

ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG DAN PENGEMBANGAN FASILITAS WISATA AGRO (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor)

Riandina Wahyu Oktaviani¹ dan Rita Nurmalina Suryana²

¹Alumni Departemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor

²Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor

ABSTRACT

Tourist's preference to go back to nature makes ecotourism as a potential tourism market, including agricultural-based tourism (agrotourism). *Kebun Wisata Pasirmukti* is one of agrotourisms located in Citeureup, Bogor which has been opened for public in 2001. This paper presents visitor characteristics, decision process of visitation, visitors' response and their satisfaction on attributes provided in the area, and the importance of additional facilities to increase performance of *Kebun Wisata Pasirmukti*. This study uses descriptive analysis, Importance Performance Analysis, and Friedman Test and Multiple Comparison for Friedman. This study shows that the management of *Kebun Wisata Pasirmukti* should improve performance of promotion, accessibility to reach interesting locations and objects in the area, and worship facilities. In addition, *Kebun Wisata Pasirmukti* has to maintain performance of education activity known as the strong point of this location compared to other similar recreational objects.

Key words: *agrotourism, facility development, satisfaction analysis*

ABSTRAK

Kecenderungan wisatawan untuk kembali ke alam menyebabkan pengembangan daya tarik wisata yang berbasis alam menjadi potensial, tak terkecuali wisata yang berbasis alam pertanian (wisata agro). Kebun Wisata Pasir Mukti merupakan salah satu wisata agro yang terdapat di Citeureup, Bogor dan baru dibuka untuk umum pada tahun 2001. Artikel ini menyajikan hasil penelitian mengenai karakteristik pengunjung, proses keputusan kunjungan, respon pengunjung dan tingkat kepuasan pengunjung terhadap atribut yang ditawarkan oleh Kebun Wisata Pasirmukti, serta fasilitas yang perlu ditambahkan untuk menunjang kinerja Kebun Wisata Pasirmukti. Dalam penelitian ini digunakan beberapa alat analisis antara lain analisa deskriptif, *Importance Performance Analysis*, serta Uji Friedman dan *Multiple Comparison* untuk Uji Friedman. Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa pihak manajemen Kebun Wisata Pasirmukti sebaiknya memperbaiki kinerja dari promosi, kemudahan mencapai lokasi serta sarana peribadatan. Selain itu, pihak Kebun Wisata Pasirmukti juga sebaiknya mempertahankan kinerja dari kegiatan edukatif yang merupakan keunggulan perusahaan di mata pengunjung dibandingkan dengan obyek wisata lain yang sejenis.

Kata kunci : *agro wisata, pengembangan fasilitas, analisis kepuasan*

PENDAHULUAN

Latar Belakang dan Perumusan Masalah

Wisata agro merupakan salah satu jenis wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai obyek wisata dan memadukan antara kegiatan pertanian dan kegiatan wisata. Wisata agro bukan semata merupakan usaha yang menjual jasa bagi pemenuhan kebutuhan konsumen akan pemandangan yang indah dan udara yang segar, namun juga dapat berperan sebagai media promosi produk pertanian, menjadi media pendidikan bagi masyarakat (mulai dari pendidikan tentang kegiatan usaha di bidang pertanian sampai kepada pendidikan tentang keharmonisan dan kelestarian alam). Hal ini memberikan sinyal bagi peluang pengembangan diversifikasi produk agribisnis yang berarti pula dapat menjadi kawasan pertumbuhan baru wilayah (Koswara, 2005).

Preferensi dan motivasi wisatawan yang berkembang secara dinamis serta kecenderungan wisatawan untuk kembali ke alam menyebabkan pengembangan daya tarik wisata yang berbasis alam (wisata agro) menjadi potensial (Koswara, 2005). Kabupaten Bogor, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi yang cukup besar dalam mengembangkan wisata agro. Selain itu, potensi unggulan dari kota Bogor sendiri adalah pengembangan agroindustri dan wisata agro.

Meningkatnya jumlah obyek wisata di Kabupaten Bogor saat ini menyebabkan tingkat persaingan khususnya persaingan para pelaku bisnis di bidang wisata (termasuk wisata agro) untuk mendapatkan perhatian dari konsumen menjadi semakin tinggi. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pertumbuhan Jumlah Obyek Wisata di Kabupaten Bogor, 2002 – 2006

Tahun	Jumlah	Persentase Kenaikan
2002	25	0
2003	26	4
2004	29	11,53
2005	29	0
2006	31	6,89
Rata-rata	28	5,61

Sumber: Laporan Tahunan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor, 2006

Kebun wisata Pasirmukti merupakan salah satu objek wisata agro yang memiliki fasilitas wisata edukatif khususnya di bidang pertanian, antara lain membajak sawah, menanam padi, memetik buah sendiri, menanam sayur dan memancing ikan. Fasilitas wisata ini ditawarkan dalam bentuk paket berbagai pilihan. Target pasar utama pihak Manajemen Pasirmukti adalah para pelajar khususnya siswa SD dan SLTP. Hal ini sesuai dengan misi utama Kebun Wisata Pasirmukti yakni mengenalkan dunia pertanian sejak dini kepada generasi

muda. Oleh karena itu, fasilitas-fasilitas yang didirikan dan kegiatan-kegiatan yang ditawarkan selain memiliki fasilitas penunjang wisata seperti restoran, penginapan, sarana peribadatan, hotel, area kemping, kolam renang dan kolam ikan juga memiliki fasilitas pendidikan pertanian di dalamnya.

Sebagai salah satu obyek wisata agro yang belum lama dikenal oleh umum, Kebun Wisata Pasirmukti dihadapkan pada tantangan untuk dapat menarik hati para wisatawan agar mau berkunjung. Hal ini penting dilakukan karena sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa, pengunjung merupakan tolok ukur yang paling penting dalam keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian perilaku konsumen untuk mengetahui respon pengunjung melalui analisis kepuasan konsumen.

Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengunjung terhadap *performance* Kebun Wisata Pasirmukti, sedangkan tujuan spesifik adalah: (1) mengkaji tahapan proses pengambilan keputusan pengunjung ke Kebun Wisata Pasirmukti, (2) menganalisis tanggapan responden terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh pihak Manajemen Kebun Wisata Pasirmukti, (3) menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap fasilitas yang ditawarkan oleh pihak Manajemen Kebun Wisata Pasirmukti, dan (4) menganalisis informasi mengenai fasilitas yang perlu ditambahkan.

METODE PENELITIAN

Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yakni data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner, wawancara dengan konsumen/pengunjung, wawancara dengan pihak manajemen, pengamatan langsung di lapang.

Metode pengambilan sampel dari konsumen/pengunjung dilakukan dengan pendekatan *non-probability sampling* melalui metode *convenience sampling*, yaitu ketika responden yang dijadikan sampel sedang berada di lokasi penelitian dan mau diwawancarai. Ada *screening* di awal kuesioner dimana pengunjung yang dijadikan responden adalah pengunjung yang sudah pernah berkunjung sebelumnya ke tempat wisata ini minimal satu kali.

Ukuran sampel yang akan diambil, mengacu pada pendapat Slovin (Umar, 2005) sesuai dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)} \quad (1)$$

di mana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Ukuran populasi mengacu pada data tingkat kunjungan terbaru yang diperoleh penulis pada saat prasurvei, yakni data kunjungan tahun 2005 yaitu sebanyak 60.338 orang dan persen kelonggaran yang ditentukan adalah sebesar 10 persen. Berdasarkan data kunjungan yang dimasukkan ke dalam rumus Slovin, maka diperoleh jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{60.388}{1+(60.388 \times 0,01)} \\ &= 99,835 \end{aligned}$$

Untuk memudahkan perhitungan maka jumlah sampel yang diambil dibulatkan menjadi 100 orang.

Data sekunder diperoleh dari Asosiasi Wisata Agro Indonesia, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Jakarta, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor, Badan Pusat Statistik, penelitian terdahulu dan berbagai literatur terkait. Penelitian dilakukan di Kebun Wisata Pasirmukti, Jalan Raya Tajur-Pasirmukti Km. 4 Citeureup, Bogor pada bulan Mei – Juli 2006.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan empat alat analisis. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan proses pengambilan keputusan kunjungan konsumen ke Kebun Wisata Pasirmukti. *Importance-Performance Analysis* digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut. *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan responden secara keseluruhan.

Sedangkan uji Friedman dan *Multiple Comparison* digunakan untuk menentukan urutan prioritas fasilitas tambahan yang perlu dibangun.

Importance-Performance Analysis terdiri dari dua komponen yaitu, analisis kuadran dan analisis kesenjangan (*gap*). Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon konsumen terhadap atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut tersebut. Sedangkan analisis kesenjangan (*gap*) digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu atribut dengan harapan konsumen terhadap atribut tersebut.

Langkah pertama untuk analisis kuadran adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut dengan rumus:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \quad (2)$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n} \quad (3)$$

dimana:

- \bar{X}_i = Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut ke-i
- \bar{Y}_i = Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut ke-i
- n = Jumlah responden

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan atribut dengan rumus:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n} \quad (4)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n} \quad (5)$$

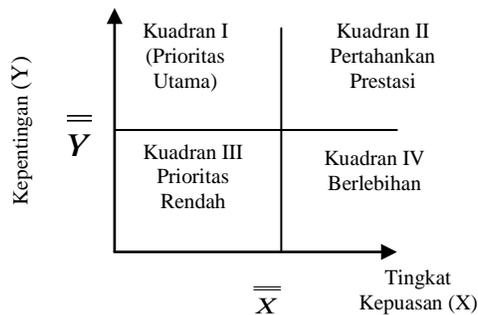
dimana:

\bar{X}_i = Nilai rata-rata kinerja atribut

\bar{Y}_i = Nilai rata-rata kepentingan atribut

n = Jumlah atribut

Nilai \bar{X} ini memotong tegak lurus pada sumbu horisontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja atribut (X) sedangkan nilai \bar{Y} memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan atribut (Y). Setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 1.



Gambar 1. Kuadran *Importance-Performance Analysis*

Diagram ini terdiri dari empat kuadran (Supranto, 2001): **Kuadran I (Prioritas Utama)**. Kuadran ini memuat atribut-atribut wisata agro yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pengunjung. Tingkat kinerja dari atribut tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pengunjung terhadap atribut tersebut. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan pengunjung. **Kuadran II (Pertahankan prestasi)**. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Atribut ini perlu dipertahankan untuk waktu selanjutnya. **Kuadran III (Prioritas Rendah)**. Atribut yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pengunjung dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan terhadap atribut yang masuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pengunjung sangat kecil.

Kuadran IV (Berlebihan). Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung dan dirasakan terlalu berlebihan. Peningkatan kinerja pada atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini hanya akan menyebabkan terjadinya pemborosan sumber daya.

CSI (Customer Satisfaction Index) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Untuk mengetahui besarnya *CSI*, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005).

Pertama, menentukan *Mean Importance Score (MIS)*. Nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen.

$$MIS = \frac{\left(\sum_{i=1}^n Y_i \right)}{n} \quad (6)$$

dimana:

n = jumlah konsumen

Y_i = Nilai Kepentingan Atribut Y ke-i

Kedua, membuat *Weight Factors (WF)*. Bobot ini merupakan persentase nilai *MIS* per atribut terhadap total *MIS* seluruh atribut. Dimana: p = atribut kepentingan ke-p

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \quad (7)$$

Ketiga, membuat *Weight Score (WS)*. Bobot ini merupakan perkalian antara *WF* dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Satisfaction Score = MSS*)

$$WS_i = WF_i \times MSS \quad (8)$$

Keempat, menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI/IKP)*

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\% \quad (9)$$

dimana :

p = atribut kepentingan ke-p

HS = (*Highest scale*) Skala maksimum yang digunakan.

Pada umumnya, bila nilai CSI di atas 50 persen dapat dikatakan bahwa pengunjung sudah merasa puas sebaliknya bila nilai CSI di bawah 50 persen pengunjung belum dikatakan puas. Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi ke dalam lima kriteria dari tidak puas sampai dengan sangat puas (Tabel 2). Kriteria ini mengikuti modifikasi kriteria yang dilakukan oleh PT Sucofindo dalam melakukan Survei Kepuasan Pelanggan.

Tabel 2. Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (IKP)

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81-1,00	Sangat Puas
0,66-0,80	Puas
0,51-0,65	Cukup Puas
0,35-0,50	Kurang Puas
0,00-0,34	Tidak Puas

Sumber: Ihsani (2005)

Kelima, uji Friedman dan *Multiple Comparison* Uji Friedman digunakan untuk melihat perbedaan yang signifikan antara atribut-atribut yang perlu ditambahkan oleh pihak manajemen dalam usaha pengembangan Kebun Wisata Pasirmukti.

Hipotesis yang digunakan dalam analisis Friedman dalam penelitian ini yakni

H₀ : Setiap fasilitas tambahan memiliki peringkat yang sama sehingga tidak memiliki perbedaan tingkat keperluan.

H₁ : Setiap fasilitas tambahan memiliki peringkat yang berbeda sehingga memiliki perbedaan tingkat keperluan.

Nilai Friedman dapat didekati dengan menggunakan nilai Chi-Square (χ^2) dengan rumus (Santoso, 2001) :

$$\chi^2_{hit} = \left(\frac{12}{nk(k+1)} \left[\sum_{i=1}^k R_j^2 \right] \right) - 3n[k+1] \quad (10)$$

dimana:

χ^2_{hit} = Nilai dari hasil uji Friedman

n = Jumlah responden

k = Jumlah variabel yang akan diuji (atribut tambahan)

R_j = Jumlah ranking tiap variabel

Kriteria uji untuk Analisis Varian Ranking Dua Arah Friedman, yaitu:

Jika nilai $\chi^2_{hit} > \chi^2_{tabel}$, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah tolak H_0 . Hal tersebut berarti terdapat perbedaan tingkat keperluan/kebutuhan diantara fasilitas tambahan.

Jika setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis Friedman diperoleh perbedaan kebutuhan diantara variabel-variabel uji tersebut, maka untuk lebih mengetahui perbedaan yang nyata diantara variabel-variabel tersebut dilakukan Uji Perbandingan Berganda untuk uji Friedman (Santoso, 2001).

$$|R_j - R_j'| \geq Z_{1-[\alpha/k(k-1)]} \sqrt{\frac{nk(k+1)}{6}} \quad (11)$$

Kriteria uji untuk uji perbandingan berganda untuk uji Friedman ini yaitu:

Jika nilai sisi sebelah kiri $|R_j - R_j'|$ lebih besar daripada nilai dari sisi sebelah kanan $Z_{1-[\alpha/k(k-1)]} \sqrt{\frac{nk(k+1)}{6}}$, berarti diantara dua variabel tersebut benar-benar terdapat perbedaan yang nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden dan Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Kunjungan

Karakteristik Responden

Karakteristik demografi responden Kebun Wisata Pasirmukti diwakili oleh variabel jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, daerah asal, dan pengeluaran rutin rata-rata per bulan. Sebagian besar responden adalah wanita (72%). Sebesar 62% responden berusia antara 30-40 tahun. Pendidikan terakhir responden pada umumnya adalah Sarjana/S1 (39%). Sebagian besar responden (34%) memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga. Pada umumnya responden tinggal di wilayah Jakarta (80%) dan memiliki pengeluaran rata-rata rutin per bulan Rp 2.000.001-Rp 4.000.000 (40%).

Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Kunjungan ke Kebun Wisata Pasirmukti

Tahapan proses pengambilan keputusan dalam penelitian ini terdiri dari lima tahap seperti yang dikemukakan oleh Engel *et al.* (1995) yaitu: (1)

pengenalan kebutuhan; (2) pencarian informasi; (3) evaluasi alternatif; (4) keputusan kunjungan; dan (5) perilaku pasca kunjungan.

Pengenalan Kebutuhan. Motivasi utama responden untuk berkunjung ke Kebun Wisata Pasirmukti pada umumnya adalah karena ingin belajar tentang pertanian (50%) dan manfaat yang dicari adalah menambah pengetahuan tentang pertanian (55%). Sedangkan sebanyak 81 persen responden menyatakan biasa saja ketika tidak mengunjungi Kebun Wisata Pasirmukti.

Pencarian Informasi. Sebagian besar responden (56%) memperoleh informasi tentang Kebun Wisata Pasirmukti dari teman/kolega dan hal yang paling diperhatikan responden dari informasi tersebut adalah kegiatan wisata yang menarik dan mendidik (41%). Sebagian besar responden menyatakan bahwa hal yang paling mereka ingat dari kunjungan ke Kebun Wisata Pasirmukti sebelumnya adalah pengalaman yang menyenangkan dan mendidik (54%).

Evaluasi Alternatif. Hal yang menjadi pertimbangan utama responden untuk berkunjung ke Kebun Wisata Pasirmukti adalah karena adanya kegiatan wisata yang menarik dan mendidik (40%) serta suasana yang nyaman (40%).

Keputusan Kunjungan. Sebagian besar responden (68%) menyatakan bahwa kunjungan mereka ke Pasirmukti dilakukan secara terencana dan hal yang menjadi pengaruh terbesar dalam menentukan keputusan kunjungan ke Pasirmukti adalah keluarga (63%). Sebanyak 68 persen responden menyatakan bahwa mereka paling sering berkunjung ke Pasirmukti bersama keluarga dengan frekuensi berkunjung pada umumnya adalah setahun sekali (41%) dan mereka paling sering berkunjung pada saat hari libur/akhir pekan (87%).

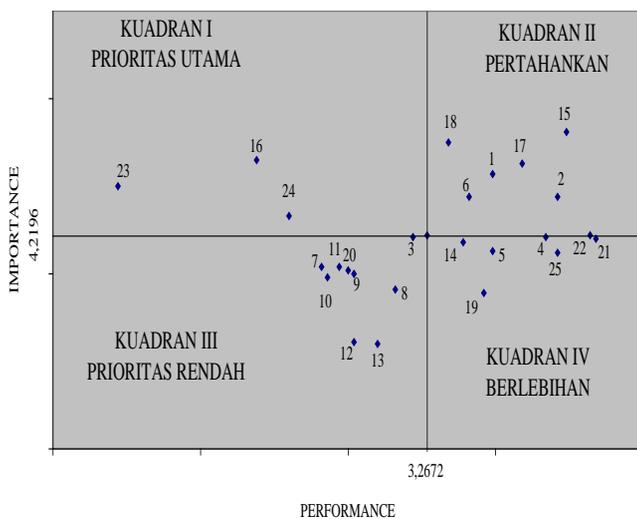
Perilaku Pascakunjungan. Sebanyak 91 persen responden menyatakan puas terhadap kinerja Kebun Wisata Pasirmukti secara keseluruhan dan mereka pada umumnya memiliki keinginan untuk berkunjung kembali (99%). Alasan mereka ingin berkunjung kembali pada umumnya adalah karena adanya kegiatan yang menarik dan mendidik (45%).

Analisis Kepentingan-Kinerja (*Importance-Performance Analysis*) Atribut-Atribut Kebun Wisata Pasirmukti dan Analisis Fasilitas-Fasilitas Tambahan

Analisis Kepentingan-Kinerja (Importance-Performance Analysis)

Analisis Kuadran

Berdasarkan hasil analisis kuadran, maka dapat diketahui atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran I, II, III, dan IV serta implikasinya terhadap hasil tersebut. Atribut-atribut yang terdapat pada masing-masing kuadran dapat dilihat dalam Gambar 2.



Gambar 2. Plot Kepentingan-Kinerja untuk Analisis Kuadran

Keterangan:

- | | |
|---|--|
| 1. Kebersihan | 14. Fasilitas kolam pancing |
| 2. Kenyamanan | 15. Kegiatan edukatif |
| 3. Kesigapan karyawan dalam melayani pengunjung | 16. Sarana peribadatan |
| 4. Keramahan dan kesopanan karyawan | 17. Sarana toilet |
| 5. Tingkat pengetahuan pemandu tentang fasilitas | 18. Keamanan |
| 6. Kualitas dan pemeliharaan sarana dan fasilitas | 19. Jenis paket wisata |
| 7. Luas area parkir | 20. Harga paket wisata |
| 8. Fasilitas kebun anggrek | 21. Pemandangan alam |
| 9. Fasilitas kebun buah | 22. Penataan lokasi/lay out |
| 10. Fasilitas kebun sayur | 23. Promosi |
| 11. Fasilitas restoran | 24. Kemudahan mencapai lokasi |
| 12. Fasilitas penginapan | 25. Kemudahan prosedur pelayanan bagi pengunjung |
| 13. Luas areal kemping | |

Kuadran I (Prioritas Utama). Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi menurut responden namun kinerjanya masih rendah. Implikasinya atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini harus diprioritaskan untuk diperbaiki. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini antara lain promosi, kemudahan mencapai lokasi, dan sarana peribadatan.

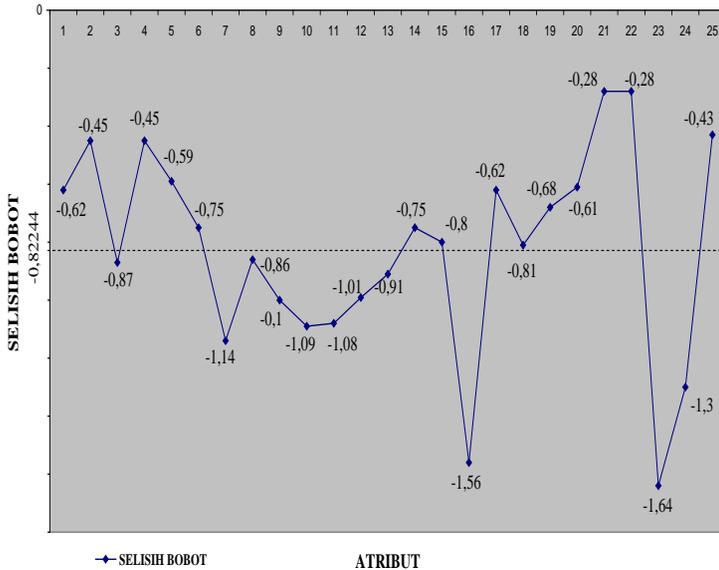
Kuadran II (Pertahankan Prestasi). Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerjanya juga dinilai baik oleh responden. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini merupakan kekuatan atau keunggulan perusahaan di mata responden. Perusahaan perlu menjaga kualitas dan mempertahankan kinerja dari atribut-atribut tersebut. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini antara lain kebersihan, kenyamanan, kualitas dan pemeliharaan berbagai fasilitas dan sarana, kegiatan edukatif, sarana toilet, keamanan dan penataan lokasi/lay out.

Kuadran III (Prioritas Rendah). Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh responden. Perusahaan perlu melakukan perbaikan kinerja terhadap atribut-atribut tersebut untuk mencegah atribut tersebut bergeser ke kuadran I. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini antara lain kesigapan karyawan dalam melayani pengunjung, luas area parkir, fasilitas kebun anggrek, fasilitas kebun sayur, fasilitas kebun buah, fasilitas restoran, fasilitas penginapan, luas areal kemping, serta harga paket wisata.

Kuadran IV (Berlebihan). Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah menurut responden namun memiliki kinerja yang baik sehingga dianggap berlebihan oleh responden. Peningkatan kinerja pada atribut-atribut ini hanya akan menyebabkan terjadinya pemborosan sumber daya. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini antara lain keramahan dan kesopanan karyawan, tingkat pengetahuan pemandu tentang fasilitas, fasilitas kolam pancing, jenis paket wisata, pemandangan alam, serta kemudahan prosedur pelayanan bagi pengunjung.

Analisis Kesenjangan (Gap)

Berdasarkan hasil analisis kesenjangan, maka dapat diketahui bahwa kinerja seluruh atribut yang ditawarkan oleh pihak Manajemen Kebun Wisata Pasirmukti masih berada di bawah harapan responden. Beberapa atribut yang terdapat di bawah nilai rata-rata selisih bobot merupakan atribut yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki (Gambar 3). Atribut-atribut tersebut antara lain sarana peribadatan, promosi, kemudahan mencapai lokasi, kesigapan karyawan dalam melayani pengunjung, luas area parkir, fasilitas kebun tanaman anggrek, fasilitas kebun sayur, fasilitas restoran, fasilitas penginapan, dan luas areal kemping. Semakin besar skor kesenjangan maka atribut tersebut semakin diprioritaskan untuk diperbaiki.



Gambar 3. Plot Selisih Bobot Kinerja Dengan Harapan

Customer Satisfaction Indeks (Indeks Kepuasan Pengunjung-IKP)

Berdasarkan hasil perhitungan, maka diperoleh nilai indeks kepuasan pengunjung sebesar 0,6538 atau 65,38 persen. Nilai ini terdapat pada range 0,51-0,65 berdasarkan range indeks kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa indeks kepuasan pengunjung berada pada kriteria cukup puas. Secara keseluruhan konsumen cukup puas terhadap kinerja atribut-atribut yang terdapat dalam Kebun Wisata Pasirmukti. Sampai saat ini Kebun Wisata Pasirmukti telah berhasil memuaskan konsumennya sebesar 65,38 persen. Akan tetapi pihak Manajemen Kebun Wisata Pasirmukti harus terus berusaha meningkatkan kinerjanya hingga konsumen merasa lebih puas dan nilai indeks kepuasan pengunjungnya hampir mendekati 100 persen. Perhitungan Indeks Kepuasan Pengunjung dapat dilihat pada Tabel 3.

Analisis Varian Ranking Dua Arah Friedman dan Uji Perbandingan Berganda (Multiple Comparison) untuk uji Friedman

Analisis ini digunakan untuk menentukan prioritas fasilitas yang perlu ditambahkan menurut konsumen pada kebun wisata Pasirmukti ini. Berdasarkan fasilitas yang jadi ditambahkan ada delapan seperti yang terlihat pada Tabel 3. Namun dari ke delapan fasilitas tambahan ini perlu diuji untuk menentukan mana yang harus diprioritaskan segera dengan melakukan uji berikut ini:

Uji Varian Ranking Dua Arah Friedman

Test Statistics Friedman Test

N	100
Chi-Square	137,301
df	7
Asymp. Sig.	,000

$$\chi^2_{tabel} \rightarrow \chi^2_{(7;0,05)} \rightarrow 14,067$$

Hipotesis yang digunakan dalam analisis Friedman dalam penelitian ini yakni:

- H_0 : Setiap fasilitas tambahan memiliki peringkat yang sama sehingga tidak memiliki perbedaan tingkat keperluan.
- H_1 : Minimal ada satu fasilitas tambahan memiliki peringkat yang berbeda sehingga memiliki perbedaan tingkat keperluan.

Kriteria uji untuk Analisis Varian Dua Arah Friedman, yaitu:

- Jika nilai χ^2 hit > χ^2 tabel, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah tolak H_0 .

Statistik uji:

- χ^2 hit > χ^2 tabel
137,301 > 14,067
- Kesimpulan: Tolak H_0 , artinya minimal ada satu fasilitas tambahan yang memiliki peringkat yang berbeda sehingga memiliki perbedaan tingkat keperluan.

Uji Perbandingan Berganda (*Multiple Comparison*) untuk Uji Friedman

$$\begin{aligned} |R_j - R_j'| &\geq Z_{1-[1-\alpha/k(k-1)]} \sqrt{\frac{nk(k+1)}{6}} \\ &\geq Z_{1-[0,05/8(8-1)]} \sqrt{\frac{100 \times 8(8+1)}{6}} \\ &\geq Z_{0,9991} (\sqrt{1200}) \\ &\geq 3,11(34,64) \end{aligned}$$

Kriteria uji untuk uji perbandingan berganda untuk uji Friedman ini yaitu: jika nilai sisi sebelah kiri lebih besar daripada nilai dari sisi sebelah kanan, berarti diantara dua variabel tersebut benar-benar terdapat perbedaan yang nyata.

$$|R_1 - R_8| \rightarrow 215 > 107,73$$

Artinya: tingkat keperluan pembangunan fasilitas tambahan 1 memiliki perbedaan yang nyata dengan tingkat keperluan pembangunan fasilitas tambahan 8.

$$\left. \begin{array}{l} |R_5 - R_8| \rightarrow 18,5 \\ |R_7 - R_8| \rightarrow 39,5 \\ |R_6 - R_8| \rightarrow 83,5 \end{array} \right\} \text{Tidak terdapat perbedaan yang nyata}$$

$$\left. \begin{array}{l} |R_1 - R_3| \rightarrow 5,5 \\ |R_1 - R_4| \rightarrow 22 \\ |R_1 - R_2| \rightarrow 62 \end{array} \right\} \text{Tidak terdapat perbedaan yang nyata}$$

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan beberapa fasilitas tambahan yang perlu diprioritaskan dibangun dalam waktu dekat antara lain kolam renang, kereta keliling kebun, penganekaragaman menu khas Sunda, serta laboratorium dan perpustakaan pertanian. Sedangkan beberapa fasilitas tambahan yang tidak perlu untuk dibangun dalam waktu dekat ini antara lain penganekaragaman menu khas Jawa, penganekaragaman menu khas Betawi, penganekaragaman menu khas Padang serta *Live Music*. Jumlah ranking untuk masing-masing fasilitas tambahan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Ranking Fasilitas Tambahan

No.	Fasilitas tambahan	Jumlah ranking (Rj)
1	Kolam renang	550,5
3	Kereta keliling kebun	545
4	Penganekaragaman menu khas Sunda	528,5
2	Laboratorium dan perpustakaan pertanian	488,5
6	Penganekaragaman menu khas Jawa	419
7	Penganekaragaman menu khas Betawi	375
5	Penganekaragaman menu khas Padang	354
8	<i>Live music</i>	335,5

KESIMPULAN

Proses pengambilan keputusan kunjungan yang dilakukan pada tahap pengenalan kebutuhan yaitu motivasi utama berkunjung ke Kebun Wisata Pasirmukti adalah karena ingin belajar mengenai bidang pertanian dan manfaat utama yang dicari adalah menambah pengetahuan di bidang pertanian. Pada tahap pencarian informasi, sebagian besar responden mengetahui informasi tentang Kebun Wisata Pasirmukti dari teman/kolega. Dalam tahap evaluasi alternatif, hal yang menjadi pertimbangan utama responden untuk berkunjung ke Kebun Wisata Pasirmukti adalah karena adanya kegiatan wisata yang menarik dan mendidik serta suasana yang nyaman. Pada tahap keputusan pembelian, sebagian besar responden menyatakan bahwa kunjungan mereka ke Pasirmukti dilakukan secara terencana dan hal yang menjadi pengaruh terbesar dalam menentukan keputusan kunjungan ke Pasirmukti adalah keluarga. Sedangkan dalam tahap perilaku pascapembelian, sebagian besar responden merasa puas terhadap kinerja Kebun Wisata Pasirmukti secara keseluruhan.

Beberapa atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi akan tetapi kinerjanya masih dinilai rendah oleh responden. Atribut-atribut tersebut antara lain promosi, kemudahan mencapai lokasi, dan sarana promosi. Hal ini juga didukung oleh hasil analisis gap, dimana ketiga atribut tersebut memiliki selisih kesenjangan yang paling besar.

Secara keseluruhan konsumen cukup puas terhadap kinerja atribut-atribut yang terdapat dalam Kebun Wisata Pasirmukti. Hal ini dapat diketahui dari nilai indeks kepuasan sebesar 65,38 persen, dimana nilai ini berada dalam range cukup puas.

Fasilitas yang perlu dibangun antara lain kolam renang, kereta keliling kebun, penganekaragaman menu khas Sunda, serta laboratorium dan perpustakaan pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang R, L. 2005. Kepuasan Pelanggan. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor. 2006. Laporan Tahunan Perkembangan Obyek Wisata Kabupaten Bogor. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor.
- Engel, J.F., R.D. Blackwell, and P.W. Miniard. 1995. Consumer Behaviour. Eight Edition. The Dryden Press. Orlando USA.
- Ihsani, D.W. 2005. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Wisata Cangkung Garut, Jawa Barat. Skripsi. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, IPB. Bogor
- Koswara, I.H. 2005. Karakteristik dan Potensi Wisata Agro Jawa Barat. Makalah disajikan dalam Forum Koordinasi Pengembangan Wisata Agro Jawa Barat tanggal 7 Desember 2005. Bandung.
- Santoso, S. 2001. Buku Latihan SPSS Statistik Non Parametrik. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar.. PT. Rineta Cipta. Jakarta
- Umar, Husein. 2005. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama dengan Jakarta Business Research Centre. Jakarta.

Lampiran Tabel Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan

No	Atribut	Mean Importance Score	Weighted Factors	Mean Satisfaction Score	Weighted Score
1	Kebersihan	4,57	0,043	3,49	0,15007
2	Kenyamanan	4,44	0,042	3,71	0,15582
3	Kesigapan karyawan dalam melayani pengunjung	4,21	0,04	3,22	0,1288
4	Keramahan dan kesopanan karyawan	4,21	0,04	3,67	0,1468
5	Tingkat pengetahuan pemandu tentang fasilitas	4,13	0,039	3,49	0,13611
6	Kualitas dan pemeliharaan sarana dan prasarana	4,44	0,042	3,41	0,14322
7	Luas area parkir	4,04	0,038	2,91	0,11058
8	Fasilitas kebun anggrek	3,91	0,037	3,16	0,11692
9	Fasilitas kebun buah	4	0,038	3,02	0,11476
10	Fasilitas kebun sayur	3,98	0,038	2,93	0,11134
11	Fasilitas restoran	4,04	0,038	2,97	0,11286
12	Fasilitas penginapan	3,61	0,034	3	0,102
13	Luas areal kemping	3,6	0,034	3,1	0,1054
14	Fasilitas kolam pancing	4,18	0,039	3,39	0,13221
15	Kegiatan edukatif	4,81	0,046	3,74	0,17204
16	Sarana peribadatan	4,65	0,044	2,69	0,11836
17	Sarana toilet	4,63	0,044	3,59	0,15796
18	Keamanan	4,75	0,045	3,34	0,1503
19	Jenis paket wisata	3,9	0,037	3,46	0,12802
20	Harga paket wisata	4,02	0,038	3	0,114
21	Pemandangan alam	4,2	0,04	3,84	0,1536
22	Penataan lokasi/lay out	4,22	0,04	3,82	0,1528
23	Promosi	4,5	0,043	2,22	0,09546
24	Kemudahan mencapai lokasi	4,33	0,041	2,8	0,1148
25	Kemudahan prosedur pelayanan bagi pengunjung	4,12	0,039	3,71	0,14469
		105,49			3,26892

