

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKATKEPUASAN PENGUNJUNG WISATA AGRO EDUKATIF CIBUGARY

Elpawati¹, Rahmi Purnomowati², Dania Athiya³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Syarif Hidayatullah
Jakarta

Corresponding Author

Abstract

Wisata merupakan salah satu kegiatan yang bermanfaat untuk menyegarkan pikiran untuk membangun kebersamaan dengan kerabat, teman, dan lain-lain. Indonesia dengan seluruh keindahan yang dimiliki mulai dari keindahan alam, keindahan bahari, hingga keindahan kesenian dan kebudayaannya menjadikan sebuah daya tarik tersendiri dan menjadi kesempatan yang baik untuk mengembangkan kegiatan wisata. Sebagai Negara agraris, Indonesia mulai mengembangkan kegiatan yang berkaitan dengan alam, salah satunya adalah kegiatan agrowisata dibidang peternakan. Salah satu tempat wisata yang mengembangkan kegiatan wisata bidang peternakan adalah Cibugary, bergerak sejak tahun 2005, jumlah pengunjung Cibugary mengalami penurunan dan kenaikan, penurunan jumlah pengunjung kembali terjadi pada tahun 2014.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah (1) Menganalisis karakteristik pengunjung wisata Cibugary, (2) Menganalisis kualitas pelayanan wisata Cibugary, Menganalisis tingkat kepuasan pengunjung wisata Cibugary. Untuk mengukur kualitas pelayanan wisata Cibugary diukur dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*), dan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung Cibugary diukur dengan menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*).

Berdasarkan analisis yang dilakukan, sebagian besar pengunjung berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 35 tahun ke atas, dengan jenis pekerja guru dan berdomisili di Jakarta. Berdasarkan penghitungan antara penilaian kinerja dengan penilaian kepentingan dari 22 atribut, terdapat 17 atribut yang telah memenuhi kepuasan pengunjung dengan nilai Tki > 1, dan 5 atribut belum memenuhi kepuasan pengunjung dengan nilai Tki < 1. Berdasarkan pemetaan dengan diagram kartesius, terdapat 1 atribut dalam kuadran I (Prioritas Utama), 10 atribut dalam kuadran II (Pertahankan Prestasi), 8 atribut dalam kuadran III (Prioritas Rendah), dan 3 atribut dalam kuadran IV (Berlebihan). Berdasarkan hasil penelitian, nilai tingkat kepuasan pengunjung wisata Cibugary sebesar 79,8% berada pada kriteria "puas", terdapat 20,2% kepuasan pengunjung yang belum terpenuhi.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepuasan, Wisata Edukatif, *Servqual*

PENDAHULUAN

Indonesia dengan seluruh keindahan yang dimiliki mulai dari keindahan alam, keindahan bahari, hingga keindahan kesenian dan kebudayaannya menjadi sebuah daya tarik tersendiri untuk masyarakat yang membutuhkan suasana dan kegiatan baru diluar rutinitas sehari-hari. Hal tersebut menjadi kesempatan yang baik untuk

mengembangkan kegiatan wisata di negara ini, terdapat beberapa faktor yang biasanya dipertimbangkan untuk memilih tempat wisata, antara lain: fasilitas yang dimiliki ditempat wisata, harga wisata, nilai tambah dari tempat wisata tersebut, serta letak tempat wisata yang mudah dijangkau. Berdasarkan pengelompokan jenis dan penggunaan produk akhir agribisnis, agrowisata termasuk dalam salah satu kelompok

tersebut dengan produk utama keindahan, kenyamanan, dan kesegaran seperti pertanian, wisata agro, dan lain-lain (Pambudy, 2001:3). Sebagai negara agraris, Indonesia mulai mengembangkan kegiatan yang berkaitan dengan alam salah satunya adalah dengan mengembangkan kegiatan agrowisata. Agrowisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian baik berupa pemandangan alam kawasan pertanian, kekhasan dan keanekaragaman aktivitas pertanian, serta budidaya pertanian. Salah satu unsur pertanian yang termasuk sebagai agrowisata adalah kegiatan peternakan, tujuan dari kegiatan tersebut selain untuk pengalaman rekreasi adalah untuk memperluas wawasan pengetahuan, minimnya pengetahuan masyarakat tentang dunia peternakan menjadikan kegiatan wisata tersebut memiliki banyak peminatnya untuk masyarakat perkotaan.

Salah satu tempat wisata yang mengajak pengunjungnya untuk menyelami dunia peternakan dan terletak di pinggir ibu kota Jakarta adalah Wisata Cibugary. Wisata Cibugary (*Cibubur Garden Dairy*) merupakan suatu wahana wisata edukatif mengenai dunia peternakan sapi perah sarat dengan nilai-nilai edukasi yang dapat menunjang program pendidikan sekolah dan peningkatan gizi anak bangsa. Masih terletak di kawasan DKI Jakarta, tepatnya di Pondok Ranggon-Jakarta Timur, memiliki akses jalan yang mudah dijangkau karena dekat dengan pintu tol Cibubur memberikan nilai tambah tersendiri untuk menjadikan tempat wisata ini sebagai pilihan mendapatkan hiburan yang mengedukasi. Harga yang terjangkau dengan tiga pilihan paket kegiatan wisata mulai dari Rp 50.000 – Rp 70.000, serta ketentuan minimal pengunjung yang hanya 10 orang menjadikan wisata Cibugary sebagai salah satu tempat wisata yang perlu dipertimbangkan untuk dikunjungi.

Kegiatan di wisata Cibugary sudah mulai berjalan sejak tahun 2005, selama hampir 10 tahun kegiatan wisata ini berjalan terjadi penurunan dan kenaikan jumlah pengunjung setiap tahunnya, data pengunjung wisata Cibugary. Penurunan jumlah pengunjung kembali terjadi pada tahun 2014, agar tidak terjadi penurunan jumlah pengunjung pada tahun-tahun berikutnya maka sebagai salah satu tempat yang menawarkan produk jasa, wisata Cibugary perlu menjaga kualitas pelayanan yang akan diberikan untuk memenuhi kepuasan pengunjung.

Berdasarkan penjabaran di atas maka perumudan masalah adalah 1) Bagaimana karakteristik pengunjung Wisata Agro Edukatif Cibugary. 2) Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Wisata Agro Edukatif Cibugary 3) Bagaimana tingkat kepuasan pengunjung Wisata Agro Edukatif Cibugary.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Wisata Agro Edukatif Cibugary. Lokasi ini dipilih secara sengaja serta adanya kemudahan dan ketersediaan data yang dibutuhkan dan juga sebagai lanjutan dari kegiatan Praktek Kerja Lapang (PKL). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April - Desember 2015.

Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini digunakan data primer dan data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada sampel. Sumber data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari buku referensi, internet, dan lainnya yang menunjang dengan masalah yang diteliti.

Data Analisis

Importance Performance Analysis

Analisis *Importance-Performance* digunakan untuk

mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius Kuadran I (Prioritas Utama), Kuadran II (Pertahan Prestasi), Kuadran III (Prioritas Rendah) dan Kuadran IV (Berlebihan).

Customer Satisfaction Index

Customer Satisfaction Index adalah index untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan mengukur tingkat harapan dan kinerja dari atribut-atribut kualitas pelayanan (Lerbin, 2005: 75). *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu fungsi dari nilai *Weighted Average* (WA) dibagi dengan *Highest Scale* (HS) atau yang dinyatakan dalam bentuk persen. Skala maksimum *Likert* yang digunakan dalam pembobotan tingkat harapan dan kinerja.

$$CSI = \frac{WA}{HS} \times 100\%$$

Tingkat kepuasan secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan konsumen. Penentuan angka indeks pada kriteria CSI menggunakan skala numerik dengan rumus sebagai berikut :

$$Rs = \frac{(m - n)}{b}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pengunjung

Pengunjung wisata Cibugary

merupakan wanita disebabkan oleh kegiatan wisata Cibugary yang sering dikunjungi oleh anak-anak usia sekolah mulai dari siswa/siswi *preschool* ataupun TK menjadi alasan jumlah pengunjung wanita lebih besar, karena pihak sekolah biasanya menyertakan orang tua khususnya ibu untuk ikut menemani sekaligus mengawasi dalam kegiatan belajar diluar ruangan seperti di wisata Cibugary. Kegiatan wisata yang dilakukan pada hari kerja yaitu Senin hingga Jumat juga menyebabkan jumlah pengunjung pria lebih sedikit karena memiliki tanggung jawab untuk bekerja. Dari 100 responden sebagian besar responden berusia 35 tahun keatas dengan persentase sebesar 36%, rentang usia 23-28 tahun memiliki persentase sebesar 31%, rentang usia 29-34 tahun memiliki persentase sebesar 20%, dan rentang usia 17-22 tahun memiliki persentase sebesar 13%. Jenis pekerjaan pengunjung, dari 100 responden jenis pekerjaan dengan persentase terbesar adalah guru dengan persentase 31%, pegawai swasta dengan persentase 28%, Ibu rumah tangga dengan persentase 18%, wiraswasta dengan persentase 10%, dan mahasiswa dengan persentase 13%. sebagian besar pengunjung wisata Cibugary memiliki pekerjaan sebagai guru, hal ini sesuai dengan konsep wisata Cibugary yang memberikan kegiatan edukatif seputar dunia peternakan, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan wisata Cibugary telah tepat sasaran dengan jumlah pengunjung yang sebagian besar datang dari lembaga pendidikan mulai dari *preschool* hingga SMA. Jenis pekerjaan pengunjung juga mempengaruhi motivasi dalam memilih tempat wisata. Berdasarkan jumlah persentase jenis pekerjaan terbesar kedua merupakan pegawai swasta, dapat diketahui bahwa motivasi dalam melakukan kegiatan wisata adalah sebagai hiburan diluar rutinitas kerja, hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara pada beberapa responden yang bekerja

sebagai pegawai swasta, mereka melakukan kegiatan wisata untuk berkumpul dengan teman-teman atau keluarga untuk menghilangkan rasa penat dari rutinitas pekerjaan yang setiap hari dilakukan. domisili dengan persentase terbesar adalah Jakarta dengan persentase 51%, Bekasi dengan persentase 14%, Depok dengan persentase 13%, Tangerang dengan persentase 10%, Bogor dengan persentase 9%, dan luar Jabodetabek dengan persentase 3%. Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa pengunjung, alasan memilih berkunjung ke wisata Cibugary berbeda, mulai dari pengalaman berkunjung yang memuaskan di wisata Cibugary sehingga memilih melakukan kunjungan kembali di wisata Cibugary, karena konsep wisata yang sesuai dengan materi pembelajaran di sekolah, ataupun karena lokasi wisata Cibugary yang dekat dengan wisata lain seperti peternakan lebah di daerah Cibubur sehingga dapat melakukan kunjungan pada dua objek wisata dengan objek yang berbeda dalam satu hari.

Sebanyak 75 responden dengan persentase 75% termasuk dalam kriteria Cukup Sering dalam melakukan kegiatan wisata, dibuktikan bahwa kegiatan wisata telah menjadi salah satu kebutuhan atau dapat dikatakan sebagai gaya hidup yang perlu dipenuhi karena dari 100 responden pada setiap tahunnya selalu melakukan kegiatan wisata meskipun dengan intensitas dalam melakukan kegiatan wisata yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masing-masing. Sebanyak 97 responden dengan persentase 97% termasuk pernah melakukan kegiatan wisata pada tempat agrowisata yaitu peternakan. kegiatan agrowisata dibidang peternakan menjadi salah satu kegiatan yang cukup banyak dikunjungi dibandingkan dengan bidang agrowisata lainnya, hal ini dapat dijadikan sebagai peluang bagi pengelola kegiatan wisata dibidang peternakan untuk meningkatkan promosi sebagai salah satu upaya

menarik lebih banyak pengunjung. sebanyak 69 responden dengan persentase 69% termasuk dalam kategori Tidak Sering mengunjungi Cibugary, Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa wisata Cibugary perlu meningkatkan fasilitas penunjang kegiatan wisata, pelayanan yang diberikan, serta promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung, karena jika dilihat dari data intensitas kunjungan dan bidang agrowisata yang paling digemari oleh 100 responden pada penelitian kali ini adalah kegiatan agrowisata dibidang peternakan, hal ini merupakan keuntungan bagi wisata Cibugary sebagai salah satu tempat wisata yang menyediakan kegiatan agrowisata dibidang peternakan untuk menarik lebih banyak pengunjung. Sebanyak 61 responden dengan persentase 61% mendapatkan informasi mengenai kegiatan di wisata Cibugary melalui teman.

Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang telah diterima oleh pengunjung wisata Cibugary, pada penelitian kali ini digunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Terdapat 22 atribut kualitas pelayanan yang telah diukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerjanya. Kuadran I menunjukkan prioritas utama dimana terdapat 1 atribut yaitu seragam pemandu wisata. Seragam pemandu wisata dengan nilai kepentingan 4.71 % dan nilai tingkat kerja sebesar 3.88%. Atribut ini dirasa perlu oleh responden untuk memberi kemudahan bagi para pengunjung saat membutuhkan bantuan dari pemandu wisata, namun pada pelaksanaannya pemandu wisata tidak memakai seragam yang telah disediakan oleh wisata Cibugary dan hanya memakai pakaian sehari-hari yang berbeda-beda, maka penilaian untuk atribut seragam pemandu wisata dianggap tidak memuaskan. Kuadran II menunjukkan pertahankan

prestasi dimana terdapat 10 atribut yaitu

1. Kemudahan Dalam Menjangkau Lokasi memiliki nilai tingkat kepentingan sebesar 4,14 % dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,19%. Atribut ini dianggap telah memuaskan bagi responden karena letak wisata Cibugary yang mudah ditemukan oleh pengunjung dimana terdapat spanduk besar yang terletak pada pintu gerbang kompleks peternakan, serta papan nama bertuliskan Wisata Agro Edukatif Cibugary pada pintu masuk lokasi wisata.
2. Kemudahan Akses Jalan, ini dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,19 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,16 persen. Akses jalan menuju wisata Cibugary merupakan jalan beton yang cukup baik keadaannya serta letak wisata Cibugary yang dekat dengan pintu keluar tol Cibubur menjadi keuntungan utama bagi wisata Cibugary, dimana pengunjung yang akan melakukan kunjungan di wisata Cibugary baik dari luar dan dalam kota dapat menggunakan akses jalan tol tersebut. Untuk pengunjung yang tidak menggunakan akses jalan tol, dapat melalui jalan alternatif yaitu melewati Jalan Cibubur yang dapat di akses dengan mudah melalui Jalan Raya Bogor dari arah Pasar Rebo.
3. Sarana Parkir yang Memadai untuk atribut ini dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,12 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,16 persen. Wisata Cibugary memiliki area parkir yang cukup memadai dengan luas kurang lebih 800 meter, mampu untuk menampung bus dalam ukuran kecil dan besar hingga 5-10 bus, tetapi letaknya sedikit lebih jauh sehingga perlu diakses kembali dengan berjalan kaki menuju area kegiatan wisata sekitar 5-10 menit, namun area parkir tersebut mampu menampung kendaraan besar seperti bus pariwisata yang sering digunakan oleh rombongan pengunjung wisata Cibugary, untuk pengunjung yang menggunakan mobil pribadi dapat parkir pada area kompleks sehingga lebih mudah dalam menjangkau lokasi kegiatan wisata.
4. Kebersihan dalam dan luar area wisata, dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,11 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,15 persen. Pada pelaksanaannya, wisata Cibugary telah mampu memenuhi kepuasan pengunjung dengan menyediakan tempat sampah disekitar area wisata yaitu dengan meletakkannya di setiap saung-saung bambu yang digunakan sebagai area bersantai bagi pengunjung, sehingga memudahkan pengunjung saat ingin membuang sampah. Untuk menjaga kenyamanan saat melakukan salah satu kegiatan wisata didalam kandang yaitu pemerah susu sapi dan pemberian pakan ternak, wisata Cibugary juga telah menyediakan petugas khusus sekitar 2-3 orang untuk membersihkan kandang sebelum hingga saat kegiatan wisata tersebut berlangsung.
5. Kemampuan pemandu wisata untuk cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pengunjung dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,13 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,17 persen. Pada pelaksanaannya, setiap sekolah

- yang melakukan kunjungan di wisata Cibugary selalu menyertakan 3 hingga 10 guru sesuai dengan jumlah siswa/siswi yang melakukan kunjungan, guru-guru tersebut juga bertugas sebagai pendamping untuk membantu mengawasi keamanan dan ketertiban siswa/siswi yang sedang melakukan kegiatan wisata.
6. Kegiatan Wisata sesuai dengan yang diharapkan dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,12 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,16 persen. Dalam mempromosikan kegiatan wisatanya, pada deskripsi kegiatan wisata dihalaman *website* resmi wisata Cibugary, menjelaskan bahwa pengunjung akan diajak untuk menyelami realita usaha berternak sapi perah dan melakukan kontak langsung dengan ternak serta mempelajari pengolahan produk susu. Pada pelaksanaannya, responden menilai kegiatan yang dilakukan dapat memuaskan pengunjung karena kinerja yang dilakukan sesuai dengan yang telah dijanjikan pada saat promosi.
 7. Harga Paket Wisata sesuai dengan kegiatan yang diberikan dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,11 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,13 persen. wisata Cibugary menawarkan 3 paket kegiatan wisata dengan harga yang berbeda, tujuannya adalah untuk memberikan alternatif harga sesuai dengan kemampuan finansial pengunjung. Setiap paket kegiatan wisata pada dasarnya tidak memiliki perbedaan untuk kegiatan wisatanya, melainkan hanya dibedakan pada bingkisan yang diberikan setelah kegiatan wisata.
 8. Pemandu wisata melakukan komunikasi yang efektif dengan pengunjung nilai untuk atribut ini dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,17 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,13 persen. Pada pelaksanaannya, pemandu wisata menyampaikan materi dengan menggunakan cara mendongeng dan bernyanyi, hal tersebut dirasa cukup memuaskan oleh responden karena cara tersebut dianggap sesuai dan dapat menarik perhatian siswa/siswi Paud dan TK. Untuk pengunjung usia sekolah dasar hingga mahasiswa dan orang dewasa, pemandu wisata tidak menyampaikan materi dengan cara mendongeng dan bernyanyi, melainkan dengan cara diskusi dan melakukan kegiatan kandang seperti pemerah dan pengenalan perawatan ternak dengan durasi yang lebih lama.
 9. Keramahan dan kesopanan pemandu wisata dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,15 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,21 persen. Pada pelaksanaannya, pemandu wisata telah melakukan hal-hal tersebut, dengan sapaan ramah, tutur kata yang sopan, hingga teguran lembut untuk menertibkan pengunjung selama kegiatan berlangsung.
 10. Penguasaan materi pemandu wisata dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,12 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,17 persen. Pada pelaksanaannya pemandu wisata telah mampu menjelaskan kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh para peternak

dengan sangat jelas, dan pemandu juga mampu menjawab pertanyaan atau memberi contoh kasus kepada pengunjung.

Kuadran III (Prioritas Rendah) atribut yang berada di dalam kuadran tersebut menunjukkan atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaannya tidak terlalu memuaskan. Adapun atribut yang berada dalam kuadran III berjumlah 8 atribut, yaitu :

1. Kebersihan toilet dan sarana air bersih, nilai tingkat kepentingan sebesar 4,03 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,00 persen. Pada pelaksanaannya, wisata Cibugary hanya menyediakan 3 unit toilet, letak toilet mudah dijangkau dan strategis karena tidak terlalu jauh dengan lokasi kegiatan wisata. Namun, tidak ada petugas khusus yang bertugas untuk menjaga kebersihan toilet tersebut, sehingga responden menilai kinerja dari atribut tersebut kurang memuaskan. Pihak wisata Cibugary perlu memikirkan kembali jika akan meningkatkan kebersihan toilet dan sarana air bersih ataupun menambahkan unit toilet, karena tidak terlalu meningkatkan kepuasan pengunjung.
2. Ketersediaan Mushola nilai tingkat kepentingan sebesar 4,08 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 3,99 persen. wisata Cibugary tidak menyediakan bangunan atau tempat khusus yang dijadikan sebagai musholah, melainkan hanya memanfaatkan saung bambu yang berukuran kecil untuk digunakan sebagai tempat shalat, untuk itu responden menilai kinerja dari atribut tersebut dianggap kurang memuaskan.
3. Penataan tata letak objek wisata,
4. Kerapihan dan kebersihan

nilai tingkat kepentingan sebesar 4,04 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,09 persen. Pada pelaksanaannya, kandang sapi perah dan kandang kambing letaknya terpisah tidak terlalu jauh (\pm 500 meter), sangat mudah dijangkau dari saung-saung bambu yang digunakan sebagai tempat pemberian materi seputar dunia peternakan, untuk tempat pengolahan susu murni sebagai salah satu kegiatan praktek pengolahan hasil pemerahan dilakukan dekat dengan saung bambu sehingga setelah selesai melakukan praktek pengolahan susu murni pengunjung dapat langsung menikmati sambil bersantai di saung-saung bambu. Dengan keadaan tersebut, responden menilai kinerja dari atribut tersebut cukup memuaskan karena letak dari objek wisata yang ada sudah mampu membuat pengunjung merasa nyaman, jika pihak wisata Cibugary ingin melakukan perbaikan pada atribut tersebut dengan merubah letak objek wisata tidak akan terlalu berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Namun, pihakwisata Cibugary sebaiknya memperhatikan kebersihan dari kandang sebagai objek wisata yang ditawarkan, karena salah satu kelemahan dari kegiatan wisata yang dilakukan di kandang secara langsung adalah kebersihan dari kandang dan ternak itu sendiri, sehingga wisata Cibugary perlu menyediakan petugas kebersihan khusus yang menjaga kebersihan kandang dan ternak selama kegiatan wisataberlangsung agar tidak mengganggu kenyamanan pengunjung.

pemandu wisata dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,00 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,09 persen. pemandu di wisata Cibugary sudah menjaga kebersihannya dengan selalu membersihkan diri setelah kegiatan wisata di kandang (mencuci tangan dan kaki menggunakan sabun) sebelum melanjutkan kegiatan praktek pengolahan susu murni hasil pemerahan. jika pihak wisata Cibugary ingin melakukan perbaikan untuk penilaian kerapian tidak akan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung jika pemandu wisata tersebut tidak menggunakan seragam, untuk itu sebaiknya pihak wisata Cibugary memperbaiki atribut seragam pemandu wisata terlebih dahulu, karena dengan tersedianya seragam bagi pemandu wisata akan sangat berpengaruh terhadap kerapian dari pemandu wisata.

5. Fasilitas promosi yang menarik dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 3,85 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 3,98 persen. Promosi wisata Cibugary lebih banyak dilakukan oleh pihak luar (dari mulut ke mulut) dapat menjadi keuntungan sekaligus kelemahan bagi wisata Cibugary. Keuntungan dari kegiatan promosi tersebut adalah jika pengunjung merasa puas dengan kegiatan yang dilakukannya di wisata Cibugary maka pengunjung tersebut akan menceritakan kesenangan dan kelebihan dari wisata Cibugary kepada teman-temannya dimana akan menimbulkan rasa ingin mengunjungi wisata Cibugary. Namun, jika pengunjung tidak merasa puas

bahkan merasa kecewa dengan kegiatan yang dilakukannya di wisata Cibugary maka pengunjung tersebut akan menceritakan kekurangan dari wisata Cibugary kepada teman-temannya dimana akan menimbulkan rasa tidak ingin mengunjungi wisata Cibugary.

6. Ketepatan jadwal kegiatan wisata dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 3,95 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,11 persen. Pihak wisata Cibugary dapat bekerjasama mengenai pengaturan jadwal kegiatan, sehingga responden menilai atribut tersebut cukup memuaskan pelaksanaannya, dan nilai kepentingan dari atribut tersebut lebih rendah berdasarkan penilaian responden, karena beberapa pengunjung yang memiliki motivasi mencari hiburan saat melakukan kegiatan wisata akan merasa lebih senang jika kegiatan wisata berlangsung lebih lama. Untuk itu, wisata Cibugary perlu mempertahankan atribut tersebut agar kepuasan pengunjung tetap terjaga.
7. Pembagian tugas yang jelas untuk setiap pemandu wisata nilai tingkat kepentingan sebesar 4,01 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,10 persen. pihak wisata Cibugary selalu melakukan *briefing* dengan mengatur tugas pemandu wisata sebelum kegiatan dimulai, jika jumlah pengunjung pada hari itu cukup banyak atau terjadi kunjungan dari 2 sekolah yang berbeda dalam waktu bersamaan, pihak wisata Cibugary akan membagi menjadi 2 kelompok agar tidak terjadi penumpukan pada saat kegiatan kandang karena akan membuat kegiatan

menjadi tidak kondusif dan kurang nyaman untuk ternak maupun pengunjung.

8. Keamanan dan kenyamanan area wisata nilai tingkat kepentingan sebesar 4,06 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,09 persen. wisata Cibugary sudah menyediakan fasilitas pendukung yang cukup lengkap dan responden menilai kinerja dari atribut tersebut sudah cukup memuaskan. Fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh wisata Cibugary seperti area parkir kendaraan, saung-saung bambu, kandang ternak, arena bermain anak, toilet, serta toko souvenir telah dikelola dengan baik dan mampu memenuhi harapan pengunjung, untuk itu pihak wisata Cibugary perlu mempertahankan kinerja dari atribut tersebut dan jika akan dilakukan perbaikan atau penambahan dari fasilitas yang telah dimiliki.

Kuadran IV (Berlebihan) atribut yang berada di dalam kuadran tersebut menunjukkan atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan akan tetapi pelaksanaannya sangat memuaskan sehingga dianggap kurang penting namun memuaskan. Terdapat 3 atribut yaitu ;

1. Kemampuan pemandu wisata untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul nilai tingkat kepentingan sebesar 4,09 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,20 persen. Pada pelaksanaannya, pemandu wisata tidak diberikan pelatihan khusus untuk menghadapi masalah atau kejadian-kejadian yang terjadi diluar kegiatan wisata, para pemandu wisata hanya terbiasa melakukannya berdasarkan pengalaman yang telah

dialaminya. Pemandu selalu bekerja sama baik dengan guru maupun orang tua dalam menjaga kelancaran kegiatan wisata, dengan begitu penilaian kinerja dari atribut ini dianggap sangat memuaskan, maka pihak wisata Cibugary perlu mempertahankan kinerja dari atribut tersebut.

2. Pemandu wisata memandu kegiatan dengan cepat sesuai dengan jadwal kegiatan dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,08 persen dan nilai tingkat kinerja sebesar 4,15 persen. pemandu wisata selalu melakukan komunikasi dengan pihak sekolah sebelum kegiatan dimulai maupun selama kegiatan wisata berlangsung, sehingga pihak sekolah dapat menyampaikan keinginannya dan pemandu wisata dapat menyesuaikan dengan kegiatan wisata yang akan dilakukan. Namun, beberapa sekolah merasa lebih senang jika kegiatan wisata berlangsung lebih lama, maka perlu dilakukan komunikasi yang baik dengan pihak sekolah untuk menentukan waktu mulai dan selesainya kegiatan di wisata Cibugary. Dengan sistem seperti itu, responden menilai kinerja dari atribut tersebut sangat memuaskan, karena jadwal kegiatan sesuai dengan yang sudah disepakati. Untuk itu, pihak wisata Cibugary diharapkan dapat mempertahankan kinerja dari atribut tersebut agar tetap dapat memenuhi kepuasan pengunjung.
3. Memberikan perhatian secara individu kepada pengunjung dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,05 persen dan nilai

tingkat kinerja sebesar 4,15 persen. Pada pelaksanaannya, pemilik wisata Cibugary selalu melakukan komunikasi dengan para pengunjung untuk mengetahui kesan setelah melakukan kegiatan di wisata Cibugary, komunikasi seperti ini juga dirasa sangat penting guna menjalin kedekatan secara emosional antara pemilik wisata dengan pengunjung. Responden menilai kinerja dari atribut tersebut sudah sangat memuaskan dan diharapkan wisata Cibugary dapat terus mempertahankannya.

Tingkat Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang diperoleh sebesar 79,8%. Hal ini menunjukkan bahwa indeks kepuasan pengunjung wisata Cibugary berada pada kriteria "Puas". Dengan nilai tingkat kepuasan sebesar 79,8% menunjukkan bahwa sebesar 20,2% kepuasan pengunjung belum terpenuhi oleh kinerja dari atribut kualitas pelayanan wisata Cibugary. Atribut-atribut kualitas pelayanan wisata Cibugary telah dipetakan dalam diagram kartesius melalui penghitungan *Important Performane Analysis* (IPA).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijabarkan, maka dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini. Karakteristik responden yang menjadi pengunjung wisata Cibugary sebagian besar merupakan wanita, dengan rentang usia 35 tahun keatas, berprofesi sebagai guru, dan berdomisili di Jakarta. Hal ini sesuai dengan keadaan bahwa sebagian besar pengunjung yang datang ke wisata Cibugary merupakan guru dari sekolah-sekolah yang berada di daerah Jakarta,

dimana guru dan orang tua biasanya datang untuk mendampingi anak-anak saat melakukan kegiatan wisata. Kualitas pelayanan wisata Cibugary dapat dikatakan baik, hal ini sesuai dengan hasil penghitungan tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja pelayanan yang diberikan oleh wisata Cibugary. Dari 22 atribut kualitas pelayanan yang diukur, terdapat 17 atribut yang telah memenuhi kepuasan pengunjung dengan nilai TKI > 1, dan 5 atribut lainnya yang belum memenuhi kepuasan pengunjung dengan nilai TKI < 1. Berdasarkan pemetaan kualitas pelayanan dengan diagram kartesius, atribut yang termasuk dalam kuadran I dengan 4,55% responden yang memilih berjumlah 1 atribut, kuadran II dengan 45,46% responden yang memilih berjumlah 10 atribut, kuadran III dengan 36,36% responden yang memilih berjumlah 8 atribut, dan kuadran IV dengan 13,63% responden yang memilih berjumlah 3 atribut.

Tingkat kepuasan pengunjung wisata Cibugary termasuk dalam kategori puas, hal ini dibuktikan dengan hasil penghitungan tingkat kepuasan pengunjung sebesar 79,8%. Untuk meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung, pihak wisata Cibugary diharapkan melakukan perbaikan pada beberapa kualitas pelayanan yang telah dipetakan dalam diagram kartesius.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, wisata Cibugary perlu memperbaiki atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran I, yaitu atribut seragam pemandu wisata. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam mempertahankan kepuasan pengunjung wisata Cibugary adalah dengan mempertahankan atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran II, dimana 10 atribut yang termasuk dalam kuadran II dapat menunjukkan pelayanan yang diberikan oleh wisata Cibugary sudah sesuai dengan kepentingan pengunjung. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan

dapat membantu wisata Cibugary dalam merumuskan strategi pengembangan kegiatan wisata agar dapat menarik lebih banyak pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, R Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Boyd, et al. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Dengan Orientasi Global*. Erlangga, Jakarta.
- Erisca, Aulia,. *Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Tingkat Kepuasan Konsumen Klappertaart Huize Bogor-Jawa Barat*. [Skripsi] (Bogor: IPB, 2015)
- Hasan, Iqbal. 2006. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 12*.
- Alih bahasa oleh Benyamin Molan. PT Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I Edisi 12*. Erlangga. Jakarta.
- Lovelock, Christoper H dan Lauren K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Alih bahasa oleh Ir. Agus Widyantoro dan tim. PT Indeks. Jakarta.
- Lovelock, Christope H. 2010. *Pemasaran Jasa Jilid 2*. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Salemba Empat. Jakarta.
- Malo, Manasse. 2014. *Metode Penelitian Masyarakat*. Universitas Indonesia. Jakarta. Pambudy, Rachmat. 2001. *Bisnis dan Kewirausahaan Dalam Sistem Agribisnis*. Pustaka Wirausaha Muda. Bogor.
- Ramadhani, Fithria. *Strategi Pengembangan Wisata Agro Edukatif Istana Susu Cibugary Cibubur Jakarta Timur*. [Skripsi] (Bogor: IPB, 2012)
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing, Malang.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction edisi 3*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tophani, Siviana. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Madu Pramuka (Studi Kasus: PT Madu Pramuka, Cibubur, Jakarta Timur)* [Skripsi] (Jakarta: UIN, 2013)
- Umar, Husein,. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Utama. Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 2008. *Ekowisata Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup*. PT. Pertja, Jakarta.