

**KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP PELAYANAN DI KUSUMA
AGROWISATA KOTA BATU**

***VISITORS SATISFACTION ON SERVICES AT KUSUMA AGROWISATA OF
BATU CITY***

A.Yusuf Kholil^{1*}, Farah Mutiara²

^{1*}(Universitas Tribhuwana Tungadewi)
(Email: a.yusuf.kholil@gmail.com)

²(Universitas Tribhuwana Tungadewi)
(Email: fmutiara90@gmail.com)

*Penulis korespondensi: fmutiara90@gmail.com

ABSTRACT

Batu City is one of the cities that has great potential in the development of agro-tourism. One of the famous tourist attractions in Batu City is PT. Kusuma Agrotourism, is a type of tourism that utilizes agricultural business (agro) as a tourist attraction and combines agricultural activities and tourism activities. The data analysis method used in this research is descriptive qualitative analysis, which is obtained simplified in the form of tabulations, then processed computerized using SPSS (Statistical Program For Social Science). Then analyzed by CSI and described by Cartesian diagrams. The results of the analysis show that as many as 52.0% of visitors consider very satisfied with tourist attractions that are very easy to reach, as many as 58.0% who rate the price of tourism as satisfied, as many as 42.0% of visitors rate tourism products as quite good, as many as 38,0% gave an assessment of the promotion carried out by the manager quite satisfied at PT.Kusuma Agrowisata quite satisfied. From these results obtained an average value of 3.88 which indicates that most visitors choose to be quite satisfied with the services provided by the manager.

Keywords: *agrotourism, service, satisfaction*

ABSTRAK

Kota Batu merupakan salah satu kota yang memiliki potensi besar dalam pengembangan agrowisata. Salah satu tempat wisata yang terkenal di Kota Batu adalah PT. Kusuma Agrowisata, merupakan jenis wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai obyek wisata dan memadukan antara kegiatan pertanian dan kegiatan wisata. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis deskriptif kualitatif, yang diperoleh disederhanakan dalam bentuk tabulasi, kemudian diolah secara komputerisasi dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program For Social Science*). Lalu dianalisis dengan CSI dan dideskripsikan dengan diagram Kartesius. Hasil analisis yang menunjukkan bahwa sebanyak 52,0% pengunjung menganggap sangat puas dengan tempat wisata yang sangat mudah dijangkau, sebanyak 58,0% yang memberi penilaian harga wisata itu puas, sebanyak 42,0% pengunjung memberi penilaian produk wisata cukup baik, sebanyak 38,0% memberi penilaian promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola cukup puas di PT.Kusuma Agrowisata cukup puas. Dari hasil tersebut didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,88 yang menunjukkan bahwa

sebagian besar pengunjung memilih cukup puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh pihak pengelola.

Kata Kunci : agrowisata, pelayanan, kepuasan

PENDAHULUAN

Kota Batu merupakan salah satu kota yang memiliki potensi besar dalam pengembangan agrowisata. Salah satu tempat wisata yang terkenal di Kota Batu adalah PT. Kusuma Agrowisata, merupakan jenis wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai obyek wisata dan memadukan antara kegiatan pertanian dan kegiatan wisata. Wisata petik buah yang ditawarkan oleh PT. Kusuma Agrowisata memiliki keunikan tersendiri yang tidak banyak dimiliki oleh wisata lain, Prioritas utama adalah dengan memberikan pelayanan memuaskan bagi para pengunjung. Sebab hal ini berperan penting untuk menarik dan meningkatkan jumlah pengunjung serta membangun citra positif di PT. Kusuma Agrowisata. Apa bila terdapat masalah didalam pelayanan kurang memuaskan, maka kekecewaan akan dirasakan pengunjung dan kemungkinan dapat menurunkan jumlah pengunjung di PT.Kusuma Agrowisata.

Kepuasan pelanggan menurut Yashinta Asteria (2016). Suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Penyedia jasa tentunya selain berorientasi pada keuntungan maksimal, juga berorientasi pada kepuasan konsumen dalam menikmati layanan jasa yang diberikan untuk menentukan kualitas jasa yang telah dinikmati Adi Prasetyo (2008). Persaingan dalam dunia bisnis menuntut PT.Kusuma Agrowisata untuk mampu membaca peluang yang ada serta mampu membaca kondisi pasar dan dapat mempelajari karakter konsumen agar PT.Kusuma Agrowisata dapat tetap eksis. PT.Kusuma Agrowisata harus mampu memberi kepuasan kepada konsumen dengan cara memberi jasa pelayanan yang terbaik. Kualitas jasa pelayanan merupakan pendekatan utama untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dan diharapkan mampu untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Maka dari itu sangat Pelaku dilakukan penkajian terhadap tingkat pelayanan yang ada di PT.Kusuma Agrowisata saat ini untuk mengetahui kualitas pelayanan yang sudah lama diterapkan apakah sudah sesuai dengan yang diperlukan oleh para konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT.Kusuma Agrowisata, Jalan Abdul Gani Atas, Kecamatan Batu. Pengambilan sampel dilakukan dengan *Accidental Sampling* berjumlah 32 pengunjung dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoadmojo, 2020), waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari hingga Februari 2020. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis deskriptif kualitatif, yang diperoleh disederhanakan dalam bentuk tabulasi, kemudian diolah secara komputerisasi dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program For Social Science*).

Customer satisfaction Index (CSI)

Metode indeks kepuasan adalah index yang mengukur tingkat kepuasan konsumen atau pengunjung berdasarkan pelayanan. Hal ini tergantung pada kebutuhan informasi yang ingin didapatkan oleh perusahaan terhadap para konsumennya. Metode penggunaan alat Analisis Deskriptif merupakan teknik untuk mengukur tingkat kepentingan dari kinerja menurut pandang

konsumen yang berguna untuk pengembangan usaha yang dijalankan. Penggunaan metode Deskriptif dimaksudkan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen, penilaiannya melalui skala Likert dengan skor 1 sampai 5 untuk mengukur tingkat kepentingan.

Berdasarkan skor pengukuran tingkat kepuasan dan tingkat kinerja dengan skor 1 sampai 5 maka untuk menginterpretasikan penilaian kinerja secara keseluruhan maka digunakan rentang skala dengan rumus :

$$\text{Rentang Skala} = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

M = skor nilai tinggi

N = skor nilai terendah

B = jumlah kategori

$$\text{Rentang Skala} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

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

$$WS_i = W_{fi} \times MSS$$

Langkah ketiga, untuk menentukan Customer Satisfaction Index (CSI/IKP)

$$X - j = \frac{\sum X - j}{n}$$

$$Y - j = \frac{\sum F - ij}{n}$$

Keterangan :

X-j = Skor rata-rata tingkat kinerja

Y-j = Skor rata-rata tingkat kepuasan

Xij = Skor tingkat kinerja dari responden

Yij = Skor tingkat kepentingan dari responden

N = jumlah responden

Diagram Kartecius menggunakan empat kuadran dalam penggunaannya, hasil dari perhitungan skor dimasukkan dalam diaram kartesius. Kuadran yang terdiri dari sumbu X yang menunjukkan tingkat kinerja dari sumbu Y yang menunjukkan tingkat kepentingan. Rumus yang digunakan yaitu :

$$X_n = \frac{\sum in = 1 X - y}{k}$$

$$Y_n = \frac{\sum in = 1 X - y}{k}$$

Keterangan :

Xn = Rata-rata dari rata-rata skor bobot tingkat kinerja

Yn = Rata-rata dari rata-rata skor bobot kepuasan

K = Banyaknya kinerja

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tingkat Kepuasan (X)

Tingkat kepuasan pengunjung adalah perilaku emosional terhadap pelayanan fasilitas di tempat wisata yang dihasilkan dari membandingkan apa yang di harapkan dan apa yang didapat. Kepuasan pengunjung juga dapat didefinisikan sebagai kepuasan umum bagi pihak pengelola tempat wisata dan bagi pengunjung yang datang.

Tabel 1. Uji Validitas Kepuasan Pengunjung X

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5
X.1		1	.219	.110	-.084	-.194
	Place		.126	.446	.562	.178
	N	50	50	50	50	50
X.2		.219	1	.332*	.165	-.008
	Price	.126		.018	.253	.955
	N	50	50	50	50	50
X.3		.110	.332*	1	.224	.091
	Product	.446	.018		.118	.531
	N	50	50	50	50	50
X.4		-.084	.165	.224	1	.050
	Promotion	.562	.253	.118		.729
	N	50	50	50	50	50
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

1. Berdasarkan uji validitas diketahui bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu kepuasan (X1) *Place* (Tempat Wisata) pernyataan data dinyatakan valid karena nilai hitung sebesar 493.
2. Berdasarkan uji validitas diketahui bahwa (X2) *Price* (Harga Wisata) dinyatakan valid karena nilai hitung sebesar 606.
3. Berdasarkan uji validitas diketahui (X3) *Product* (Produk Wisata) dinyatakan valid karena mendapatkan penilaian sebesar 690.
4. Berdasarkan uji validitas diketahui (X4) *Promotion* (Promosi Wisata) dinyatakan valid karena mendapatkan penilaian sebesar 558.

Maka dapat dinyatakan bahwa hasil dari tabel uji validitas kepuasan adalah valid karena semua nilai hitung diatas 200.

	Mean	Variance	Total	Alpha
X.1	34.6400	13.337	.212	.688
X.2	35.2200	12.542	.491	.634
X.3	35.1800	11.416	.556	.622
X.4	35.0800	12.157	.384	.646

Berdasarkan Uji Reliabilitas diatas diketahui bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu variable Kepuasan (X) terdiri dari 4 pernyataan mempunyai koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,6 dengan demikian item pernyataan untuk semua variabel tersebut dinyatakan Reliabilitas.

Tabel 2. Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pengunjung X

	N	Skor Terendah	Skor Tertinggi	Rata-Rata	Total
X.1	50	1.00	5.00	4,3600	7,4942
X.2	50	1.00	5.00	3,7800	6,1578
X.3	50	1.00	5.00	3,8200	8,0026
X.4	50	1.00	5.00	3,9200	8,2906
Total				19,4000	
Rata-Rata	50	1,00	5,00	3,8800	

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

A. *Place* (Tempat Wisata) (X1)

Berdasarkan jawaban responden pada tabel diatas, variabel tingkat kepuasan yang diukur melalui indikator *place* didapatkan persentase sebesar 52,0% menyatakan sangat puas sebanyak 32,0% menyatakan puas dan sebanyak 16,0% menyatakan cukup puas dan sebanyak 0% menyatakan kurang puas dan tidak puas.

B. *Price* (Harga Wisata) (X2)

Berdasarkan jawaban responden pada tabel diatas, variabel tingkat kepuasan yang diukur melalui indikator *price* didapatkan persentase sebesar 58,0% menyatakan puas, sebanyak 32,0% menyatakan cukup puas dan sebanyak 10,0% menyatakan sangat puas dan sebanyak 0%) menyatakan kurang puas dan tidak puas.

C. *Product* (Produk Wisata) (X3)

Berdasarkan jawaban responden pada tabel diatas, variabel tingkat kepuasan yang diukur melalui indikator *product* didapatkan persentase sebesar 42,0% menyatakan cukup puas, sebanyak 34,0% menyatakan puas dan sebanyak 24,0% menyatakan sangat puas dan sebanyak 0% yang menyatakan kurang puas dan tidak puas.

D. *Promotion* (Promosi Wisata) (X4)

Berdasarkan jawaban responden pada tabel diatas, variabel tingkat kepuasan yang diukur melalui indikator *promotion* didapatkan persentase sebesar 38,0% menyatakan cukup puas sedangkan sebanyak 32,0% menyatakan puas dan sebanyak 30,0% menyatakan sangat puas dan sebanyak 0% yang menyatakan kurang puas dan tidak puas.

2. Variabel Pelayanan (Y)

Kualitas jasa pelayanan merupakan pendekatan utama untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dan diharapkan mampu untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Tabel 3. Uji Validitas Pelayanan Y

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
Y.1		1	.219	-.024	.417**	.250
	Service		.126	.869	.003	.080
	N	50	50	50	50	50
Y.2		.219	1	.013	.112	.119
	Security	.126		.927	.439	.410
	N	50	50	50	50	50
Y.3		-.024	.013	1	-.065	.059
	Convenience	.869	.927		.654	.682
	N	50	50	50	50	50
Y.4		.417**	.112	-.065	1	.535**
	Facilities	.003	.439	.654		.000
	N	50	50	50	50	50
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Keterangan :

Berdasarkan uji validitas diketahui

1. Y1 (*Service*) dinyatakan valid karena nilai hitung sebesar 662.
2. Y2 (*Security*) dinyatakan valid karena nilai hitung sebesar 445.
3. Y3 (*Convenience*) dinyatakan valid karena nilai hitung sebesar 501.
4. Y4 (*Facilities*) dinyatakan valid karena nilai hitung sebesar 741.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Pelayanan Y

	Mean	Variance	Total	Alpha
Y.1	33.7800	13.808	.542	.679
Y.2	34.3800	15.547	.324	.725
Y.3	34.2400	16.145	.152	.751
Y.4	33.9200	13.055	.633	.654

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan Uji Reliabilitas diatas diketahui bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu variable Kepuasan (X) terdiri dari 5 pernyataan dan variabel Pelayanan (Y) terdiri dari 5 pernyataan mempunyai koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,6 dengan demikian item pernyataan untuk semua variabel tersebut dinyatakan Reliabilitas.

Tabel 5. Jawaban Responden Berdasarkan Pelayanan (Y)

	N	Skor Terendah	Skor Tertinggi	Rata-Rata	Total
Y.1	50	1,00	5,00	4,0200	7,4203
Y.2	50	1,00	5,00	3,4200	5,7463
Y.3	50	1,00	5,00	3,5600	6,4397
Y.4	50	1,00	5,00	3,8800	7,9898
Total				18,900	
Rata-Rata	50	1,00	5,00	3,7800	

Sumber: Data primer diolah, 2020

1. *Service* Pelayanan Agrowisata (Y1)

Berdasarkan jawaban dari responden pada tabel diatas 46,0% pengunjung menyatakan pelayanan yang diberikan baik, sebanyak 28,0% pengunjung menyatakan sangat baik dan sebanyak 26,0% menyatakan cukup baik dan sebanyak 0% menyatakan sangat tidak baik dan tidak baik.

2. *Security* Keamanan Agrowisata (Y2)

Berdasarkan jawaban dari responden pada tabel diatas pengunjung menyatakan keamanan cukup baik sebesar 62,0%, sedangkan sebesar 34,0 % menyatakan baik, dan menyatakan sangat baik sebesar 4,0% dan sebanyak 0 (0,%) yang menyatakan sangat tidak baik dan tidak baik.

3. *Convinience* Kenyamanan Wisata (Y3)

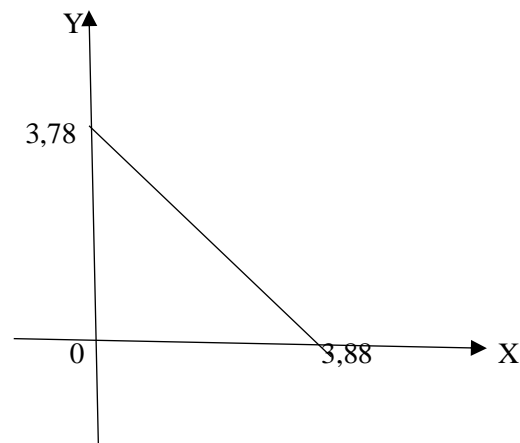
Berdasarkan jawaban dari responden pada tabel diatas pengunjung menyatakan sebesar 52,0% cukup baik sedangkan sebanyak 40,0% menyatakan nyaman baik dan sebanyak 8,0% menganggap sangat baik dan sebanyak 0,% yang memilih menjawab sangat tidak baik dan tidak baik.

4. *Facilities* Fasilitas Wisata (Y4)

Berdasarkan jawaban dari responden pada tabel diatas pengunjung menyatakan fasilitas sebanyak 42,0% baik, sebanyak 42,0% menyatakan bahwa fasilitas sangat baik dan sebanyak 28,0% menganggap cukup baik terhadap fasilitas yang disediakan dan sebanyak 0 (0,%) yang memilih menjawab sangat tidak baik dan tidak baik.

3. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Dari hasil perhitungan data Kepuasan (X) dan Pelayanan (Y) lalu dimasukkan kedalam Diagram Cartesius. Hal ini berguna untuk mengetahui kriteria dalam posisi kuadrat yang diperoleh dari perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) hasil dapat ditunjukkan pada diagram dibawah ini :



Gambar 1. Diagram Cartesius CSI

Dari hasil kurva diatas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata dari kepuasan pengunjung dan tingkat pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola mendekati nilai yang sangat tinggi yaitu sangat puas dan sangat baik sebab nilai X mencapai 3,88 dan nilai Y 3,78 dan sudah valid.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT.Kusuma Agrowisata Kota Batu, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung memberikan penilaian bahwa mereka puas dengan apa yang telah diberikan oleh pihak pengelola. Hal tersebut terlihat dari hasil analisis yang menunjukkan bahwa sebanyak 52,0% pengunjung menganggap sangat puas dengan tempat wisata yang sangat mudah dijangkau, sebanyak 58,0% yang memberi penilaian harga wisata itu puas, sebanyak 42,0% pengunjung memberi penilaian produk wisata cukup baik, sebanyak 38,0% memberi penilaian promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola cukup puas dan sebanyak 52,0% pengunjung memberi penilaian kebersihan kebun di PT.Kusuma Agrowisata cukup puas. Dari hasil tersebut didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,88 yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung memilih cukup puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh pihak pengelola.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut terdapat beberapa saran yang dapat menjadi masukan bagi pihak pengelola di PT.Kusuma Agrowisata Kota Batu adalah Pihak pengelola wisata harus tetap meningkatkan kinerja pelayanan dan tetap mempertahankan kreatifitasnya dalam mengembangkan dan membangun PT.Kusuma Agrowisata agar pelayanan tetap dapat tempat di hati pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya Saputra, 2016. Pengaruh Proses dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan MNC Play Media.Universitas Airlangga Jurnal Manajemen Vol. 12 No. 2

- Badan pustaka Statistik 2019 <https://batukota.bps.go.id/statictable/2019/01/08/366/jumlah-kunjungan-wisatawan-menurut-tempat-wisata-dan-wisata-oleh-oleh-di-kota-batu-2019.html> Diakses 18 Januari 2020.
- Christoper, L dan Wirtz,J. 2011. *Service Marketing*. New Jersey USA:Pearson.
- Dita Putri Anggraeni . 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 37 No. 1.
- Dini Mulyani, 2016. Pengaruh People Terhadap Kepuasan Pelanggan ISP MNCPlay Media Di Kota Bandung. *Unikom, UnikomScholar Directory* Vol.14 No. 77
- Euis Heryati. 2015. Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Private Brand terhadapKepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta.*Jurnal Komunikologi*. Vol. 12, No. 1.
- Engle, B, dan Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Fitriana, Nina. 2018. “ Pengaruh Jumlah Obyek Wisata, Jumlah Wisatawan, Tingkat Hunian Hotel dan PDRB perkapita terhadap penerimaan sektor pariwisata kota Palembang”. *Jurnal Ilmiah Ekonomika*. Vol. 11, No. 23
- Hadi, F. S 2018. Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Tingkat Pelayanan Di Agtowisata Outbound Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Jatim. Skripsi. Program Studi Agribisnis Universitas Tribhuana Tungadewi Malang.
- Irawan,Handi. 2009. 10 prinsip kepuasan Pelanggan. Jakarta:PT.Elex Media komputindo https://issuu.com/odeliaclarisa/docs/company_profil_kusuma_agrowisata Diakses 29 April 2020
- Kotler, P. dan K.L, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 jilid 1*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, P. dan K.L, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1 dan 2*. PT. Mancanan Jaya Cemerlang.
- 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.
- Lorraine W.Th .sondok. 2017. Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Temboan Tomohon. Vol 13. No 1.
- Zelmiati,. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Minang Fantasi Kota Padang Panjang.
- Tjiptono, Fandy..2012. *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Muza, K. 2015. Pengembangan Agrowisata Dengan Pendekatan *Community Based Tourism* “
- Yashinta Asteria. 2016. Analisis Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan untuk meningkatkan Minat Beli ulang (studi Kasus Online Store Lazada.co.id). *Dipenogoro Journal of Management* Vol 5 No.3