal treatment have been internalized in daily operational activities. The implementation of sharia-based service quality proved to be the main determinant of visitor satisfaction at Anak Mas River Paradise. Management is advised to consistently maintain safety standards and sharia principles, while future researchers are recommended to explore the remaining 27.6% of external variables not yet explained by this model.

Keywords: Sharia-Based Service; Tourist Satisfaction; White-Water Rafting

** Korespondensi Author: Syafiqal Hafizh, Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Syariah Dakwah dan Ushuluddin, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Takengon, [email penulis korespondensi], [nomor telepon]*

I. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan tingkat sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Salah satu model pengukuran yang paling dikenal adalah SERVQUAL, yang menilai kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi utama, yaitu tangible (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati) (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah pelanggan membandingkan harapan sebelum menggunakan suatu produk atau layanan dengan pengalaman aktual yang dirasakan, yang dipengaruhi oleh kualitas layanan, kesesuaian harga, pengalaman konsumsi, serta komunikasi dan informasi yang diterima (Kotler & Keller, 2016).

Pariwisata syariah merupakan salah satu segmen wisata minat khusus yang berkembang pesat secara global, sejalan dengan meningkatnya permintaan wisatawan muslim terhadap layanan yang selaras dengan nilai-nilai keislaman (Priyanto, 2009). Konsep ini tidak sekadar menghadirkan fasilitas ibadah, tetapi mencakup keseluruhan pengalaman perjalanan yang berlandaskan etika muamalah, termasuk kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam setiap interaksi pelayanan (Soekadijo, 2000). Pertumbuhan wisata petualangan alam (adventure tourism) secara global turut menunjukkan tren peningkatan signifikan, sebagaimana dilaporkan oleh UNWTO (2014), yang menempatkan aktivitas seperti arung jeram sebagai salah satu produk wisata minat khusus dengan potensi pasar yang terus berkembang, sekaligus menuntut standar keselamatan dan mutu layanan yang tinggi mengingat risiko fisik yang melekat pada aktivitasnya.

Arung jeram di Aceh Tengah merupakan salah satu aktivitas wisata petualangan alam yang menawarkan pengalaman menyusuri Sungai Peusangan dengan variasi tingkat kesulitan grade II hingga III, dipadukan dengan panorama dataran tinggi Gayo (Sugiarto, 2010). Aktivitas ini dikelola oleh operator lokal yang dilengkapi perlengkapan keselamatan serta pemandu profesional, sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor penentu dalam membentuk persepsi dan pengalaman wisatawan, mencakup keramahan staf, kecepatan pelayanan, ketepatan informasi, keamanan, kenyamanan fasilitas, hingga kemampuan pemandu dalam memberikan arahan yang jelas dan profesional.

Sebagai salah satu bentuk wisata petualangan (adventure tourism), arung jeram tergolong aktivitas berisiko tinggi yang menuntut standar keselamatan lebih ketat dibandingkan wisata konvensional, sehingga kepercayaan wisatawan terhadap kompetensi teknis pengelola menjadi prasyarat mutlak sebelum aspek pelayanan lain dapat dinikmati secara optimal (UNWTO, 2014). Karakteristik ini membedakan pengukuran kualitas pelayanan pada wisata arung jeram dengan sektor jasa pariwisata lain seperti akomodasi atau kuliner, karena dimensi keandalan teknis peralatan dan jaminan keselamatan memiliki bobot kepentingan yang relatif lebih tinggi dalam membentuk persepsi mutu layanan secara keseluruhan.

Konteks operasional Anak Mas River Paradise pada masa penelitian ini turut diwarnai oleh dampak bencana longsor yang sempat melanda wilayah Aceh Tengah, yang berpotensi memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan maupun persepsi keselamatan terhadap destinasi wisata alam di kawasan tersebut. Kondisi pascabencana semacam ini menuntut pengelola destinasi untuk tidak hanya

memulihkan operasional secara teknis, tetapi juga membangun kembali kepercayaan wisatawan melalui komunikasi yang transparan dan konsistensi standar keselamatan, sebagaimana ditekankan dalam kajian pariwisata mengenai pemulihan destinasi pascabencana (Yoeti, 2008). Dengan demikian, penelitian mengenai kualitas pelayanan pada masa pascabencana ini memiliki relevansi tambahan, yaitu memotret sejauh mana destinasi wisata mampu mempertahankan mutu layanan dan kepuasan wisatawan di tengah kondisi yang tidak sepenuhnya normal.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dan signifikan dengan kepuasan pelanggan, sebagaimana ditegaskan dalam kajian mengenai kapabilitas organisasi dan nilai pelanggan (Nasution & Mavondo, 2008). Dalam industri jasa seperti arung jeram, di mana pengalaman langsung sangat menentukan kesan keseluruhan, pelayanan yang melampaui harapan akan menciptakan kepercayaan dan loyalitas, sedangkan pelayanan yang buruk dapat menurunkan kepuasan dan menyebar melalui ulasan negatif. Anak Mas River Paradise, sebagai salah satu destinasi arung jeram di Aceh Tengah yang menerapkan pelayanan berbasis nilai-nilai keislaman, dihadapkan pada tuntutan ganda, yaitu memenuhi standar teknis dan keselamatan sekaligus mengintegrasikan prinsip syariah seperti kejujuran, amanah, kesopanan, dan keadilan dalam layanan sehari-hari.

Kombinasi antara model SERVQUAL yang bersifat universal dan nilai-nilai syariah yang bersifat kontekstual keislaman menghadirkan kerangka analisis yang lebih komprehensif dalam memahami kualitas pelayanan pada destinasi wisata syariah. Model SERVQUAL konvensional (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) memang telah terbukti aplikatif pada berbagai konteks jasa, namun belum secara eksplisit mengakomodasi dimensi etika keagamaan yang menjadi identitas utama destinasi wisata syariah. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan memperkaya kelima dimensi SERVQUAL menggunakan indikator nilai syariah, sehingga instrumen yang dihasilkan mampu menangkap kualitas pelayanan secara lebih utuh, baik dari sisi teknis-fungsional maupun dari sisi etis-spiritual.

Selain berdampak pada pengalaman wisatawan, keberlangsungan operasional Anak Mas River Paradise turut memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar Desa Jurusen, baik melalui penyerapan tenaga kerja lokal sebagai pemandu dan staf operasional, maupun melalui aktivitas ekonomi ikutan seperti penyediaan makanan, penginapan sederhana, dan cendera mata bagi wisatawan yang berkunjung. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik pada destinasi ini tidak hanya berdampak pada kepuasan wisatawan secara individual, tetapi juga pada keberlanjutan ekonomi masyarakat sekitar yang turut bergantung pada aktivitas pariwisata tersebut, khususnya pada masa pemulihan pascabencana yang menuntut sumber pendapatan alternatif bagi warga terdampak.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan ke dalam empat pertanyaan penelitian, yaitu: bagaimana tingkat kualitas pelayanan berbasis syariah di wisata arung jeram Anak Mas River Paradise; bagaimana tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung; seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan berbasis syariah terhadap kepuasan wisatawan; serta bagaimana nilai-nilai syariah diterapkan secara nyata dalam praktik pelayanan sehari-hari di destinasi tersebut. Keempat pertanyaan ini saling melengkapi, di mana dua pertanyaan pertama bersifat deskriptif, pertanyaan ketiga bersifat kausalitas yang diuji secara kuantitatif, dan pertanyaan keempat bersifat eksploratif yang dijawab melalui pendekatan kualitatif.

Di era digital, ulasan wisatawan yang disebarluaskan melalui media sosial dan platform daring turut memperbesar dampak pengalaman pelayanan, baik positif maupun negatif, terhadap reputasi destinasi wisata secara keseluruhan. Kondisi ini menuntut pengelola destinasi wisata petualangan

seperti arung jeram untuk tidak hanya berfokus pada pemenuhan standar teknis semata, tetapi juga membangun pengalaman pelayanan yang berkesan secara emosional, sehingga mendorong wisatawan untuk secara sukarela membagikan pengalaman positifnya kepada khalayak yang lebih luas, sebagaimana ditegaskan dalam kajian strategi pemasaran jasa kontemporer (Tjiptono, 2017).

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian mengenai integrasi model SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) dengan nilai-nilai syariah pada konteks wisata petualangan alam, yang masih relatif terbatas dibandingkan kajian pariwisata syariah pada sektor perhotelan maupun kuliner. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi pengelola Anak Mas River Paradise dalam mempertahankan dan meningkatkan mutu layanan, serta menjadi rujukan bagi pengelola destinasi arung jeram lain yang hendak mengintegrasikan prinsip syariah dalam operasional layanan wisata petualangan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui kualitas pelayanan di wisata arung jeram Anak Mas River Paradise; (2) mengetahui kepuasan wisatawan di wisata arung jeram Anak Mas River Paradise; (3) mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan; dan (4) mengetahui penerapan nilai-nilai syariah pada pelayanan di wisata arung jeram Anak Mas River Paradise.

II. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode mixed methods dengan pendekatan explanatory sequential design, yaitu desain penelitian campuran yang diawali dengan pengumpulan dan analisis data kuantitatif, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan dan analisis data kualitatif untuk menjelaskan hasil kuantitatif secara lebih mendalam (Creswell, 2014). Penelitian dilaksanakan di Anak Mas River Paradise, Desa Jurusen, Kecamatan Pegasing, Kabupaten Aceh Tengah, selama delapan bulan (November 2025 sampai Agustus 2026).

Desain explanatory sequential dipilih karena penelitian ini bertujuan tidak hanya mengukur besaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan secara statistik, tetapi juga menggali makna dan proses di balik angka tersebut melalui eksplorasi kualitatif (Sugiyono, 2022). Tahap pertama penelitian difokuskan pada pengumpulan dan analisis data kuantitatif melalui kuesioner untuk menjawab rumusan masalah mengenai tingkat kualitas pelayanan, tingkat kepuasan wisatawan, dan besaran pengaruh antarvariabel, sedangkan tahap kedua difokuskan pada pengumpulan data kualitatif untuk menjelaskan secara mendalam bagaimana nilai-nilai syariah diterapkan dalam praktik pelayanan sehari-hari, sekaligus mengonfirmasi dan memperkaya temuan kuantitatif yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya.

Prosedur penelitian ini dilaksanakan melalui tiga tahapan. Tahap persiapan meliputi penyusunan proposal, penyusunan dan uji coba instrumen kuesioner, serta pengurusan izin penelitian kepada pengelola Anak Mas River Paradise. Tahap pelaksanaan meliputi penyebaran kuesioner kepada wisatawan, pengolahan data kuantitatif menggunakan SPSS, dilanjutkan dengan wawancara mendalam kepada pengelola, pemandu, dan wisatawan terpilih, serta observasi langsung terhadap aktivitas pelayanan di lapangan selama periode penelitian. Tahap pelaporan meliputi analisis dan integrasi data kuantitatif-kualitatif, penyusunan interpretasi hasil, serta penulisan laporan penelitian dalam bentuk artikel ilmiah. Ketiga tahapan tersebut dilaksanakan secara berurutan mengikuti karakteristik desain

explanatory sequential yang mensyaratkan penyelesaian tahap kuantitatif terlebih dahulu sebelum memasuki tahap kualitatif.

Populasi penelitian adalah wisatawan yang menggunakan jasa arung jeram Anak Mas River Paradise pada masa pascabencana longsor di Aceh Tengah, berjumlah 34 orang. Sampel kuantitatif diambil menggunakan teknik sampling jenuh, dengan 34 kuesioner terkumpul dan 30 di antaranya dinyatakan lengkap serta digunakan sebagai data penelitian. Informan kualitatif dipilih menggunakan teknik purposive sampling dari unsur pengelola, pemandu, dan wisatawan yang memiliki pengalaman langsung terhadap pelayanan yang diberikan.

Teknik sampling jenuh dipilih mengingat jumlah populasi yang relatif terbatas pada masa pascabencana longsor, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian guna memperoleh representasi data yang lebih menyeluruh (Sugiyono, 2019). Empat kuesioner yang tidak digunakan dalam analisis dikeluarkan karena tidak terisi secara lengkap pada sebagian butir pernyataan, sehingga tidak memenuhi syarat kelengkapan data untuk diikutsertakan dalam pengujian statistik. Adapun informan kualitatif dipilih secara purposif dengan pertimbangan bahwa pihak pengelola dan pemandu memiliki pemahaman langsung mengenai standar operasional pelayanan, sedangkan wisatawan yang dipilih adalah mereka yang telah menyelesaikan kegiatan arung jeram secara penuh, sehingga mampu memberikan penilaian berdasarkan pengalaman aktual, bukan sekadar kesan awal.

Variabel penelitian terdiri atas kualitas pelayanan berbasis syariah (X) sebagai variabel independen dan kepuasan wisatawan (Y) sebagai variabel dependen, yang masing-masing diukur melalui 20 butir pernyataan berskala Likert 1–5 mencakup dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan nilai syariah. Data kuantitatif dikumpulkan melalui kuesioner, sedangkan data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi.

Kuesioner disebarakan secara langsung kepada wisatawan segera setelah kegiatan arung jeram selesai, dengan pertimbangan bahwa pengalaman yang masih segar dalam ingatan akan menghasilkan penilaian yang lebih akurat dibandingkan apabila kuesioner diisi setelah jeda waktu yang lama. Wawancara mendalam dilaksanakan di lokasi wisata pada waktu yang tidak mengganggu operasional pelayanan, sedangkan dokumentasi mencakup foto kegiatan, catatan standar operasional prosedur keselamatan, serta data kunjungan wisatawan yang dimiliki pengelola, yang seluruhnya digunakan sebagai data pendukung untuk memperkaya dan mengonfirmasi temuan wawancara dan observasi.

Kisi-kisi instrumen kuesioner disusun dengan mengadaptasi lima dimensi SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) yang diperkaya dengan indikator nilai syariah, yaitu kejujuran (shidq), amanah, kesopanan (akhlakul karimah), dan keadilan dalam pelayanan, sehingga instrumen mampu menangkap aspek pelayanan konvensional sekaligus dimensi keislaman secara bersamaan. Variabel kepuasan wisatawan diukur melalui indikator kepuasan menyeluruh, kesesuaian harapan, kesediaan merekomendasikan (word of mouth), dan niat berkunjung kembali, sebagaimana lazim digunakan dalam kajian pemasaran jasa (Lovelock & Wirtz, 2011; Tjiptono, 2017). Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur dengan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan indikator yang sama, sedangkan observasi lapangan difokuskan pada pengamatan langsung terhadap interaksi pemandu dengan wisatawan selama kegiatan berlangsung.

Secara operasional, kualitas pelayanan berbasis syariah (X) didefinisikan sebagai persepsi wisatawan terhadap sejauh mana layanan yang diterima memenuhi standar SERVQUAL yang telah diperkaya dengan nilai-nilai keislaman, sedangkan kepuasan wisatawan (Y) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh wisatawan terhadap pengalaman berwisata dibandingkan dengan harapan yang

dimiliki sebelumnya. Setiap butir pernyataan dalam kuesioner diberi skor 1 hingga 5, dengan skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan skor 5 menunjukkan sangat setuju, kemudian dikategorikan ke dalam lima kelas interval (sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi) berdasarkan rentang skor rata-rata untuk memudahkan interpretasi hasil analisis deskriptif.

Uji instrumen dilakukan melalui uji validitas menggunakan korelasi Product Moment Pearson dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Data kuantitatif dianalisis melalui uji asumsi klasik (normalitas dan linearitas) dan analisis regresi linear sederhana ($Y = a + bX$) dengan bantuan program IBM SPSS, sedangkan data kualitatif dianalisis mengikuti model Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Integrasi data dilakukan melalui teknik connecting dan merging, sedangkan keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber dan teknik.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung setiap butir pernyataan terhadap nilai r tabel pada taraf signifikansi 5%, di mana butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Adapun uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien lebih besar dari 0,60, sementara nilai di atas 0,90 dikategorikan sebagai reliabilitas sangat tinggi (Wiratna Sujarweni, 2020). Kedua pengujian ini dilakukan sebelum data digunakan untuk analisis lebih lanjut, guna memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud secara konsisten dan akurat.

Keabsahan data kualitatif dalam penelitian ini diperkuat melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari pengelola, pemandu, dan wisatawan mengenai fenomena yang sama, serta triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi lapangan dan dokumentasi operasional. Apabila ditemukan perbedaan informasi antarsumber, peneliti melakukan konfirmasi ulang untuk memastikan interpretasi yang paling mendekati kondisi sebenarnya di lapangan. Prosedur ini penting untuk menjaga kredibilitas temuan kualitatif, mengingat data kualitatif bersifat interpretatif dan rentan terhadap bias subjektivitas apabila hanya bersumber dari satu pihak saja.

Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas untuk memastikan residual data berdistribusi normal dan uji linearitas untuk memastikan hubungan antarvariabel bersifat linear, sebagai prasyarat sebelum data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana (Ghozali, 2021). Pengolahan data statistik dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS mengikuti prosedur baku analisis regresi (Wiratna Sujarweni, 2020), meliputi uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besaran kontribusi variabel independen, uji F untuk menguji signifikansi model secara simultan, dan uji t untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial. Adapun integrasi data kuantitatif dan kualitatif dilakukan melalui teknik connecting, yaitu menggunakan hasil kuantitatif sebagai dasar penyusunan pertanyaan wawancara tahap kualitatif, dan merging, yaitu memadukan kedua jenis data pada tahap interpretasi akhir untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilaksanakan di Wisata Arung Jeram Anak Mas River Paradise, Desa Jurusen, Kecamatan Pegasing, Kabupaten Aceh Tengah. Dari 34 kuesioner yang terkumpul, 30 di antaranya dinyatakan lengkap dan digunakan dalam analisis. Uji validitas menggunakan korelasi Product Moment Pearson ($N=30$, r tabel=0,361) menunjukkan seluruh 20 butir pernyataan pada variabel kualitas

pelayanan (r hitung 0,471–0,908) dan seluruh 20 butir pada variabel kepuasan wisatawan (r hitung 0,667–0,897) dinyatakan valid. Uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha menunjukkan nilai 0,973 untuk variabel kualitas pelayanan dan 0,974 untuk variabel kepuasan wisatawan (Tabel 1), sehingga instrumen dinyatakan sangat reliabel. Uji normalitas Kolmogorov–Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,194 ($>0,05$), yang menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal dan data layak dianalisis lebih lanjut dengan regresi linear sederhana.

Nilai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha di atas 0,90 pada kedua variabel menunjukkan tingkat konsistensi internal instrumen yang sangat baik, jauh melampaui ambang batas minimal 0,60 yang lazim digunakan dalam penelitian sosial (Ghozali, 2021). Uji linearitas turut dilakukan untuk memastikan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan berbasis syariah dan kepuasan wisatawan bersifat linear, sebagai prasyarat penggunaan analisis regresi linear sederhana. Terpenuhinya seluruh uji asumsi klasik tersebut memberikan keyakinan bahwa model regresi yang dibangun pada tahap selanjutnya dapat diinterpretasikan secara valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

Tabel 1. Ringkasan Uji Instrumen dan Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Mean/Item	Kategori
Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah (X)	0,973	4,437	Sangat Tinggi
Kepuasan Wisatawan (Y)	0,974	4,433	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berbasis syariah memperoleh nilai mean total 88,733 dengan rata-rata per butir 4,437, termasuk kategori sangat tinggi. Dari kelima dimensi SERVQUAL, dimensi jaminan (assurance) memperoleh nilai tertinggi (4,450), diikuti daya tanggap dan empati (4,442), sedangkan bukti fisik dan keandalan memperoleh nilai terendah namun tetap sangat tinggi (4,425), sebagaimana disajikan pada Gambar 1. Temuan ini sejalan dengan konsep SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) yang menempatkan assurance sebagai representasi pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan petugas menumbuhkan rasa percaya dan aman pada pelanggan, serta sejalan dengan temuan pada destinasi arung jeram Sungai Ayung, Bali, yang juga menempatkan dimensi jaminan sebagai indikator krusial mutu layanan (Wijayanti, Putra, & Mahadewi, 2017). Temuan kualitatif memperkuat hasil ini: sebelum pengarungan, perlengkapan seperti pelampung, helm, dan perahu diperiksa kelayakannya, pemandu memberikan pengarahan keselamatan dan pengawasan selama kegiatan, serta informasi biaya dan jadwal disampaikan secara terbuka.

Observasi lapangan lebih lanjut menunjukkan bahwa prosedur pemeriksaan perlengkapan keselamatan dilakukan secara berlapis, yaitu pemeriksaan awal oleh staf sebelum perlengkapan didistribusikan kepada wisatawan, dan pemeriksaan ulang oleh pemandu sesaat sebelum keberangkatan. Pola pemeriksaan berlapis ini mencerminkan penerapan prinsip kehati-hatian (ihtiyath) yang lazim ditemui dalam praktik muamalah Islam, di mana pihak penyedia jasa berupaya meminimalkan risiko kerugian atau bahaya bagi pihak yang dilayani semaksimal mungkin, sekaligus

menjadi bentuk konkret dari nilai amanah yang tidak hanya diucapkan tetapi diwujudkan melalui prosedur kerja yang terstandarisasi.

Tabel 2. Skor Rata-Rata per Dimensi Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah (X)

Dimensi	Skor Rata-Rata	Kategori
Assurance (Jaminan)	4,450	Sangat Tinggi
Responsiveness (Daya Tanggap)	4,442	Sangat Tinggi
Empathy (Empati)	4,442	Sangat Tinggi
Tangible (Bukti Fisik)	4,425	Sangat Tinggi
Reliability (Keandalan)	4,425	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026.

Tingginya skor dimensi assurance mengindikasikan bahwa wisatawan menaruh kepercayaan besar terhadap kompetensi dan profesionalisme pemandu, terutama dalam aspek keselamatan yang menjadi perhatian utama pada aktivitas arung jeram. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Lovelock dan Wirtz (2011) bahwa pada jasa yang mengandung risiko tinggi (high-contact services), dimensi jaminan berperan sebagai penentu utama kepercayaan pelanggan, melampaui dimensi bukti fisik yang lebih bersifat pelengkap. Sementara itu, relatif rendahnya skor pada dimensi tangible dan reliability, meskipun tetap berada pada kategori sangat tinggi, mengindikasikan adanya ruang perbaikan pada aspek sarana fisik dan konsistensi pelayanan, misalnya pembaruan perlengkapan keselamatan secara berkala serta standardisasi prosedur operasional agar kualitas layanan tetap konsisten pada setiap sesi pengarungan.

Variabel kepuasan wisatawan memperoleh mean total 88,667 dengan rata-rata per butir 4,433, juga termasuk kategori sangat tinggi. Dimensi kesediaan merekomendasikan (word of mouth) mencatatkan nilai tertinggi (4,473), sedangkan niat berkunjung kembali memperoleh nilai terendah meski tetap sangat tinggi (4,400), yang mengindikasikan bahwa keputusan berkunjung ulang pada wisata minat khusus seperti arung jeram turut dipengaruhi faktor eksternal seperti waktu, anggaran, dan jarak, bukan semata kepuasan. Temuan ini sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2016) bahwa kepuasan terbentuk dari perbandingan antara harapan dan kinerja layanan yang dirasakan; ketika pelayanan memenuhi atau melampaui harapan, pelanggan cenderung puas dan bersedia merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

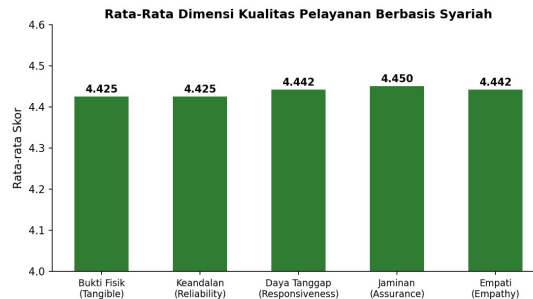
Tabel 3. Skor Rata-Rata Indikator Kepuasan Wisatawan (Y)

Indikator	Skor Rata-Rata	Kategori
Kesediaan Merekomendasikan (Word of Mouth)	4,473	Sangat Tinggi
Kepuasan Menyeluruh	4,433	Sangat Tinggi
Niat Berkunjung Kembali	4,400	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026.

Tingginya skor kesediaan merekomendasikan dibandingkan niat berkunjung kembali menunjukkan pola yang lazim ditemui pada wisata minat khusus berbasis pengalaman sekali seumur hidup (once-in-a-lifetime experience), di mana wisatawan merasa puas dan bersedia menyebarkan pengalaman positifnya kepada orang lain, namun keputusan untuk berkunjung kembali lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti ketersediaan waktu luang, anggaran perjalanan, dan jarak tempuh menuju lokasi (Priyanto, 2009). Pola ini juga konsisten dengan temuan pada wisata arung jeram di Tena, Ekuador, yang menunjukkan bahwa loyalitas wisatawan pada aktivitas arung jeram lebih

banyak terwujud dalam bentuk rekomendasi kepada pihak lain dibandingkan kunjungan ulang secara langsung (Toalombo Diaz, Cevallos Punguil, Rivadeneyra Olalla, & Aguilar Soria, 2021). Dengan demikian, strategi pemasaran dari mulut ke mulut (word of mouth marketing) dapat menjadi salah satu pendekatan promosi yang efektif bagi Anak Mas River Paradise, mengingat tingginya kesediaan wisatawan untuk merekomendasikan destinasi ini kepada calon wisatawan lain.



Gambar 1. Rata-Rata Dimensi Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah

Hasil uji ANOVA menunjukkan F hitung sebesar 73,397 dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$), yang menegaskan model regresi signifikan. Analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 8,476 + 0,904X$, dengan nilai R sebesar 0,851 (hubungan sangat kuat) dan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,724, yang berarti kualitas pelayanan berbasis syariah mampu menjelaskan 72,4% variasi kepuasan wisatawan, sedangkan 27,6% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Uji t menghasilkan t hitung sebesar 8,563 dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima: kualitas pelayanan berbasis syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Temuan ini konsisten dengan penelitian pada objek arung jeram serupa (Putra, 2017) serta konsep SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik menciptakan persepsi positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Sisa variasi sebesar 27,6% yang belum dijelaskan oleh model ini kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang tidak diukur dalam penelitian, seperti daya tarik alam Sungai Peusangan itu sendiri, harga paket wisata, aksesibilitas jalan menuju lokasi, cuaca pada hari kunjungan, maupun pengalaman perjalanan sebelum tiba di lokasi arung jeram. Faktor-faktor tersebut, meskipun berada di luar kendali langsung pengelola dari sisi pelayanan, tetap perlu menjadi perhatian dalam pengelolaan destinasi secara menyeluruh, mengingat kepuasan wisatawan pada dasarnya merupakan hasil akumulasi dari keseluruhan pengalaman perjalanan, bukan semata-mata dari interaksi pelayanan di lokasi wisata.

Tabel 4. Ringkasan Hasil Pengujian Statistik Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan

Uji Statistik	Nilai	Keterangan
Persamaan Regresi	$Y = 8,476 + 0,904X$	-
Koefisien Korelasi (R)	0,851	Hubungan Sangat Kuat
Koefisien Determinasi (R^2)	0,724	Kontribusi 72,4%
F hitung (Uji ANOVA)	73,397	Sig. 0,000 (Signifikan)
t hitung (Uji t)	8,563	Sig. 0,000 (Signifikan)

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026.

Ringkasan hasil pengujian statistik pada Tabel 4 menegaskan bahwa seluruh kriteria signifikansi terpenuhi, baik pada uji simultan (F) maupun uji parsial (t), dengan nilai signifikansi yang

jauh di bawah ambang batas 0,05. Nilai koefisien korelasi 0,851 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel, sedangkan koefisien regresi sebesar 0,904 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan berbasis syariah diproyeksikan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,904 satuan, sebuah temuan yang menegaskan besarnya sensitivitas kepuasan wisatawan terhadap perubahan mutu layanan pada objek wisata petualangan berisiko tinggi seperti arung jeram.

Kekuatan pengaruh yang tinggi tersebut turut dikonfirmasi oleh temuan kualitatif, di mana informan pengelola dan pemandu secara konsisten menyampaikan bahwa keluhan wisatawan, ketika terjadi, hampir selalu berkaitan dengan aspek pelayanan seperti kejelasan informasi atau kecepatan respons, bukan pada aspek harga maupun daya tarik alam itu sendiri. Konsistensi antara data kuantitatif dan kualitatif ini memperkuat validitas temuan penelitian melalui proses triangulasi metode, sekaligus menegaskan bahwa penguatan kualitas pelayanan merupakan strategi paling langsung dan efisien bagi pengelola dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, dibandingkan strategi lain seperti penurunan harga atau penambahan fasilitas fisik yang membutuhkan investasi lebih besar.

Besaran koefisien determinasi 0,724 pada penelitian ini tergolong tinggi dibandingkan rerata temuan pada penelitian sejenis di destinasi arung jeram lain, misalnya penelitian pada wisata arung jeram Sungai Ayung di Ubud yang menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan namun dengan proporsi kontribusi yang lebih beragam karena melibatkan lebih dari satu variabel independen (Putra, 2017). Tingginya kontribusi variabel tunggal kualitas pelayanan berbasis syariah dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa pada destinasi wisata petualangan berskala kecil dan dikelola secara personal, kualitas interaksi layanan menjadi faktor yang jauh lebih dominan dibandingkan faktor-faktor lain seperti harga atau promosi, sebagaimana juga ditemukan pada penelitian kualitas layanan arung jeram di Tena, Ekuador (Toalombo Diaz, Cevallos Punguil, Rivadeneyra Olalla, & Aguilar Soria, 2021).

Temuan kualitatif menunjukkan bahwa prinsip-prinsip syariah terintegrasi secara alami dalam etika pelayanan sehari-hari di Anak Mas River Paradise. Nilai kejujuran (shidq) tercermin dari keterbukaan informasi tarif, fasilitas, dan risiko pengarungan tanpa biaya tersembunyi. Sikap amanah diwujudkan melalui komitmen pemandu memprioritaskan keselamatan peserta melalui pengawasan melekat dan safety briefing yang ketat. Nilai kesopanan (akhlakul karimah) ditunjukkan lewat komunikasi yang santun dan solutif, sedangkan prinsip keadilan tercermin dari perhatian dan standar keselamatan yang setara bagi seluruh wisatawan tanpa membedakan latar belakang. Penerapan etika syariah ini memperkuat kepercayaan (trust) serta menghadirkan rasa tenang secara emosional bagi wisatawan, sejalan dengan konsep pelayanan dalam perspektif Islam yang menempatkan akhlak, kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sebagai bagian penting dalam muamalah.

Internalisasi nilai-nilai syariah tersebut juga berperan sebagai mekanisme pembeda (differentiation) bagi Anak Mas River Paradise di tengah persaingan destinasi wisata petualangan yang semakin ketat. Strategi diferensiasi berbasis nilai, alih-alih semata-mata bersaing pada aspek harga atau fasilitas fisik, sejalan dengan pandangan Tjiptono (2017) bahwa keunggulan bersaing jangka panjang dalam industri jasa lebih banyak ditentukan oleh kualitas hubungan dan kepercayaan yang dibangun antara penyedia jasa dan pelanggan, dibandingkan sekadar atribut produk yang mudah ditiru oleh kompetitor. Dengan demikian, konsistensi penerapan etika syariah tidak hanya memberikan nilai spiritual, tetapi juga berfungsi sebagai strategi pemasaran yang berkelanjutan bagi keberlangsungan usaha wisata tersebut.

Lebih lanjut, penerapan etika syariah pada pelayanan wisata petualangan berisiko tinggi seperti arung jeram memiliki relevansi khusus dibandingkan sektor pariwisata syariah lain, karena unsur amanah dan tanggung jawab tidak hanya bermakna etis, tetapi juga berkorelasi langsung dengan keselamatan jiwa wisatawan. Dengan kata lain, penerapan nilai syariah pada konteks ini bertransformasi dari sekadar nilai normatif menjadi standar operasional yang terukur dan dapat diverifikasi melalui praktik nyata seperti pemeriksaan perlengkapan keselamatan dan pengawasan melekat selama kegiatan berlangsung, sehingga integrasi keislaman dan profesionalisme teknis berjalan secara saling menguatkan, bukan saling menegasikan.

Secara lebih rinci, penerapan nilai syariah tersebut tidak sekadar berfokus pada atribut atau jargon keagamaan, melainkan ditransformasikan ke dalam etika pelayanan yang nyata dan berkesinambungan, meliputi: (1) kejujuran (*shidq*), yaitu keterbukaan informasi mengenai skema tarif, ketersediaan fasilitas, serta rincian risiko pengurangan tanpa biaya terselubung; (2) amanah dan tanggung jawab, yaitu komitmen penuh staf dan pemandu dalam memprioritaskan keselamatan jiwa peserta melalui pengawasan melekat dan safety briefing yang ketat; (3) kesopanan (*akhlakul karimah*), yaitu penerapan pola komunikasi yang santun, ramah, dan solutif selama mendampingi pengunjung; dan (4) prinsip keadilan, yaitu pemberian perhatian, bantuan, dan standar keselamatan yang setara bagi seluruh peserta tanpa membedakan status sosial maupun latar belakang. Keempat unsur tersebut menunjukkan bahwa pelayanan berbasis syariah di Anak Mas River Paradise dibangun di atas etika operasional harian, bukan sekadar simbol keagamaan semata.

Nilai kejujuran (*shidq*) dalam konteks pelayanan wisata arung jeram memiliki peran krusial karena wisatawan menghadapi risiko fisik yang nyata, sehingga keterbukaan informasi mengenai tingkat kesulitan pengurangan, kondisi debit air, dan potensi risiko menjadi bentuk perlindungan sekaligus penghormatan terhadap hak wisatawan untuk membuat keputusan secara sadar (*informed consent*). Praktik ini sejalan dengan prinsip transparansi dalam pemasaran jasa yang dikemukakan Lovelock dan Wirtz (2011), bahwa jasa dengan tingkat risiko tinggi menuntut komunikasi yang jujur dan akurat, karena kesenjangan antara informasi yang disampaikan dan kondisi aktual di lapangan dapat berakibat fatal, tidak sekadar menurunkan kepuasan pelanggan.

Nilai amanah tercermin secara konsisten dalam komitmen pemandu menjalankan protokol keselamatan tanpa kompromi, meskipun hal tersebut terkadang harus mengorbankan efisiensi waktu, misalnya dengan menunda keberangkatan apabila kondisi debit air dinilai tidak aman. Sikap ini menunjukkan bahwa amanah tidak hanya dimaknai sebagai kejujuran administratif, tetapi juga tanggung jawab moral yang menempatkan keselamatan jiwa wisatawan di atas kepentingan operasional maupun finansial jangka pendek, sebuah prinsip yang selaras dengan konsep tanggung jawab sosial penyedia jasa dalam pemasaran kontemporer (Tjiptono, 2017).

Adapun nilai kesopanan dan keadilan tercermin dari keseragaman perlakuan yang diberikan kepada seluruh wisatawan tanpa memandang latar belakang sosial, ekonomi, maupun asal daerah, sehingga setiap pengunjung memperoleh standar pelayanan dan perhatian yang setara. Konsistensi perlakuan ini penting untuk membangun rasa keadilan yang dirasakan (*perceived fairness*), yang pada gilirannya berkontribusi terhadap terbentuknya kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, keempat nilai syariah tersebut tidak berdiri sendiri-sendiri, melainkan saling terkait membentuk satu kesatuan etika pelayanan yang koheren dan terinternalisasi dalam keseharian operasional Anak Mas River Paradise.

Secara keseluruhan, hasil kuantitatif dan kualitatif menunjukkan arah yang sejalan pada keempat rumusan masalah penelitian. Nilai rata-rata kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan yang sangat tinggi didukung oleh temuan lapangan mengenai kesiapan sarana, ketepatan informasi, ketanggapan pemandu, jaminan keselamatan, dan perhatian kepada peserta, sementara pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan diperkuat oleh pengalaman langsung wisatawan yang merasakan kemudahan informasi, ketanggapan, dan perhatian yang akrab selama kegiatan berlangsung.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi teoretis dengan mengonfirmasi relevansi model SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) ketika diintegrasikan dengan nilai-nilai syariah pada konteks wisata petualangan alam, sebuah kombinasi yang masih relatif jarang dikaji dibandingkan penerapannya pada sektor perhotelan maupun kuliner syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi assurance yang diperkaya dengan nilai amanah dan kejujuran menghasilkan pengaruh yang lebih kuat terhadap kepuasan wisatawan dibandingkan model SERVQUAL konvensional, sehingga memperkuat argumen bahwa dimensi spiritual dapat memperkaya, bukan menggantikan, kerangka kualitas pelayanan yang telah mapan secara akademik.

Secara praktis, temuan ini memberikan panduan konkret bagi pengelola destinasi wisata petualangan berbasis syariah, khususnya dalam memprioritaskan investasi pada aspek jaminan keselamatan dan kompetensi pemandu, tanpa mengabaikan pembaruan sarana fisik secara berkala. Bagi Anak Mas River Paradise secara khusus, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar penyusunan standar operasional prosedur (SOP) pelayanan berbasis syariah yang lebih terdokumentasi, sehingga praktik baik yang selama ini berjalan secara alami dapat direplikasi secara konsisten oleh seluruh staf, termasuk pemandu baru yang belum memiliki pengalaman panjang.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu menjadi perhatian dalam menafsirkan hasil temuan. Pertama, jumlah sampel yang digunakan relatif kecil ($n=30$) dan hanya mencakup satu destinasi wisata, sehingga generalisasi temuan pada destinasi arung jeram lain perlu dilakukan secara hati-hati. Kedua, pengumpulan data dilakukan pada masa pascabencana longsor, yang berpotensi memengaruhi karakteristik wisatawan yang berkunjung maupun persepsi mereka terhadap keselamatan, sehingga hasil penelitian ini perlu dimaknai dalam konteks kondisi khusus tersebut. Ketiga, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien determinasi sebesar 0,724, terdapat 27,6% variasi kepuasan wisatawan yang belum dapat dijelaskan oleh model penelitian ini, yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, promosi, aksesibilitas lokasi, atau kondisi cuaca yang tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian ini.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini memperkuat kajian terdahulu mengenai peran krusial kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata arung jeram, baik pada konteks domestik seperti Sungai Ayung di Ubud (Putra, 2017; Wijayanti, Putra, & Mahadewi, 2017) maupun pada konteks internasional seperti Tena, Ekuador (Toalombo Diaz, Cevallos Punguil, Rivadeneyra Olalla, & Aguilar Soria, 2021). Namun demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai syariah ke dalam dimensi SERVQUAL konvensional mampu menghasilkan kategori kepuasan yang sangat tinggi, sekaligus membuka ruang kajian lanjutan mengenai bagaimana dimensi spiritual dapat diukur dan diintegrasikan secara lebih sistematis dalam instrumen kualitas pelayanan pariwisata, tidak terbatas pada sektor arung jeram semata, tetapi juga pada ragam produk wisata petualangan lain yang mengintegrasikan prinsip keislaman.

IV. SIMPULAN

Kualitas pelayanan berbasis syariah di Anak Mas River Paradise berada pada kategori sangat tinggi (mean 4,437), tercermin dari kesiapan sarana, keteraturan pelayanan, respons pemandu, dan komunikasi yang baik dengan wisatawan. Tingkat kepuasan wisatawan juga berada pada kategori sangat tinggi (mean 4,433), ditandai dengan kepuasan menyeluruh serta kesediaan wisatawan untuk merekomendasikan Anak Mas River Paradise kepada orang lain.

Kualitas pelayanan berbasis syariah terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ($R=0,851$; $R^2=0,724$; $t=8,563$; $p<0,05$), dengan persamaan regresi $Y=8,476+0,904X$, yang berarti peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,904 satuan.

Kekuatan pengaruh yang tergolong sangat kuat tersebut menegaskan bahwa investasi pengelola pada peningkatan mutu pelayanan, baik dari sisi teknis-fungsional maupun etis-spiritual, merupakan strategi yang secara statistik terbukti paling efektif dalam mendorong kepuasan wisatawan dibandingkan mengandalkan daya tarik alam semata, yang sifatnya relatif tetap dan tidak dapat direkayasa lebih lanjut oleh pengelola.

Penerapan nilai-nilai syariah berupa kejujuran, amanah, kesopanan, tanggung jawab, dan pelayanan yang setara menjadi landasan etis dalam pelayanan yang mendukung terbentuknya pengalaman wisata yang nyaman, positif, dan memuaskan. Pengelola disarankan mempertahankan standar keselamatan dan prinsip syariah, sementara peneliti selanjutnya disarankan mengeksplorasi variabel lain di luar model ini serta memperluas jumlah responden dan lokasi penelitian.

Secara akademik, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kerangka konseptual kualitas pelayanan berbasis syariah pada sektor wisata petualangan alam, sebuah area kajian yang masih relatif terbatas dibandingkan penerapannya pada sektor perhotelan dan kuliner syariah. Pendekatan mixed methods yang digunakan juga menunjukkan bahwa integrasi data kuantitatif dan kualitatif mampu menghasilkan pemahaman yang lebih utuh dibandingkan pendekatan tunggal, di mana angka-angka statistik memberikan gambaran besaran pengaruh, sementara narasi kualitatif memberikan konteks dan makna di balik angka tersebut, sehingga kedua pendekatan tersebut saling melengkapi dalam menjawab kompleksitas fenomena kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan.

Ke depan, kerangka analisis yang menggabungkan model SERVQUAL dengan nilai-nilai syariah sebagaimana dikembangkan dalam penelitian ini berpotensi diadaptasi pada kajian destinasi wisata petualangan lain di Indonesia yang juga mengusung konsep pariwisata halal, sehingga akumulasi temuan dari berbagai konteks destinasi dapat memperkuat generalisasi teori kualitas pelayanan berbasis syariah pada sektor wisata minat khusus secara lebih luas.

Temuan penelitian ini juga relevan bagi pemerintah daerah Kabupaten Aceh Tengah dalam merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata syariah, khususnya dalam mendorong destinasi wisata petualangan alam lain di wilayah tersebut untuk turut mengintegrasikan standar pelayanan berbasis nilai-nilai keislaman sebagai salah satu keunggulan kompetitif daerah. Sinergi antara pengelola destinasi, pemerintah daerah, dan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Takengon sebagai lembaga pendidikan tinggi keislaman setempat dapat menjadi model kolaborasi dalam pengembangan pariwisata syariah yang berkelanjutan, khususnya dalam penyusunan modul pelatihan pelayanan berbasis syariah bagi pelaku usaha pariwisata di dataran tinggi Gayo.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan destinasi wisata petualangan berbasis syariah tidak dapat dilepaskan dari keseimbangan antara kompetensi teknis-

operasional dan konsistensi etika pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai keislaman. Kedua unsur tersebut saling menopang, di mana standar keselamatan yang tinggi menjadi prasyarat kepercayaan wisatawan, sedangkan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, amanah, kesopanan, dan keadilan memperkuat dimensi emosional dan spiritual dari pengalaman berwisata, sehingga menghasilkan kepuasan yang bersifat menyeluruh, baik pada aspek fungsional maupun aspek nilai yang dianut wisatawan.

Secara lebih konkret, pengelola disarankan menyusun standar operasional prosedur pelayanan berbasis syariah secara tertulis agar dapat direplikasi secara konsisten oleh seluruh staf, melakukan pembaruan berkala terhadap perlengkapan keselamatan seperti pelampung dan helm, serta memanfaatkan tingginya kesediaan wisatawan untuk merekomendasikan destinasi ini sebagai strategi promosi dari mulut ke mulut. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan desain penelitian dengan jumlah sampel yang lebih besar dan mencakup beberapa destinasi arung jeram sekaligus, sehingga temuan dapat digeneralisasikan secara lebih luas, serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti harga, promosi, dan aksesibilitas lokasi untuk menjelaskan sisa variasi kepuasan wisatawan yang belum terungkap dalam penelitian ini.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pengelola dan pemandu Anak Mas River Paradise, khususnya Bapak Randi Cepot, atas izin dan partisipasi aktif sebagai informan penelitian, serta kepada seluruh wisatawan yang bersedia menjadi responden. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Takengon, khususnya Fakultas Syariah Dakwah dan Ushuluddin serta Program Studi Pariwisata Syariah, dan kepada dosen pembimbing atas arahan yang diberikan selama penelitian dan penulisan artikel ini.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh pihak yang telah membantu proses pengumpulan data di lapangan, termasuk masyarakat sekitar Desa Jurusen yang turut mendukung kelancaran kegiatan penelitian pada masa pemulihan pascabencana longsor. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan pariwisata syariah di Aceh Tengah, khususnya dalam mendukung pemulihan sektor pariwisata pascabencana melalui penguatan mutu layanan berbasis nilai-nilai keislaman.

REFERENSI

Daftar Pustaka disusun mengikuti gaya American Psychological Association (APA), dengan sitasi dalam batang tubuh artikel menyebutkan nama belakang pengarang dan tahun terbit.

- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Nasution, H. N., & Mavondo, F. T. (2008). Organizational capabilities: Antecedents and implications for customer value. *European Journal of Marketing*, 42(3/4), 477–501.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

- Priyanto, S. H. (2009). *Wisata Minat Khusus: Teori dan Aplikasi*. Pustaka Pelajar.
- Putra, I. N. D. (2017). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata arung jeram Sungai Ayung di Ubud. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 11(2), 101–110.
- Soekadijo, R. G. (2000). *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata sebagai Sistem*. Gramedia.
- Sugiarso, E. (2010). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Toalombo Díaz, A. S., Cevallos Punguil, T. C., Rivadeneyra Olalla, G. P., & Aguilar Soria, E. A. (2021). Analysis of the quality of service and customer satisfaction in the practice of rafting in the Tena canton. *ConcienciaDigital*, 4(2.2), 153–171.
- UNWTO. (2014). *Adventure Tourism Market Study*. World Tourism Organization.
- Wijayanti, N. P. E., Putra, I. N. D., & Mahadewi, N. M. E. (2017). Perspektif wisatawan domestik terhadap kualitas pelayanan wisata arung jeram di Sungai Ayung, Bali. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 3(2), 270–283.
- Wiratna Sujarweni, V. (2020). *SPSS untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Yoeti, O. A. (2008). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa.