DOI : 10.37817/ikraith-ekonomika.v10i1
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

Transformasi Digital Pariwisata dalam Peningkatan Kepuasan Pengunjung

[1]Fifi Alhidayah, [2]Ratih Pratiwi
[1-2] Manajemen, Universitas Wahid Hasyim, Kota Semarang

E-mail: [1]fifialhidayah2005@gmail.com, [2]rara@unwahas.ac.id

ABSTRAK

Transformasi pelayanan digital menggambarkan langkah mengganti sistem layanan yang semula bertumpu pada cara manual menjadi layanan yang memanfaatkan teknologi digital, sehingga layanan bagi masyarakat menjadi lebih efektif, efisien, dan bermutu. Kemajuan teknologi informasi di bidang pariwisata menuntut pengelola destinasi menghadirkan layanan yang cepat, mudah, dan praktis demi mendongkrak kepuasan pengunjung. Kenyataannya, sejumlah destinasi wisata lokal masih menghadapi hambatan layanan, misalnya antrean pembelian tiket, jumlah tenaga kerja yang terbatas, dan pemanfaatan layanan digital yang belum maksimal. Studi ini menguji sejauh mana transformasi pelayanan digital memengaruhi kepuasan para pengunjung Kolam Renang Ngeles Kabupaten Batang. Rancangan studi bersifat kuantitatif dan memakai pendekatan asosiatif. Sampel sebanyak 80 responden terpilih lewat teknik accidental sampling. Kuesioner berskala Likert dan dokumentasi menjadi sarana pengumpulan data. Dengan bantuan aplikasi SPSS, data diolah lewat pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, pengujian asumsi klasik, regresi linear sederhana, uji t, serta perhitungan koefisien determinasi. Temuan memperlihatkan adanya pengaruh positif transformasi pelayanan digital atas tingkat kepuasan pengunjung. Layanan digital mempermudah pengunjung memperoleh informasi, mempersingkat waktu pelayanan, memangkas antrean, dan menambah kenyamanan, sehingga para pengunjung Kolam Renang Ngeles Kabupaten Batang menjadi lebih puas.

Kata kunci : *transformasi pelayanan digital; kepuasan pengunjung; pelayanan wisata; teknologi digital; pariwisata*

ABSTRACT

Digital service transformation refers to the shift of a service system away from manual procedures toward services that rely on digital technology, so that the community receives more effective, efficient, and higher-quality services. Advances in information technology within tourism push destination managers to deliver services that are quicker, simpler, and more practical in order to raise visitor satisfaction. In reality, a number of local tourist destinations still struggle with service obstacles, for example queues at ticket counters, a shortage of staff, and digital services that remain underused. This study examines how far digital service transformation shapes the satisfaction of people who visit Ngeles Swimming Pool, Batang Regency. Its design is quantitative and follows an associative logic. Accidental sampling produced 80 respondents in total. Questionnaires on a Likert scale and documentation served as the data collection instruments. With the help of the SPSS application, the data went through instrument validity and reliability testing, checks of the classical assumptions, simple linear regression, t-tests, and a calculation of the coefficient of determination. The findings reveal a positive influence of digital service transformation on how satisfied visitors feel. Digital services make information easier for visitors to

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI : 10.37817/ikraith-ekonomika.v10i1

obtain, shorten service time, cut queues, and add to visitor comfort, so that people visiting Ngeles Swimming Pool, Batang Regency end up more satisfied.

Keywords : *digital service transformation; visitor satisfaction; tourism services; digital technology; tourism*

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata ikut memegang peran yang cukup besar, baik dalam menambah pendapatan maupun dalam menopang laju pertumbuhan ekonomi di dalam negeri (Parawansah et al., 2022). Pesatnya kemajuan teknologi informasi turut menggeser cara pelayanan di sektor pariwisata, dari pola manual ke pola yang bertumpu pada sistem digital. Pada tingkat global, kajian pariwisata memperlihatkan perhatian yang terus bertambah terhadap transformasi digital, *smart tourism destination*, dan pengalaman wisatawan (Sembiring, 2025). Kecenderungan ini menandakan bahwa pemanfaatan teknologi digital kini telah menjadi salah satu unsur penting dalam upaya memperbaiki pelayanan di bidang pariwisata. Dalam praktiknya, transformasi digital juga menuntut kehadiran sumber daya manusia yang benar-benar siap agar teknologi tersebut benar-benar efektif ketika melayani pengunjung. Sembiring (2025) memperlihatkan bahwa transformasi digital dan pengalaman wisatawan termasuk tema yang paling menonjol dalam kajian pariwisata, dengan jejaring studi yang menjangkau banyak kawasan dunia. Di samping itu, digitalisasi juga berfungsi sebagai cara untuk memperkuat daya saing pariwisata ketika masyarakat makin menginginkan layanan yang praktis dan modern (Pengembangan et al., 2021). Di Indonesia, transformasi digital pun mulai menempati posisi penting dalam pengembangan sektor pariwisata (Studi et al., 2025; Jibril & Aruan, 2024).

Wisatawan kini makin bergantung pada teknologi digital, dan pergeseran perilaku ini memaksa destinasi wisata menyediakan informasi serta layanan secara daring. Pemerintah dan pengelola wisata pun mulai memanfaatkan teknologi digital dalam sistem pelayanan untuk menunjang tata kelola wisata yang lebih baik (Ayu & Nadya, 2024). Meski begitu, pemanfaatan teknologi informasi di sektor pariwisata Indonesia masih menemui banyak hambatan, misalnya infrastruktur digital yang terbatas dan literasi digital yang timpang di antara pelaku usaha wisata (Studi et al., 2025). Jawa Tengah juga mulai menerapkan teknologi untuk mengembangkan pariwisata melalui konsep *smart tourism* Nada Amirotul Fatini (2020).

Transformasi pelayanan digital mencerminkan langkah mengganti layanan berbasis manual dengan layanan yang bertumpu pada teknologi digital demi mutu layanan yang lebih tinggi. Lestari et al. (2021) dalam Pengembangan et al. (2021) menguraikan bahwa organisasi menjalankan transformasi pelayanan digital supaya masyarakat dapat menikmati layanan yang lebih efektif, efisien, dan mudah dijangkau. Wardana et al. (2025) juga berpendapat bahwa layanan digital mampu menaikkan efisiensi dan mutu pelayanan publik karena proses pelayanan memanfaatkan teknologi informasi. Melalui layanan digital, masyarakat bisa memperoleh pelayanan secara lebih cepat dan praktis, sehingga mutu pelayanan pun membaik. Transformasi pelayanan digital berkaitan erat dengan kepuasan para pengguna layanan. Teknologi digital menghadirkan kemudahan, kecepatan, kenyamanan, dan keleluasaan mengakses informasi selama proses pelayanan berlangsung. Publicuho et al. (2025) menguraikan bahwa layanan digital hadir untuk memudahkan akses pelayanan dan memangkas waktu administrasi, sehingga masyarakat menerima pelayanan yang lebih maksimal. Pandangan ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2018, sebagaimana dikutip oleh Rahmawati & Wahyuningsih, 2024), yang mengartikan kepuasan sebagai respons emosional berupa rasa puas atau kecewa akibat perbandingan antara kinerja layanan riil dan harapan konsumen. Semakin optimal kualitas pelayanan yang

DOI : 10.37817/ikraith-ekonomika.v10i1
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

disajikan, maka semakin tinggi pula derajat kepuasan yang diperoleh oleh penerima layanan.

Sejumlah studi terdahulu membuktikan bahwa transformasi digital di sektor pariwisata sanggup memperbaiki mutu pelayanan dan menaikkan kepuasan pengunjung (Publicuho et al., 2025). Meski demikian, studi-studi tersebut masih menyisakan beberapa kekurangan, antara lain penerapan layanan digital yang belum maksimal, literasi digital masyarakat yang rendah, dan belum adanya kajian mendalam tentang keamanan data serta dukungan masyarakat terhadap layanan digital. Kajian sebelumnya juga lebih sering mengambil destinasi wisata besar yang sudah menjalankan sistem digital secara maksimal, sementara kajian pada destinasi wisata lokal yang masih mengandalkan layanan manual belum banyak tersedia (Rahmawati & Wahyuningsih, 2024). Kolam Renang Ngeles Kabupaten Batang merupakan salah satu destinasi wisata lokal yang menghadapi persoalan pelayanan. Ketika musim libur panjang tiba, jumlah pengunjung melonjak cukup tajam, tetapi pelayanan masih terkendala antrean tiket yang belum tertata, tenaga kerja yang terbatas, dan ketiadaan sistem pelayanan digital. Situasi seperti ini membuat pelayanan belum berjalan secara optimal dan pada akhirnya berpotensi menurunkan tingkat kepuasan para pengunjung. Karena itu, pihak pengelola perlu berupaya memperbaiki mutu pelayanan yang ada melalui transformasi pelayanan digital agar layanan menjadi lebih efektif, efisien, dan memberi rasa nyaman kepada pengunjung.

Ayu dan Nadya (2024) menemukan bahwa literasi digital yang masih rendah menjadi penghambat bagi keberhasilan penerapan transformasi digital yang efektif dalam layanan pariwisata. Celah ini patut mendapat perhatian, sebab peningkatan literasi digital sangat menentukan sejauh mana teknologi digital dapat menaikkan kepuasan pelanggan dan efisiensi layanan. Pengelola juga perlu mengevaluasi dan memperbarui layanan digital secara berkala agar tetap mengikuti laju kemajuan teknologi dan kebutuhan pasar. Celah tersebut cukup berarti karena berkaitan langsung dengan keberlanjutan dan relevansi sektor pariwisata di tengah lingkungan yang cepat berubah. Kajian Ayu dan Nadya belum menggali secara utuh strategi atau kerangka kerja tertentu yang mampu meningkatkan literasi digital masyarakat setempat, padahal pemahaman atas strategi itu sangat diperlukan untuk mengatasi hambatan transformasi digital yang telah teridentifikasi. Kajian tersebut memang menyinggung peran pemerintah daerah dalam transformasi digital, tetapi belum menganalisis secara rinci cara mengoptimalkan kolaborasi tersebut. Kajian itu juga belum membahas kemungkinan risiko dan tantangan yang berkaitan dengan keamanan data serta privasi dalam layanan pariwisata.

Berangkat dari persoalan tersebut, studi ini menguji pengaruh transformasi pelayanan digital terhadap kepuasan pengunjung di Kolam Renang Ngeles Kabupaten Batang. Hasil studi ini diharapkan memberi masukan kepada pengelola wisata untuk memperbaiki mutu pelayanan dengan memanfaatkan teknologi digital, sehingga layanan menjadi lebih baik dan kepuasan pengunjung turut bertambah.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Kepuasan Pengunjung

Indrasari (2546) dalam Parawansah et al. (2022) memandang kepuasan sebagai salah satu faktor penentu keberlangsungan suatu usaha yang juga mampu memperkuat keunggulan bersaing; dalam hal ini, konsumen (pengunjung) yang puas cenderung kembali membeli (berkunjung) pada masa mendatang saat hendak berwisata. Kotler dan Keller (2018, sebagaimana disitasi oleh Rahmawati & Wahyuningsih, 2024) mengartikan kepuasan sebagai repons emosional baik berupa kepuasan maupun ketidakpuasan yang muncul sewaktu individu memperbandingkan luaran kinerja produk yang dirasakan terhadap tingkat harapan sebelumnya.

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI : 10.37817/ikraith-ekonomika.v10i1

Kotler (2000, sebagaimana dikutip dalam Manajemen et al., 2023) mengonseptualisasikan kepuasan sebagai kedalaman respons emosional individu yang timbul setelah mengonfrontasikan hasil kinerja aktual suatu produk atau layanan dengan harapan pribadi yang dimiliki. Gagasan ini sejalan dengan Tse dan Wilton dalam Manajemen et al. (2023) yang menguraikan bahwa puas atau tidak puasnya pengunjung mencerminkan tanggapan mereka atas selisih antara harapan awal dan pengalaman nyata. Secara linguistik, Tjiptono dan Chandra dalam Jinayan (2019) memaparkan bahwa konsep *satisfaction* diturunkan dari dua kata bahasa Latin, yakni *"satis"* yang mengandung arti memadai atau cukup baik, serta *"facio"* yang bermakna proses mengerjakan atau menghasilkan sesuatu. Atas dasar itu, kepuasan dapat dimaknai sebagai keberhasilan mewujudkan atau menjalankan sesuatu yang memuaskan atau pantas. Kepuasan menjadi unsur utama yang menentukan keberhasilan sebuah usaha, baik usaha penjualan barang maupun usaha jasa (Manajemen et al., 2023).

Pada sektor pariwisata, kepuasan pengunjung mengacu pada respons emosional wisatawan baik berupa kepuasan maupun ketidakpuasan yang bersumber dari interaksi dan pengalaman selama berada di objek wisata. Apabila pengalaman yang diperoleh mampu memenuhi ekspektasi hingga menciptakan kepuasan, hal tersebut menjadi faktor determinan yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung di masa mendatang. (Kotler, 2016; Amir, 2015; Sugihartono, 2015; Nurmala, 2022).

Kotler dan Keller (2018) dalam Rahmawati & Wahyuningsih (2024) merumuskan Indikator Kepuasan sebagai berikut:

a. **Loyalitas (Kesetiaan Pengunjung)**. Indikator ini menggambarkan kecenderungan pengunjung yang merasa puas untuk tetap setia dan datang lagi ke destinasi wisata yang sama alih-alih beralih ke tempat lain.
b. **Minat Membeli/Menggunakan Kembali Produk atau Jasa**. Pengunjung yang merasa puas berkeinginan untuk kembali memakai layanan atau fasilitas yang sama, sebab pengalaman pada kunjungan terdahulu telah memberi rasa puas.
c. **Kesediaan Memberikan Rekomendasi *(Word of Mouth)***. Pengunjung yang merasa puas biasanya menyarankan destinasi wisata tersebut kepada orang lain lewat cerita positif, entah secara tatap muka maupun melalui media sosial.
d. **Ketidakpekaan terhadap Harga dan Pesaing**. Pengunjung yang telah merasa puas umumnya tidak mudah terpengaruh oleh harga dan tetap menjatuhkan pilihan pada destinasi tersebut walaupun tersedia pilihan lain, karena mereka sudah memercayai mutu layanan yang diterima.

2.2 Transformasi Pelayanan Digital

Modernisasi pelayanan publik melalui transformasi digital menjadi langkah krusial pemerintah dalam meningkatkan mutu layanan agar lebih cepat, hemat sumber daya, dan mudah dijangkau. Menurut Pengembangan et al. (2021), transformasi ini terjadi ketika proses pelayanan mengadopsi teknologi informasi sehingga pemenuhan kebutuhan masyarakat dapat berlangsung secara lebih praktis. Dalam perspektif yang lebih luas, Wardana et al. (2025) memandang digitalisasi sebagai strategi pengintegrasian teknologi ke dalam sistem pelayanan untuk mendorong efisiensi, keterbukaan, akuntabilitas, dan keterlibatan publik lewat tata kelola berbasis digital (*digital governance*). Fenomena ini menegaskan fungsi ganda teknologi: tidak hanya memudahkan kepengurusan, tetapi juga menaikkan standar kualitas tata kelola publik.

Di samping itu, Publicuho et al. (2025) memaparkan bahwa rekayasa inovasi berbasis TI berhasil memangkas efisiensi waktu dan menyederhanakan birokrasi, sehingga

DOI : 10.37817/ikraith-ekonomika.v10i1
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

publik memperoleh layanan yang responsif tanpa alur yang berbelit-belit. Dari sudut pandang operasional, Kasus (2025) mengartikan transformasi digital sebagai pergeseran dari mode manual ke elektronik yang membutuhkan kesiapan kompetensi SDM pengelolanya. Pandangan ini menekankan pentingnya korelasi antara kecanggihan sistem dan kesiapan kognitif pengelolanya. Proses migrasi ini disempurnakan oleh pemikiran Hasanah et al. (2025) yang menyatakan bahwa transisi ke layanan digital berlangsung secara bertahap mulai dari preparasi, implementasi, pemantapan, hingga optimalisasi aplikasi demi menjamin kemanfaatan publik yang substansial.

Sintesis dari pemikiran para pakar tersebut menegaskan bahwa transformasi pelayanan digital merupakan proses migrasi sistem pelayanan publik dari paradigma konvensional menuju ekosistem berbasis teknologi digital, yang diorientasikan untuk mengoptimalkan efektivitas, efisiensi, akuntabilitas, serta kualitas layanan bagi masyarakat luas.

Hasanah et al. (2025) merumuskan indikator transformasi pelayanan digital sebagai berikut:

a. ***Preparation* (Persiapan)**. Pada tahap persiapan, organisasi menyiapkan regulasi, infrastruktur, dan rancangan awal sistem digital.
b. ***Maturation* (Pematangan)**. Pada tahap pematangan, organisasi menjalankan layanan digital sekaligus menyesuaikan diri dengan sistem yang baru.
c. ***Consolidation* (Pemantapan)**. Pada tahap pemantapan, organisasi memadukan sistem dan menilai keberlanjutan layanan digital yang sudah berjalan.
d. ***Utilization* (Pemanfaatan)**. Pada tahap pemanfaatan, masyarakat menggunakan layanan digital secara terpadu dan menyeluruh.

2.3 Hubungan Transformasi Pelayanan Digital Terhadap Kepuasan Pengunjung

Transformasi pelayanan digital mencerminkan langkah mengganti layanan berbasis manual dengan layanan bertumpu pada teknologi digital demi mutu layanan yang lebih tinggi. (Pengembangan et al., 2021) menguraikan bahwa organisasi menjalankan transformasi pelayanan digital supaya masyarakat menikmati layanan yang lebih efektif, efisien, dan mudah dijangkau. Selanjutnya, (Wardana et al., 2025) berpendapat bahwa layanan digital juga mampu menaikkan efisiensi dan mutu pelayanan publik. Transformasi pelayanan digital berkaitan erat dengan kepuasan, sebab teknologi digital menghadirkan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan selama proses pelayanan. (Publicuho et al., 2025) menguraikan bahwa layanan digital hadir untuk memudahkan akses pelayanan dan memangkas waktu administrasi. Layanan yang mudah dan cepat memberi pengalaman menyenangkan kepada pengguna layanan, dan pengalaman itu kemudian menumbuhkan kepuasan.

Pandangan tersebut berkesinambungan dengan pilar teori Kotler dan Keller (2018, sebagaimana disitasi oleh Rahmawati & Wahyuningsih, 2024), yang memaknai kepuasan sebagai reaksi emosional akibat konfrontasi antara peforma layanan aktual yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki individu. Semakin mutakhir dan efektif implementasi digitalisasi pelayanan, maka semakin tinggi pula standar kualitas layanan yang dihasilkan; kondisi ini memastikan ekspektasi masyarakat terpenuhi secara optimal dan memperkuat tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

3. METODOLOGI

Studi ini bersifat kuantitatif dan memakai pendekatan asosiatif untuk menguji sejauh mana transformasi pelayanan digital memengaruhi kepuasan para pengunjung Kolam Renang Ngeles Kabupaten Batang. Populasi dalam studi ini mencakup semua pengunjung

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI : 10.37817/ikraith-ekonomika.v10i1

yang datang ke Kolam Renang Ngeles Kabupaten Batang. Sampel terpilih melalui teknik accidental sampling, yakni pengunjung yang dijumpai langsung di lokasi dan bersedia mengisi kuesioner menjadi responden. Kebutuhan data dalam studi ini dihimpun mengaplikasikan metode penyebaran kuesioner dan studi dokumentasi. Pengukuran variabel menggunakan instrumen skala Likert bergradasi 5 rentang pilihan, yang terentang dari respon Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju. Penetapan ukuran sampel dipedomani oleh pedoman Hair et al., di mana kuantitas sampel diperoleh dari perkalian antara total indikator dengan rentang 5 sampai 10. Berdasarkan kualifikasi instrumen yang mencakup 8 indikator (4 indikator mewakili variabel transformasi pelayanan digital [X] dan 4 indikator mewakili variabel kepuasan pengunjung [Y]), maka formula perhitungan sampel menghasilkan rentang antara 40 hingga 80 subjek penelitian.

$$n = (4 + 4) \times 10 = 80$$

Berpatokan pada hasil formulasi tersebut, studi ini melingkupi 80 subjek penelitian sebagai sampel. Proses pengolahan data empiris diolah mengaplikasikan perangkat lunak SPSS yang mencakup pengujian kualitas instrumen (uji validitas dan reliabilitas), pemenuhan prasyarat analisis melalui uji asumsi klasik, pemodelan regresi linier sederhana, pembuktian hipotesis via uji t, serta estimasi besaran koefisien determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Tabel 1. Hasil uji validitas variabel Transformasi Pelayanan Digital (X)

Item	r hitung	Sig. (2-tailed)
X1	.605	0.000
X2	.564	0.000
X3	.664	0.000
X4	.561	0.000
X5	.548	0.000
X6	.519	0.000
X7	.547	0.000
X8	.574	0.000

Sajian data pada tabel di atas mengindikasikan bahwa tiap butir pertanyaan pada variabel Transformasi Pelayanan Digital (X) mencatatkan nilai probabilitas signifikansi $0{,}000$ ($p < 0{,}05$). Hal ini menunjukkan keberadaan korelasi yang signifikan antara butir-butir pernyataan dengan variabel Transformasi Pelayanan Digital (X) secara keseluruhan. Oleh karena itu, seluruh butir instrumen yang berjumlah delapan item tersebut dinyatakan valid serta sahih untuk dipergunakan sebagai alat ukur penelitian.

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Item	r hitung	Sig. (2-tailed)
Y1	.502	0.000
Y2	.430	0.000
Y3	.624	0.000
Y4	.574	0.000
Y5	.586	0.000
Y6	.700	0.000
Y7	.568	0.000
Y8	.701	0.000

Berdasarkan sajian data tabel tersebut, dapat diketahui bahwa tiap item pertanyaan dalam variabel Kepuasan Pengunjung (Y) memiliki perolehan koefisien signifikansi

DOI : 10.37817/ikraith-ekonomika.v10i1
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Output ini mengonfirmasi adanya keterkaitan yang signifikan antara masing-masing butir pernyataan terhadap konstruk Kepuasan Pengunjung (Y). Oleh karenanya, seluruh butir instrumen yang berjumlah delapan item dikategorikan valid serta layak diaplikasikan sebagai instrumen evaluasi variabel Kepuasan Pengunjung dalam studi ini.

4.2 Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas variabel Transformasi Pelayanan Digital (X)

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item
Transformasi Pelayanan Digital (X)	0.699	8

Tabel 4. Hasil uji reliabilitas variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item
Kepuasan Pengunjung (Y)	0.724	8

Berdasarkan paparan tabel tersebut, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing sebesar 0,699 untuk variabel Transformasi Pelayanan Digital dan 0,724 untuk variabel Kepuasan Pengunjung. Nilai ini membuktikan keandalan instrumen ukur yang digunakan, di mana seluruh item kuesioner terverifikasi konsisten serta memenuhi kualifikasi keabsahan sebagai instrumen pengumpul data empiris.

4.3 Deskriptif

Tabel 5. Statistik deskriptif variabel penelitian

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Transformasi Pelayanan Digital (X)	80	20.00	39.00	31.4500	3.69707
Kepuasan Pengunjung (Y)	80	21.00	40.00	32.5125	3.57202

Sajian data pada tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 80 sampel yang dianalisis, variabel Transformasi Pelayanan Digital mencatatkan skor rata-rata 31,45, sedangkan variabel Kepuasan Pengunjung memperoleh skor rata-rata 32,5125. Angka standar deviasi sebesar 3,69707 untuk variabel X dan 3,57202 untuk variabel Y memberikan gambaran mengenai besarnya penyimpangan distribusi data dari perolehan nilai rata-rata sampel.

4.4 Koefisien Determinasi

Tabel 6. Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	718[a]	0.516	0.510	2.50047

Tabel di atas mencatat nilai *R Square* sebesar 0,516, yang berarti Transformasi Pelayanan Digital mampu menerangkan 51,6% variasi Kepuasan Pengunjung, sementara faktor lain di luar model studi ini menerangkan 48,4% sisanya.

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI : 10.37817/ikraith-ekonomika.v10i1

4.5 Uji Linearitas

Tabel 7. Hasil uji linearitas

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Combined	625.503	17	36.794	5.964	0.000
Linearity	520.305	1	520.305	84.340	0.000
Deviation from Linearity	105.198	16	6.575	1.066	0.406
Within Groups	382.485	62	6.169	-	-
Total	1007.988	79	-	-	-

Berdasarkan output statistik pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa parameter *Sig. Linearity* mencatatkan angka 0,000 ($p < 0{,}05$) dan besaran *Deviation from Linearity* mencapai 0,406 ($p > 0{,}05$). Perolehan kedua angka tersebut membuktikan bahwa hubungan antarkonstruk Transformasi Pelayanan Digital (X) dan Kepuasan Pengunjung (Y) bersifat linier. Dengan demikian, kriteria asumsi linearitas telah terpenuhi secara sempurna sebagai landasan pengujian regresi linier sederhana.

4.6 Uji T

Tabel 8. Hasil uji t dan analisis regresi linear sederhana

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	10.681	2.409	-	4.433	0.000
Transformasi Pelayanan Digital (X)	0.694	0.076	0.718	9.122	0.000

Hasil pengujian pada tabel tersebut menghasilkan t hitung 9,122 dan probabilitas 0,000 < 0,05. Hasil ini membuktikan bahwa Transformasi Pelayanan Digital (X) memengaruhi Kepuasan Pengunjung (Y) secara signifikan. Model regresi yang terbentuk ialah Y = 10,681 + 0,694X.

4.7 Uji Multikolinearitas

Tabel 9. Hasil uji multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Transformasi Pelayanan Digital (X)	1.000	1.000

Tabel di atas mencatat nilai Tolerance sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000, sehingga model terbebas dari masalah multikolinearitas. Meski begitu, studi ini hanya melibatkan satu variabel independen, sehingga uji multikolinearitas bukan menjadi pusat perhatian analisis.

4.8 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 10. Hasil uji heteroskedastisitas

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.220	1.625	-	1.981	0.051
Transformasi Pelayanan Digital (X)	-0.045	0.051	-0.098	-0.870	0.387

Tabel di atas mencatat nilai signifikansi sebesar 0,387 > 0,05. Angka ini membuktikan bahwa model regresi yang dipakai terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

DOI : 10.37817/ikraith-ekonomika.v10i1
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538

4.9 Uji Normalitas

Tabel 11. Hasil uji normalitas

Statistik	Nilai
N	80
Mean	0.0000000
Std. Deviation	2.48459208
Absolute	0.097
Positive	0.083
Negative	-0.097
Test Statistic	0.097
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.060

Tabel di atas mencatat signifikansi uji normalitas sebesar 0,060 > 0,05. Angka ini membuktikan bahwa residual dalam studi ini menyebar secara normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh rangkaian pengujian yang telah dilakukan, temuan studi ini membuktikan bahwa Transformasi Pelayanan Digital mendorong Kepuasan Pengunjung Kolam Renang Ngeles Kabupaten Batang secara positif dan signifikan. Uji t menghasilkan t hitung 9,122 dan probabilitas 0,000 < 0,05, yang menegaskan bahwa Transformasi Pelayanan Digital benar-benar memengaruhi Kepuasan Pengunjung. Nilai R Square sebesar 0,516 memperlihatkan bahwa Transformasi Pelayanan Digital sanggup menerangkan 51,6% variasi kepuasan pengunjung, sementara faktor lain di luar model menerangkan 48,4% sisanya. Oleh sebab itu, penerapan layanan digital yang mempermudah akses informasi, mempersingkat proses pelayanan, memangkas antrean, dan menambah kenyamanan dapat membuat para pengunjung Kolam Renang Ngeles Kabupaten Batang merasa makin puas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus disampaikan kepada Universitas Wahid Hasyim Semarang, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen, atas penyediaan fasilitas akademik, bantuan finansial, serta kemudahan regulasi selama masa studi dan penelitian. Penulis juga mengapresiasi pengelola wisata Kolam Renang Ngeles Kabupaten Batang atas izin resmi dan kemitraan yang terjalin dengan sangat baik selama penelitian berlangsung. Penulis menghaturkan rasa hormat dan terima kasih mendalam kepada Ibu Ratih Pratiwi selaku dosen pembimbing atas kesabaran, waktu, dan kepakaran yang telah dicurahkan dalam mengarahkan penyusunan jurnal ini hingga selesai.

Penulis turut mengucapkan terima kasih kepada para pengunjung Kolam Renang Ngeles Kabupaten Batang selaku responden dan seluruh pihak yang berpartisipasi dalam memberikan data yang sahih demi kelancaran analisis penelitian. Ungkapan terima kasih yang tak terhingga dipersembahkan kepada kedua orang tua beserta keluarga besar atas doa, kasih sayang, dan dukungan moral yang berkelanjutan, serta rekan-rekan seperjuangan mahasiswa Manajemen Universitas Wahid Hasyim Semarang atas semangat, solidaritas, dan bantuannya sepanjang proses studi.

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538
DOI : 10.37817/ikraith-ekonomika.v10i1

DAFTAR PUSTAKA

Ayu, I. G., & Nadya, A. (2024). TRANSFORMASI PELAYANAN DIGITAL DALAM PARIWISATA BALI : STUDI KASUS APLIKASI DENPASAR PRAMA SEWAKA. 21(2), 179–191.

Gunawan, G., Ilyas, M. F. G. B., Azizurrohman, M., & Loreño, D. T. (2025). When smart destinations become sustainable: How technology and communication shape tourist satisfaction. Jurnal Kepariwisataan Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisataan Indonesia, 19(2), 177–200. https://doi.org/10.47608/jki.v19i22025.177-200

Hasanah, D. I., Novariza, E., & Radiansyah, R. R. (2025). TRANSFORMASI PELAYANAN PUBLIK BERBASIS INOVASI DIGITAL (STUDI KASUS DESKRIPTIF PEMERINTAH KOTA SEMARANG). 11, 434–444.

Jibril, M., & Aruan, D. T. H. (2024). Examining Indonesian tourists' outlook on rural tourism: Qualitative analysis of SERVQUAL and E-SERVQUAL dimensions. Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa, 21(1), 12–31. https://doi.org/10.29313/performa.v21i1.3354

Kasus, S. (2025). Model Pengembangan Kompetensi ASN Dalam Transformasi Layanan Pajak Digital : X(1), 29–44.

Manajemen, P., Kamar, D., & Batam, P. P. (2023). Analisis kepuasan pengunjung pada objek wisata pantai tanjung pinggir di batam. 2(2), 43–51.

Nada Amirotul Fatini, R. S. D. (2020). pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata vanaprastha gedong songo park kabupaten semarang. 9(024),

Nurmala, Sullaida, D. (2022). PENGARUH FASILITAS WISATA, DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA PANTAI UJONG BLANG LHOKSEUMAWE. 23(2), 73–78.

Parawansah, D. S., Tyawardani, V. M., Ramadanti, L. D., Solekah, D. A., & Pratiwi, R. (2022). Peran Komponen 5a Pada Kepuasan Pengunjung (Study Empiris Destinasi Wisata Taman Bunga Celosia). Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen (SENAMA), (1993), 66–76. https://doi.org/10.52353/senama.v0i0.275

Pengembangan, M., Administrasi, P., Covid-, E. R. A. P., & Tresiana, N. (2021). Jurnal Ilmu Administrasi. 18(2), 212–224.

Publicuho, J., Ekawati, N., Suganda, D., Negara, A., Al-ghifari, U., & Barat, J. (2025). IMPLEMENTASI E-GOVERNMENT BEDAS DIGITAL SERVICE (BDS) TERHADAP PENINGKATAN PELAYANAN KEPENDUDUKAN. 8(4), 2675–2686.

Rahmawati, P. D., & Wahyuningsih, T. H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Destinasi , dan Promosi Terhadap. 5(1), 72–82.

Sembiring, F. B. (2025). pemetaan ilmu dan analisis bibliometrik. 5(2), 33–42.

Studi, P., Informasi, S., & Indonesia, U. A. (2025). Strategi Percepatan Implementasi Teknologi Informasi untuk Transformasi Digital Pariwisata di Indonesia Gunawan HC Sibuea Abstract D igital transformation has become an urgent necessity in Indonesia ' s tourism sector to enhance competitiveness in the era of globalization and the Fourth Industrial Revolution . However , several challenges remain , such as limited infrastructure , low digital literacy among tourism business actors , and the lack of integration across digital platforms . This article aims to examine strategies

to accelerate the implementation of information technology in supporting the digital transformation of tourism in Indonesia . Through literature review and conceptual analysis , five key strategies are identified : strengthening digital infrastructure , developing integrated digital platforms , enhancing digital literacy and capacity of tourism human resources , leveraging big data , Artificial Intelligence (AI), and Internet Fo Things (IoT), as well as fostering multi- stakeholder collaboration . The implementation of these strategies is expected to improve the quality of tourism services , expand access to global markets , and create more inclusive and sustainable tourism experiences . Pendahuluan Studi Literatur Tinjauan Teoritis Kajian Nasional. 9(2), 1–8.

Wardana, R., Meilya, K. A., Fatati, K., Daerah, S., Kabupaten, P., Barat, J., Author, C., & Online, A. (2025). Good Governance di Era Digital : Pemerintah Kabupaten Sumedang Sebagai Model Transformasi Pelayanan Publik. 7(1), 66–80.