

**DETERMINAN KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA PT. HIDROPONIK
AGROFARM BANDUNGAN**

***DETERMINAN SATISFACTION OF VISITORS TOURISM PT. HYDROPONIC
AGROFARM BANDUNGAN***

Yulita¹ dan Mary Tinjung Prihtanti
Universitas Kristen Satya Wacana

Received September 18, 2019 – Accepted October 23, 2019 – Available online November 13, 2019

ABSTRACT

The tourism location is PT. Hydroponics Bandungan Agrofarm is a place of production of each product produced, a garden that has a greenhouse produces oriental products (mustard greens, lettuce, water spinach), cherry tomatoes, tomatoes, beef, melons, peppers and processed products such as mixed salad with green house area is 1,000 m and 20,000 plant points. This study aims to determine the relationship of service quality, quality of attractions, supporting facilities and price perceptions of tourist satisfaction of PT. Hydroponics Agrofarm Bandungan. Data analysis techniques used were using Rank Spearman trials. The results showed that there was a significant relationship between service quality and visitor satisfaction by 0.556, there was a significant relationship and quality of attractions to visitor satisfaction by 0.589, there was a significant relationship and supporting facilities for visitor satisfaction by 0.593, the effect of the relationship and the significance of prices on visitor satisfaction totaling 0.715.

Key-words: relationships, service quality, attractions, facilities, prices

INTISARI

Lokasi wisata adalah kebun utama PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan merupakan tempat produksi dari setiap produk yang dihasilkan, kebun memiliki delapan *green house* menghasilkan produk seperti sayur oriental (sawi, selada, kangkung), tomat *cherry*, tomat, *beef*, melon, paprika dan produk olahan seperti *mix salad* dengan luas area *green house* adalah 1.000 m dan 20.000 titik tanaman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan, kualitas objek wisata, fasilitas penunjang dan persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung wisata PT.Hidroponik Agrofarm Bandungan. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan uji korelasi *Rank Spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 0,556, adanya hubungan dan signifikan kualitas objek wisata terhadap kepuasan pengunjung sebesar 0,589, adanya hubungan dan signifikan fasilitas penunjang terhadap kepuasan pengunjung sebesar 0,593, adanya hubungan dan signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung sebesar 0,715.

Kata kunci : hubungan, kualitas pelayanan, objek wisata, fasilitas, harga

¹ Alamat responden untuk korespondensi: Yulita. Universitas Kristen Satya Wacana. Jln. Diponegoro 52-60, Salatiga, E-mail : etakbarbie@gmail.com

PENDAHULUAN

Selain menghasilkan produk utama kemudian dipasarkan kepada konsumen, PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan juga merupakan sentra agrowisata. Agrowisata PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan beralamat di Desa Ngasem, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang berdiri pada bulan Juni tahun 2016. Lokasi wisata tersebut berupa kebun utama perusahaan yang merupakan tempat produksi dari setiap produk yang dihasilkan. Kebun PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan memiliki delapan *green house* menghasilkan produk seperti sayur oriental (sawi, selada, kangkung), tomat *cherry*, tomat, *beef*, melon, paprika, dan produk olahan seperti *mix salad* dengan luas area *green house* adalah 1.000 m² dan 20.000 titik tanaman. PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan bekerja sama dengan yayasan sekolah, yaitu SMK Theresiana Bandungan. Perusahaan ini bertujuan untuk membantu pengembangan sekolah SMK Theresiana Bandungan dengan melibatkan para murid, guru, dan mata pelajaran di sekolah serta para siswas-siswi dibiayai sepenuhnya oleh pihak perusahaan.

Agrowisata PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan menawarkan berbagai macam paket wisata mulai dari individu hingga kelompok dengan harga yang bervariasi. Permasalahan yang dihadapi agrowisata PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan adalah permasalahan yang berhubungan dengan kepuasan pengunjung, dalam hal ini terkait dengan faktor seperti kualitas pelayanan yang melibatkan tunas muda atau anak-anak dari SMK Theresiana sebagai petugas untuk melayani para pengunjung. Pada faktor kualitas objek wisata berupa edukasi atau pengetahuan seputar hidroponik dan jenis

tanaman yang dibudidayakan. Pada faktor fasilitas penunjang berupa sarana dan prasarana yang disediakan dalam lokasi wisata sehingga dapat mencipatakan rasa menyenangkan dan kepuasan bagi para pengunjung. Faktor lainnya adalah pada persepsi harga, kepuasan pengunjung yang berpengaruh pada harga tiket, baik individu maupun kelompok serta keterjangkauan harga, kesesuaian harga, dan daya saing harga dengan wisata lainnya yang akan menjadi pertimbangan rasa kepuasan pengunjung.

Hal tersebut selaras dengan beberapa penelitian sebelumnya. Menurut Dirgantara (2013), kualitas pelayanan berkontribusi lebih besar terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Museum Kartini Jepara. Menurut Yoeti dikutip oleh Thohar (2015), atraksi atau obyek wisata adalah unsur-unsur pokok yang harus diperhatikan dalam perencanaan pembangunan pariwisata. Menurut Sulistiyana dkk (2015), fasilitas wisata dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti ingin mengetahui apakah faktor kualitas pelayanan, kualitas objek wisata, fasilitas penunjang, dan persepsi harga berhubungan signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata kebun PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan sehingga dapat menjadi pertimbangan pihak pengelola wisata untuk menciptakan strategi menjadikan wisatawan lebih tertarik mengunjungi agrowisata di PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan, kualitas objek wisata, fasilitas penunjang, dan persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung wisata PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan.

METODOLOGI

Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juni 2019 di Desa Ngasem, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*, yaitu penentuan sampel secara kebetulan sebanyak 50 responden. Populasi adalah pengunjung wisata dengan karakteristik usia 15 hingga 65 tahun. Metode yang digunakan adalah survei lapangan dengan penyebaran kuesioner terstruktur.

Operasional variabel yang digunakan, yaitu kepuasan pengunjung, adalah variabel Y, kualitas pelayanan variabel X1, kualitas objek wisata variabel X2, fasilitas penunjang variabel X3, dan persepsi harga variabel X4. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert, yaitu untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang fenomena sosial dengan menggunakan perhitungan total skor dari jawaban responden dalam kuesioner (Yullyyana 2017). Skor pada jawaban responden meliputi: Sangat Tidak Setuju skor 1, Tidak Setuju skor 2, Netral skor 3, Setuju skor 4, Sangat Setuju skor 5.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS Statistik 20. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner dengan membandingkan angka r hitung $(0,05) > r$ tabel (Pertiwi 2018). Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner reliabel atau handal atau tidak. Dikatakan handal ketika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu yang dapat dilihat dari nilai *Conbarch Alpha* $>0,60$ (Yullyyana 2017). Uji Korelasi *Rank*

Spearman digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel untuk skala data ordinal (Nawawi 2017). Karena instrumen penelitian menggunakan skala *Likert* maka hasilnya akan berupa data ordinal, hal tersebut yang menjadi alasan peneliti menggunakan uji korelasi *Rank Spearman* dalam penelitian ini. Uji Parsial (uji T) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dengan kriteria pengujian H_0 ditolak dan H_a diterima apabila t hitung pada $\text{sig} >0,05$, artinya variabel bebas secara individu berpengaruh dan signifikan terhadap variabel terikat. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila t hitung pada $\text{sig} <0,05$, artinya variabel bebas secara individu tidak berpengaruh dan signifikan terhadap variabel terikat (Pertiwi 2018).

PEMBAHASAN

Kondisi Umum Lokasi Penelitian. PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan ditetapkan menjadi kawasan agrowisata sesuai dengan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) No. S-580KT/WPJ.10/KP.0603/2016. Luas satu area *green house* PT. Hidroponik Agrofam Bandungan adalah 1.000 m dengan 20.000 titik tanam. Luas tersebut akan menjamin ketersediaan sayuran hidroponik secara terus menerus. Dengan pembudidayaan di dataran tinggi Bandungan dengan menumbuhkannya di dalam *green house* dapat meminimalisasi hama dan bebas pestisida.

Karakteristik Responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat dari usia, jenis kelamin, pendidikan pengunjung, pekerjaan, alamat, tujuan kunjungan, frekuensi kunjungan, sarana transportasi, dan sumber informasi. Responden dalam penelitian ini berjumlah

50 orang. Karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 1.

Pada Tabel 1 tampak jenis kelamin responden paling banyak adalah pada perempuan sebesar 66 persen. Pada usia, sebesar 36 persen responden berusia 21 hingga 30 tahun, dengan tingkat pendidikan paling banyak 28 persen Sarjana. Alamat responden dikategorikan dalam provinsi paling banyak dari provinsi Jawa Tengah, yaitu sebesar 80 persen. Sedangkan pada tujuan kunjungan, sebesar 72 persen melakukan kegiatan rekreasi dan pada frekuensi kunjungan pertama kalinya sebesar 82 persen. Pada sarana transportasi responden, sebesar 58 persen menggunakan kendaraan pribadi dan sebesar 60 persen responden mengetahui lokasi wisata dari informasi lisan (keluarga, teman, dan orang lain).

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, yaitu dapat dilihat dari nilai r hitung $>$ r tabel (Pertiwi 2018). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner reliabel atau handal atau tidak yang dapat dilihat dari jawaban responden terhadap pertanyaan dan dapat dilihat dari nilai *Conbarch Alpha* $>$ 0,60 (Yullyyana 2017). Hasil uji validitas kuesioner penelitian menunjukkan seluruh item pertanyaan adalah valid dengan nilai r -hitung $>$ r -tabel ($n = 50 = 0,279$). Kuesioner penelitian dalam penelitian ini reliabel, masing-masing variabel memiliki nilai *Conbarch Alpha* $>$ 0,60.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	17	34
Perempuan	33	66
Jumlah	50	100
Usia		
< 20	9	18
21 – 30	18	36
31 – 40	7	14
41 – 50	9	18
51 – 60	3	6
61 >	4	8
Jumlah	50	100
Tingkat Pendidikan		
SMP	1	2
SLTA	15	30
Diploma	3	6
Sarjana	26	52
Magister	5	10
Jumlah	50	100
Pekerjaan		
Karyawan	8	16

Mahasiswa	14	28
Pensiun	4	8
PNS	3	6
Siswa	7	14
Wiraswasta	11	22
Lainnya	3	6
Jumlah	50	100
Alamat		
Jawa Barat	7	14
Jawa Tengah	40	80
Jawa Timur	3	6
Jumlah	50	100
Tujuan Kunjungan		
Rekreasi	36	72
Pendidikan	10	20
Lainnya	4	8
Jumlah	50	100
Frekuensi Kunjungan		
1 kali	41	82
2 kali	2	4
>3 kali	7	14
Jumlah	50	100
Sarana Transportasi		
Bus	20	40
Angkutan Umum	1	2
Kendaraan Pribadi	29	58
Jumlah	50	100
Sumber Informasi		
Media Cetak	3	6
Media Elektronik	12	24
Informasi Lisan	30	60
Biro Perjalanan Wisata	5	10
Jumlah	50	100

Tabel 2. Hasil Uji Instrumen Kepuasan Pengunjung

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,790	0,279	Valid
Y2	0,835	0,279	Valid
Y3	0,916	0,279	Valid
Y4	0,909	0,279	Valid
Y5	0,866	0,279	Valid
Y6	0,862	0,279	Valid

Conbarch Alpha = 0,972

Tabel 3. Hasil Uji Instrumen Kualitas Pelayanan

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1 ₁	0,757	0,279	Valid
X1 ₂	0,685	0,279	Valid
X1 ₃	0,800	0,279	Valid
X1 ₄	0,830	0,279	Valid
X1 ₅	0,724	0,279	Valid
X1 ₆	0,772	0,279	Valid
X1 ₇	0,837	0,279	Valid
X1 ₈	0,765	0,279	Valid
X1 ₉	0,670	0,279	Valid
X1 ₁₀	0,698	0,279	Valid

Conbarch Alpha = 0,914

Tabel 4. Hasil Uji Instrumen Kualitas Objek Wisata

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2 ₁	0,937	0,279	Valid
X2 ₂	0,959	0,279	Valid
X2 ₃	0,965	0,279	Valid
X2 ₄	0,935	0,279	Valid
X2 ₅	0,918	0,279	Valid

Conbarch Alpha = 0,968

Tabel 5. Hasil Uji Instrumen Fasilitas Penunjang

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3 ₁	0,830	0,279	Valid
X3 ₂	0,809	0,279	Valid
X3 ₃	0,819	0,279	Valid
X3 ₄	0,879	0,279	Valid
X3 ₅	0,825	0,279	Valid
X3 ₆	0,764	0,279	Valid

Conbarch Alpha = 0,902

Tabel 6. Hasil Uji Instrumen Persepsi Harga

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X4 ₁	0,806	0,279	Valid
X4 ₂	0,831	0,279	Valid
X4 ₃	0,726	0,279	Valid
X4 ₄	0,807	0,279	Valid

X4 ₅	0,669	0,279	Valid
X4 ₆	0,584	0,279	Valid
X4 ₇	0,835	0,279	Valid
X4 ₈	0,809	0,279	Valid
<hr/>			
Conbarch Alpha = 0,881			
<hr/>			

Hubungan Kualitas Pelayanan, Kualitas Objek Wisata, Fasilitas Penunjang dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Kebun PT.Hidroponik Agrofarm Bandungan.

Tabel 7. Pedoman pemberian interpretasi koefisien korelasi (r)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Tabel 8. Hubungan Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Objek Wisata (X2), Fasilitas Penunjang (X3), dan Persepsi Harga (X4) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Variabel	(r _s)	α (0,05)	t- hitung	t- tabel	Hasil Uji Statistik	Tingkat Keeratan Hubungan
Kualitas Pelayanan	0,556**	0,000	4,633	2,016	Signifikan	Sedang
Kualitas Objek Wisata	0,589**	0,000	4,052	2,016	Signifikan	Sedang
Fasilitas Penunjang	0,593**	0,000	5,099	2,016	Signifikan	Sedang
Persepsi Harga	0,715**	0,000	4,927	2,016	Signifikan	Kuat

Keterangan:

r_s = Koefisien Korelasi

** = Signifikan pada taraf α = 0,05 (5%).

Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Kebun PT.Hidroponik Agrofarm Bandungan.

Pada tabel 8 dapat diketahui dari nilai t- hitung sebesar 4,633 > 2,016 t-tabel dengan sig 0,000 maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan memiliki hubungan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil uji Rank Spearman sebesar 0,556 yang menandakan adanya hubungan antara

kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung dengan tingkat keeratan hubungan sedang.

Hubungan Kualitas Objek Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Kebun PT.Hidroponik Agrofarm Bandungan.

Pada tabel 8 diketahui dari nilai t- hitung sebesar 4,052 > 2,016 t-tabel dengan sig 0,000 maka dapat disimpulkan

variabel objek wisata memiliki hubungan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil uji Rank Spearman sebesar 0,589 yang menandakan adanya hubungan antara kualitas objek wisata dan kepuasan pengunjung dengan tingkat keeratan hubungan sedang.

Hubungan Fasilitas Penunjang Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Kebun PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan. Tabel 8 menunjukkan nilai t-hitung sebesar 5,099 > 2,016 t-tabel dengan sig 0,000 maka dapat disimpulkan variabel fasilitas penunjang memiliki hubungan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil uji Rank Spearman sebesar 0,593, menandakan adanya hubungan antara fasilitas penunjang dan kepuasan pengunjung dengan tingkat keeratan hubungan sedang.

Hubungan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Kebun PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan. Tabel 8 menunjukkan nilai t-hitung sebesar 4,927 > 2,016 t-tabel dengan sig 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga memiliki hubungan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil uji Rank Spearman sebesar 0,715, menandakan adanya hubungan antara persepsi harga dan kepuasan pengunjung dengan tingkat keeratan hubungan kuat.

KESIMPULAN

Ada hubungan signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dengan hasil uji *Rank Spearman* sebesar 0,556 dengan nilai t-hitung sebesar 4,633 > 2,016 t-tabel. Ada hubungan signifikan pada variabel kualitas objek wisata terhadap kepuasan pengunjung dengan hasil uji *Rank Spearman* sebesar

0,589 dengan nilai t-hitung sebesar 4,052 > 2,016 t-tabel. Ada hubungan signifikan pada variabel fasilitas penunjang terhadap kepuasan pengunjung dengan hasil uji *Rank Spearman* sebesar 0,593 dengan nilai t-hitung sebesar 5,099 > 2,016 t-tabel. Ada hubungan signifikan pada variabel persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung dengan hasil uji *Rank Spearman* sebesar 0,715 dengan nilai t-hitung sebesar 4,927 > 2,016 t-tabel.

DAFTAR PUSTAKA

Dirgantara, Wara. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Kartini Jepara* [Skripsi]. Universitas Negeri Semarang.

Nawawi, Muhamad Arsyad. 2017. *Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen di toko Mandiri*.

Pertiwi, Florentina A.T. 2018. *Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Objek Wisata Konservasi* [Skripsi]. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Thohar. Galuh Binatri. 2015. *Analisis Potensi Obyek Wisata Umbul Ngrancah di Desa Udanwuh Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Semarang*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Yullyyana. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT TIKI Palembang Jalan Letkol Iskandar No 241 B Palembang*. Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.