

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG AGROEDUWISATA ORGANIK MULYAHARJA

**Siti Aminatu Zuhria<sup>1</sup>, Lisa Ratnasari<sup>2</sup>, Farhat Umar<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sahid  
Jl. Prof. DR. Soepomo No.84, RT.7/RW.1, Menteng Dalam, Kec. Tebet, Kota Jakarta Selatan  
e-mail : <sup>1</sup>[sitiaminatuzuhria@usahid.ac.id](mailto:sitiaminatuzuhria@usahid.ac.id)

(Diterima 8 Agustus 2023/Revisi 6 Juni 2024/Disetujui 20 Mei 2026)

### ABSTRACT

*The development of the agricultural sector into agro-tourism combined with education is widely known as agro-edutourism. Agroeduwisata Organik Mulyaharja provided various facilities, facilities and infrastructure as well as organic farming educational packages. Visitors were a measure of the success and sustainability of business in the tourism sector. The number of visitors to Agroeduwisata Organik Mulyaharja still fluctuates every month. Consumer satisfaction with service was an important factor that needs attention. This study aimed to analyze visitor satisfaction with service quality including physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and care provided by Agroeduwisata Organik Mulyaharja. The research used a case study method with a sample size of 100 respondents. The sampling method used purposive sampling technique. Scale of measurement using a likert scale. Methods of data analysis using the customer satisfaction index (CSI), gap analysis (gap), and importance performance analysis (IPA). The results of the analysis showed that the CSI value was 78,64%, meaning that overall visitors were satisfied with the service performance at Agroeduwisata Organik Mulyaharja. The result of the gap analysis showed that the value (performance < expectations) was 3,41 < 3,93 with an average gap of -0,53. Based on these results, it showed that the services at Agroeduwisata Organik Mulyaharja have not fulfilled the wishes of visitors. The result of the IPA analysis showed that the attribute that was the main priority for improving Agroeduwisata Organik Mulyaharja was ease of transportation access to tourist location.*

**Keywords:** agroeduwisata, visitor satisfaction, quality of service

### ABSTRAK

Pengembangan sektor pertanian menjadi agrowisata yang digabungkan dengan edukasi banyak dikenal dengan agroeduwisata. Agroeduwisata Organik Mulyaharja menyediakan beragam fasilitas, sarana dan prasarana serta paket edukasi pertanian organik. Pengunjung menjadi salah satu tolak ukur suatu keberhasilan dan keberlangsungan usaha di sektor pariwisata. Jumlah pengunjung di Agroeduwisata Organik Mulyaharja masih fluktuatif setiap bulannya. Kepuasan pengunjung terhadap pelayanan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, keandaalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian yang diberikan Agroeduwisata Organik Mulyaharja. Penelitian menggunakan metode studi kasus dengan jumlah sampel 100 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Skala pengukuran dengan menggunakan skala *likert*. Metode analisis data menggunakan *customer satisfaction index* (CSI), analisis kesenjangan (gap), dan *importance performance analysis* (IPA). Hasil analisis menunjukkan nilai CSI sebesar 78,64% artinya secara keseluruhan pengunjung merasa puas terhadap kinerja pelayanan di Agroeduwisata Organik Mulyaharja. Hasil analisis gap diketahui bahwa nilai (kinerja < harapan) dengan nilai 3,41 < 3,93 dengan rata-rata gap sebesar -0,53. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa pelayanan di Agroeduwisata Organik Mulyaharja masih belum memenuhi keinginan pengunjung. Hasil analisis IPA diperoleh bahwa atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki Agroeduwisata Organik Mulyaharja yaitu kemudahan akses transportasi menuju lokasi wisata.

**Kata kunci:** agroeduwisata, kepuasan pengunjung, kualitas pelayanan

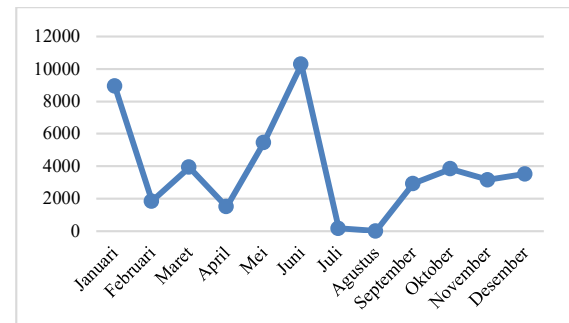
## PENDAHULUAN

Pembangunan objek wisata merupakan salah satu bentuk pembangunan yang saat ini banyak dilakukan di beberapa daerah seperti di wilayah pedesaan. Pengembangan objek wisata pedesaan mendapat perhatian khusus dari pihak pemerintah karena menjadi investasi jangka panjang sekaligus melestarikan sumber daya alam dan memberdayakan masyarakat lokal. Objek wisata di pedesaan yang memanfaatkan kegiatan atau bisnis pertanian di sebut agrowisata. Pengembangan konsep agrowisata juga dapat menjadi sarana edukasi di bidang pertanian baik bagi warga lokal maupun masyarakat luas (Budiarti et al., 2013). Konsep agrowisata yang digabungkan dengan edukasi dapat disebut agro eduwisata.

Agroeduwisata Organik Mulyaharja merupakan salah satu agrowisata berbasis edukasi yang terletak di Kampung Ciharashas, Kelurahan Mulyaharja, Kecamatan Bogor Selatan Kota Bogor. Agroeduwisata ini memiliki wilayah persawahan yang tergolong cukup luas, dengan komoditas unggulan padi organik. Beberapa fasilitas wisata di Agroeduwisata Organik Mulyaharja meliputi *trekking*, *hiking*, *spot-spot* foto, saung untuk pengunjung dan stand UMKM. Sedangkan fasilitas pendukung lainnya tersedia toilet, mushollah dan lahan parkir untuk kendaraan pengunjung. Target utama pengunjung Agroeduwisata Organik Mulyaharja adalah masyarakat umum dengan status sosial ekonomi menengah ke bawah dan tersebar di berbagai daerah dan kalangan. Data jumlah pengunjung selama tahun 2021 dapat dilihat pada Gambar 1.

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung agroeduwisata masih cukup fluktuatif, karena beberapa kali mengalami penutupan operasional dikarenakan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Pengunjung merupakan faktor utama keberlangsungan objek wisata. Semakin banyak jumlah pengunjung, maka dapat dikatakan bahwa objek wisata tersebut sudah cukup baik terutama pada kualitas pelayanan terhadap pengunjung.

Kualitas layanan secara langsung memengaruhi kepuasan pengunjung terutama pada faktor fasilitas, aksesibilitas dan daya tarik (Al-Ababneh, 2013). Kepuasan pengunjung akan sejalan dengan meningkatnya pengalaman wisata, pelaku usaha membutuhkan pemahaman yang lebih terhadap kebutuhan wisatawan dan preferensi masing-masing individu (Hurst & Niehm, 2012).



**Gambar 1. Jumlah Pengunjung Agroeduwisata Organik Mulyaharja tahun 2021**

Sumber : Internal Kelompok Penggerak Pariwisata, 2022

Analisis kepuasan pelanggan di agroeduwisata yang berbasis pertanian dan edukasi juga telah dilakukan di Taman Teknologi Pertanian (TTP) Cigombong. TTP ini dibangun oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (Balitbangtan) Cigombong dengan target konsumen atau pengunjung adalah untuk pelajar khususnya tingkat Taman Kanak-kanak (TK) sampai dengan Sekolah Dasar. TTP Cigombong dapat memerankan 2 (dua) fungsi sekaligus yaitu menjadi sarana untuk penyebaran IPTEK khususnya dibidang pertanian dan peternakan juga sebagai sarana TTP Cigombong untuk mendapatkan pendapatan. Oleh karena itu, perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan program agroeduwisata TTP Cigombong harus semakin ditingkatkan agar program agroeduwisata TTP Cigombong semakin diminati (Sari et al., 2021). Sedangkan pada penelitian (Lainatussifa et al., 2020) menganalisis kepuasan pengunjung terhadap kepercayaan pengunjung agrowisata edukasi Sentulfresh. Agrowisata ini menawarkan program *edufarm* yang tidak hanya berfokus pada dunia satwa namun juga *botanical*. Target konsumen pada penelitian ini

yaitu anak-anak di tingkat play group, TK, dan SD; namun tidak menutup kemungkinan juga menerima siswa-siswi SMP dan SMA, serta para wisatawan perorangan/keluarga maupun karyawan perkantoran. Hasil pengukuran tingkat kepuasan konsumen dengan metode *Customer Satisfaction Index* menunjukkan tingkat kepuasan pengunjung Sentulfresh pada tingkatan "puas". Namun perlu meningkatkan bauran pemasaran yang memiliki pengaruh signifikan.

Penelitian ini dilakukan di Agroeduwisata Organik Mulyaharja. Agrowisata ini memiliki konsep wisata edukasi pertanian organik dengan memanfaatkan lahan persawahan padi organik yang pengelolaannya dilakukan berbasis pada pemberdayaan masyarakat. Agroeduwisata Organik Mulyaharja memiliki target konsumen atau pengunjung untuk semua kalangan baik pelajar maupun regular/umum.

Penelitian mengenai analisis kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan di Agroeduwisata Organik Mulyaharja memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung dan mengidentifikasi tingkat kepentingan pengunjung dan tingkat kinerja di Agroeduwisata Organik Mulyaharja. Hasil penelitian dapat dijadikan bahan evaluasi dan referensi oleh pihak manajemen Agroeduwisata Organik Mulyaharja sebagai bahan perbaikan kedepannya, meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pengunjung dan mendorong peningkatan jumlah pengunjung.

## METODE

Penelitian ini dilakukan di Agroeduwisata Organik Mulyaharja. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* digunakan karena dapat mewakili populasi dari kriteria responden yang dipilih (Sari, 2023). Responden pada penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria yaitu pengunjung Agroeduwisata Organik Mulyaharja tidak termasuk *tour guide*, dan berumur 15 tahun keatas. Pengunjung diatas umur 15 tahun berada pada masa

*adolescent* yang mengalami puncak perkembangan emosi dan cenderung memperhatikan kepentingan orang lain (Elsayed 2021). Metode yang dilakukan untuk pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diambil dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan *skala likert* 1-5 yang digunakan untuk mengukur respon dari responden, yaitu skala 1 (sangat tidak setuju); 2 (tidak setuju); 3 (netral); 4 (setuju); 5 (sangat setuju). Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Metode analisis data pada penelitian ini yaitu menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI), analisis gap dan *importance performance analysis* (IPA). Teknis analisis data kuesioner yang diperoleh, kemudian dilakukan uji validitas, reliabilitas selanjutnya data instrument yang lolos dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya. Data kuesioner yang sudah di tabulasi kemudian dianalisis menggunakan uji CSI, gap dan IPA.

## CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

*Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan metode selain metode IPA merupakan analisis untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut-atribut produk dan jasa yang diukur. CSI memiliki beberapa keunggulan antara lain, mendapatkan informasi indeks kepuasan sekaligus informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki. Analisis CSI mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi. Menurut Aritonang (2005) langkah-langkah analisis CSI sebagai berikut:

- Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS):

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i I_i}{n} \quad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i S_i}{n}$$

- Menghitung *Weighted Factor* (WF), dengan rumus :

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

c. Menghitung *Weighted Score* (WS), rumus :

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\%$$

Keterangan :

n = jumlah responden

Yi = nilai harapan atribut ke i

Xi = nilai kinerja atribut ke i

P = atribut ke-p

Hs = skala maksimum (skala 5)

Berdasarkan Simamora (2000), untuk membuat skala linier numerik, pertama-tama dengan mencari rentang skala (RS) :

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Dimana :

m = Skor tertinggi

n = Skor terendah

b = Jumlah kelas yang dibuat

Rs = Rentang skala

Pada penelitian ini menggunakan rentang skalanya adalah :

$$RS = \frac{100 - 0}{5} \times 100\% = 20\%$$

Berdasarkan rentang skala tersebut, kriteria nilai CSI dilihat berdasarkan tabel berikut:

Nilai CSI	Interpretasi
0% < CSI ≤ 20%	Sangat tidak puas
20% < CSI ≤ 40%	Tidak puas
40% < CSI ≤ 60%	Cukup puas
60% < CSI ≤ 80%	Puas
80% < CSI ≤ 100%	Sangat puas

Sumber : Nurmalina dan Astuti (2012)

### IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

*Importance performance analysis* (IPA) adalah suatu bentuk metode analisis yang digunakan untuk mengukur atribut atau variabel pada tingkat kinerja dengan harapan konsumen (Simamora, 2000). Pada analisis ini banyak digunakan untuk pengembangan strategi pemasaran. Metode IPA yang digunakan untuk analisis kepuasan konsumen memiliki

beberapa kelebihan yaitu dapat menunjukkan atribut yang harus dipertahankan, ditingkatkan dan berlebihan untuk menjaga kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh relatif mudah diinterpretasikan pada kuadran diagram kartesius. Tahapan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah sebagai berikut:

1) Membandingkan skor kinerja dengan skor kepentingan untuk menentukan tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja atribut-atribut yang diteliti. Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan adalah:

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

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian

Xi = Skor Kinerja

Yi = Skor Kepentingan

2) Menghitung rata-rata penilaian pada setiap atribut dengan menggunakan rumus :

$$Xi = \frac{\sum Xi}{n} \quad Yi = \frac{\sum Y}{n}$$

Keterangan :

Xi = Skor rata-rata kinerja atribut i

Yi = Skor rata-rata kepentingan atribut

n = Jumlah responden

3) Menentukan batas diagram kartesius yaitu dengan menghitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan dan kinerja dengan menggunakan rumus :

$$X = \frac{\sum Xi}{K} \quad Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

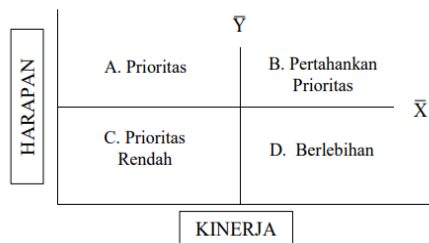
Keterangan :

X̄ = rata-rata skor tingkat kinerja

Ȳ = rata-rata tingkat kepentingan

K = banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung

4) Menginterpretasikan masing-masing atribut pada kuadran diagram kartesius seperti pada ilustrasi berikut:



Keterangan:

Y : tingkat harapan konsumen.

X : tingkat kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan.

$\bar{Y}$  : skor rata-rata seluruh faktor tingkat kepentingan konsumen.

$\bar{X}$  : skor rata-rata dari seluruh faktor tingkat kinerja pelayanan perusahaan

**Gambar 2. Diagram Kartesius**

Keterangan pemetaan diagram kartesius:

1. Kuadran A : atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan tingkat kepentingannya diatas rata-rata, akan tetapi kurang mendapatkan perhatian dari pihak perusahaan, sehingga konsumen belum puas karena tingkat kinerja masih dibawah rata-rata tingkat harapan konsumen.
2. Kuadran B : atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan tingkat kinerja dianggap konsumen sudah diatas rata-rata, dan dilaksanakan dengan baik oleh pihak perusahaan, sehingga konsumen puas.
3. Kuadran C : atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan perusahaan dilakukan dengan pas-pasan dan tidak dianggap sebagai suatu yang penting oleh konsumen.
4. Kuadran D : atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan perusahaan dilakukan dengan sangat baik, akan tetapi tidak dianggap begitu penting oleh pihak perusahaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### GAMBARAN UMUM AGROEDUWISATA ORGANIK MULYAHARJA

Agroeduwisata Organik Mulyaharja didirikan pada tahun 2017 dengan jenis lapangan usaha berupa tempat wisata berbasis

kemasyarakatan, dan terletak di Kampung Ciharashas, Kelurahan Mulyaharja, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor. Agroeduwisata Organik Mulyaharja merupakan objek wisata berbasis pertanian dan edukasi pertanian dengan potensi keunggulannya berupa padi organik, yang dikelola Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar) Mulyaharja. Agroeduwisata Organik Mulyaharja memiliki beberapa paket wisata meliputi paket edukasi pertanian organik, *trekking*, *camping ground*, *prewedding* dan paket *meeting*. Selain itu, beberapa fasilitas di Agroeduwisata Organik Mulyaharja yang menjadi daya dukung wisata yaitu saung, *spot* foto, saungcoffe Id, sentra UMKM, musholla, jalur *trekking* dan *homestay*.

### KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik pengunjung pada penelitian ini adalah karakteristik demografi pengunjung yang terdiri dari jenis kelamin, usia, domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan dan jumlah pendapatan/uang saku perbulan. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan syarat responden berusia minimal 15 tahun dan sudah mengunjungi Agroeduwisata minimal satu kali.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

	Karakteristik	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	37
	Perempuan	63
Usia	15-25	20
	25-35	23
	Lebih dari 35	57
Pendidikan	SD/SMP	7
	SMA	64
	Akademik (D1/D2/D3)	10
	Perguruan Tinggi (S1/S2/S3)	20
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	17
	Pegawai negeri/BUMN	7
	Pegawai swasta	47
	Ibu Rumah Tangga	30
	≤ Rp 1.000.000	27
Pendapatan	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	27
	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	40
	Rp 6.000.000 - Rp 10.000.000	7
	≥ Rp10.000.000	0
Domisili	Bogor	77
	Luar Bogor	23

Sumber: Data diolah, 2023

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG

Tingkat kepuasan konsumen menjadi salah satu atribut untuk menentukan sasaran mangsa pasar di masa yang akan datang. Salah metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pengunjung adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Pengunjung akan puas apabila kinerja pelayanan sesuai dengan harapan, dan merasa kecewa bila kinerja tidak sesuai dengan harapannya. Berdasarkan hasil pengolahan data, berikut hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara skor rata-rata harapan dan kinerja yang dapat dilihat pada Tabel 2 berikut :

**Tabel 2. Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Harapan**

No	Variabel	Ki- nerja	Ha- rapan	Tingkat Kese- suaian (%)
1	Pegawai yang sopan dan ramah	3,37	3,83	87,83
2	Pegawai cepat dan tanggap dalam melayani pengunjung	3,67	3,83	95,65
3	Pegawai responsive dalam menangani keluhan pengunjung	3,47	4,03	85,95
4	Pegawai mampu memberikan informasi terkait fasilitas dan sarana prasarana yang ditawarkan kepada pengunjung	3,50	3,83	91,30
5	Akses transportasi cukup mudah	2,40	3,90	61,54
6	Pegawai selalu memberikan pelayanan yang terbaik	3,33	3,87	86,21
7	Keamanan transaksi	3,60	3,97	90,76
8	Fasilitas, sarana dan prasarana yang bersih, nyaman dan memadai	3,63	3,83	94,78
9	Bangunan dan tata letak fasilitas yang baik	3,40	4,03	84,30
10	Harga tiket masuk yang terjangkau	3,67	4,17	88,00
11	Harga makanan dan minuman di lokasi agroeduwisata sesuai dengan kualitas (rasa dan penyajian) yang diharapkan	3,43	3,93	87,29
12	Pegawai terampil dalam melakukan pelayanan ke pengunjung	3,40	3,93	86,44
Total		40,87	47,17	

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa tingkat kesesuaian antara kinerja dengan harapan sudah lebih dari 50% yang menunjukkan bahwa pengunjung cukup puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pengelola obyek wisata Agroeduwisata Organik Mulyaharja. Atribut yang memiliki persentase tertinggi yaitu pegawai cepat dan tanggap dalam melayani pengunjung sebesar 95,65%, dan persentase terendah terdapat pada atribut akses transportasi cukup mudah sebesar 61,54%.

Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa pelayanan di Agroeduwisata Organik Mulyaharja sudah baik dan perlu dipertahankan. Akses transportasi ke tempat wisata tidak besar dan cenderung sempit hanya masuk satu mobil, tidak bisa diakses bus pariwisata sehingga menyulitkan rombongan wisatawan yang menggunakan bus dikarenakan lokasi wisata yang masih di pedesaan, sehingga akses jalannya pun masih belum maksimal. Hal ini sesuai dengan penelitian Indrayanti *et.al* (2019) yang menyatakan bahawa atribut layanan yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung meliputi variasi motor, fasilitas yang memadai dan infrastruktur termasuk akses jalan menuju lokasi wisata.

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG

Hasil uji kepuasan pengunjung dapat dilihat pada Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai CSI diperoleh 78,64% terdapat pada rentang 76% - 85% (Tabel 3), yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengunjung sudah puas dengan pelayanan di Agroeduwisata Organik Mulyaharja. Nilai CSI maksimal adalah 100%, dan jika nilai CSI melebihi 60% maka kinerja pelayanan sudah baik sesuai dengan harapan pelanggan (Sukardi & Chandrawatisma, 2006). Hasil CSI menunjukkan bahwa terdapat 21,36% pengunjung merasa tidak puas dengan pelayanan Agroeduwisata Organik Mulyaharja. Oleh karena itu, manajemen pelayanan Agroeduwisata Organik Mulyaharja perlu terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar pengunjung secara keseluruhan sangat puas

dengan kinerjanya. Kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek penting dalam keberhasilan suatu usaha (Gandhy, 2018). Ukuran kepuasan bagi pengunjung menjadi hal yang sangat penting bagi pengelola usaha untuk mendapatkan *feedback* dari pengunjung, karena ketika pengunjung puas dapat membentuk loyalitas bagi pengunjung (Hersanty *et al.* 2023). Beberapa atribut kepuasan nilai CSI sudah baik, akan tetapi agroeduwisata perlu memperbaiki dan meningkatkan kualitas kinerja pada atribut yang masih dianggap kurang baik oleh pengunjung karena masih adanya kesenjangan antara harapan dan kinerja yang sudah ada.

**Tabel 3. Hasil Perhitungan CSI**

No	Variabel	MIS	MSS	MFS	WS (%)
1	Pegawai yang sopan dan ramah	3,37	3,83	8,24	31,58
2	Pegawai cepat dan tanggap dalam melayani pengunjung	3,67	3,83	8,97	34,39
3	Pegawai responsive dalam menangani keluhan pengunjung	3,47	4,03	8,48	34,21
4	Pegawai mampu memberikan informasi terkait fasilitas dan sarana prasarana yang ditawarkan kepada pengunjung	3,50	3,83	8,56	32,83
5	Akses transportasi cukup mudah	2,40	3,90	5,87	22,90
6	Pegawai selalu memberikan pelayanan yang terbaik	3,33	3,87	8,16	31,54
7	Keamanan transaksi	3,60	3,97	8,81	34,94
8	Fasilitas, sarana dan prasarana yang bersih, nyaman dan memadai	3,63	3,83	8,89	34,08
9	Bangunan dan tata letak fasilitas yang baik	3,40	4,03	8,32	33,56
10	Harga tiket masuk yang terjangkau	3,67	4,17	8,97	37,38
11	Harga makanan dan minuman di lokasi agroeduwisata sesuai dengan kualitas (rasa dan penyajian) yang diharapkan	4,34	3,93	8,40	33,05
12	Pegawai terampil dalam melakukan pelayanan ke pengunjung	3,40	3,93	8,32	32,72
Total		40,87	47,1		393,19
Nilai CSI					78,64

Sumber : Data diolah, 2023

Analisis kesenjangan (*gap*) adalah analisis yang menemukan perbedaan antara tingkat kinerja dan harapan. Nilai *gap* positif berarti atribut tersebut telah memenuhi kepuasan pengunjung, sedangkan nilai negatif menunjukkan bahwa properti tersebut belum memenuhi kepuasan pengunjung. Hasil analisis kesenjangan ditunjukkan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Hasil Analisis Gap Tingkat kinerja dan Harapan**

No	Variabel	Kinerja	Harapan	GAP
1	Pegawai yang sopan dan ramah	3,37	3,83	-0,47
2	Pegawai cepat dan tanggap dalam melayani pengunjung	3,67	3,83	-0,17
3	Pegawai responsive dalam menangani keluhan pengunjung	3,47	4,03	-0,57
4	Pegawai mampu memberikan informasi terkait fasilitas dan sarana prasarana yang ditawarkan kepada pengunjung	3,50	3,83	-0,33
5	Akses transportasi cukup mudah	2,40	3,90	-1,50
6	Pegawai selalu memberikan pelayanan yang terbaik	3,33	3,87	-0,53
7	Keamanan transaksi	3,60	3,97	-0,37
8	Fasilitas, sarana dan prasarana yang bersih, nyaman dan memadai	3,63	3,83	-0,20
9	Bangunan dan tata letak fasilitas yang baik	3,40	4,03	-0,63
10	Harga tiket masuk yang terjangkau	3,67	4,17	-0,50
11	Harga makanan dan minuman di lokasi agroeduwisata sesuai dengan kualitas (rasa dan penyajian) yang diharapkan	4,34	3,93	-0,50
12	Pegawai terampil dalam melakukan pelayanan ke pengunjung	3,40	3,93	-0,53
Rata - rata		3,41	3,93	-0,53

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa tingkat kinerja yang dirasakan pengunjung lebih rendah dari tingkat minat pengunjung (*kinerja < harapan*). Nilai harapan rata-rata yang didapatkan sebesar 3,93 sedangkan nilai kinerja rata-rata sebesar 3,41 sehingga memiliki nilai *gap* negatif. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pengunjung belum tercapai secara keseluruhan dengan tingkat keti-

dakpuasan yang relatif kecil terhadap harapan. Jika kinerja < harapan berarti pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan tingkat kepentingannya dan tidak dapat sepenuhnya memuaskan keinginan pengunjung (Pratiwi & Yuliawati, 2019).

Nilai kinerja < harapan dikarenakan masih adanya nilai gap negatif yang terbentuk dan nilai ini menunjukkan bahwa pihak manajemen Agroeduwisata Organik Mulyaharja harus senantiasa memperbaiki kinerja. Hal ini dapat dilihat dari ketidakpuasan terbesar pada atribut kemudahan akses transportasi. Atribut ini memiliki gap terbesar yaitu -1,50. Nilai ini didapatkan dari nilai kinerja sebesar 2,40 yang berarti pihak manajemen agroeduwisata belum memberikan info terkait akses transportasi mudah bagi para pengunjung padahal nilai harapan pengunjung sebesar 3,90 yang menunjukkan bahwa pihak manajemen agroeduwisata seharusnya memberikan info terkait akses transportasi yang cukup mudah.

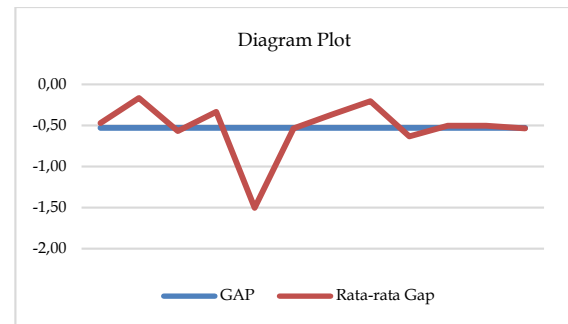
AEWO Mulyaharja berlokasi di Kelurahan Mulyaharja dengan jarak tempuh dari ikon Kota Bogor sekitar 10,3 km atau sekitar 30 menit dengan menggunakan kendaraan beroda empat. Namun, akses ke lokasi agrowisata menumpuh jalan yang cukup sempit karena berada di area perkampungan, sehingga ketika ada pengunjung dalam jumlah banyak atau bersifat rombongan dengan menggunakan kendaraan besar atau bus masih cukup sulit. Perbaikan akses menuju lokasi wisata dapat dilakukan dengan memperbaiki akses lokasi dengan mengutamakan sumber daya lokal dan pemberdayaan masyarakat dengan menyediakan angkutan umum dan rute khusus menuju lokasi agrowisata.

Berdasarkan hasil analisis gap, terdapat gap yang bernilai negatif antara tingkat kinerja dengan tingkat harapan pengunjung karena nilai rata-rata yang lebih rendah yaitu -0,53. Nilai numerik gap ini menunjukkan bahwa pengunjung tidak puas dengan pelayanan Agroeduwisata Organik Mulyaharja.

Berdasarkan hasil penelitian Pratiwi & Yuliawati (2019) diperoleh nilai gap positif yang menunjukkan adanya kesesuaian antara

kinerja pelayanan dengan harapan pengunjung. Semakin besar nilai gap pada *service gap* berarti semakin buruk pelayanan yang diberikan (Suprihatin *et al.*, 2017). Selain itu, semakin besar skor kesenjangan maka atribut tersebut semakin diprioritaskan untuk diperbaiki (Oktaviani & Suryana, 2016).

Berdasarkan analisis gap, identifikasi atribut yang perlu diperbaiki dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3. Diagram Plot Gap Bobot Kinerja dan Harapan**

Berdasarkan Gambar 3 dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan Agroeduwisata Organik Mulyaharja masih di bawah harapan pengunjung. Beberapa atribut dengan nilai gap di bawah rata-rata merupakan atribut yang perlu diprioritaskan untuk segera diperbaiki. Beberapa atribut ini adalah nomor atribut:

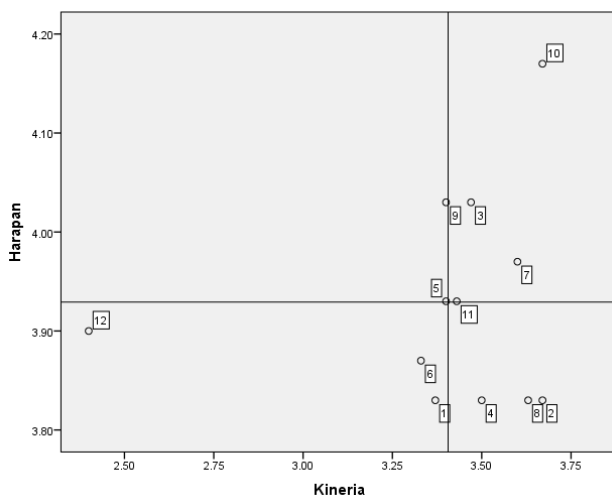
1. Pegawai yang sopan dan ramah (No.01)
2. Akses transportasi yang cukup mudah (No.05)
3. Pegawai selalu memberikan pelayanan yang terbaik (No.06)
4. Bangunan dan tata letak fasilitas yang baik (No. 09)
5. Pegawai terampil dalam melakukan pelayanan ke pengunjung (No. 12)

Beberapa atribut tersebut perlu dilakukan perbaikan dengan menentukan skala prioritas dalam memperbaikinya supaya pengunjung merasa puas. Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang baik akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan (Intan *et al.*, 2019). Upaya dalam meningkatkan kepuasan pengunjung perlu untuk membentuk

loyalitas pengunjung. Hal ini dikarenakan semakin banyak jenis destinasi wisata sejenis yang ada di sekitar Agroeduwisata Organik Mulyaharja sehingga menjadikan semakin banyak pilihan tujuan wisata.

Agroeduwisata Organik Mulyaharja dituntut untuk selalu memberikan inovasi baru terhadap atraksi maupun atribut agar dapat menarik pengunjung. Hal ini sesuai penelitian Stevianus (2014) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung. Kepuasan saja tidak cukup untuk membentuk loyalitas konsumen, berdasarkan data deskriptif responden menyatakan puas tetapi kepuasan itu tidak menyebabkan mereka tidak mau untuk lebih, tidak berkeinginan membeli lebih banyak produk dan mereka juga masih mempertimbangkan untuk pindah (Soelasih, 2017).

Berdasarkan hasil nilai rata-rata tingkat harapan dan kinerja yang telah diketahui, selanjutnya dilakukan interpretasi pada kuadran diagram kartesius untuk mengetahui penempatan posisi atribut pelayanan. Hasil pemetaan pada masing-masing atribut dapat dilihat pada Gambar 4 berikut



**Gambar 4. Grafik Hasil Pemetaan Atribut**

Berdasarkan Gambar 4, dapat diketahui bahwa atribut yang berkaitan dengan pelayanan di Agroeduwisata Organik Mulyaharja dapat dikelompokkan dalam masing - masing kuadran sebagai berikut :

#### **Kuadran I : Prioritas**

1) Akses transportasi cukup mudah  
Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting namun kondisi pada saat ini belum memuaskan bagi pengunjung Agroeduwisata Organik Mulyaharja sehingga pihak manajemen harus mengupayakan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja pada berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan agar minat pengunjung untuk datang berkunjung dapat terus ditingkatkan.

#### **Kuadran II : Pertahankan Kinerja**

- 1) Pegawai responsive dalam menangani keluhan pengunjung
- 2) Keamanan transaksi
- 3) Bangunan dan tata letak fasilitas yang baik
- 4) Harga tiket masuk yang terjangkau

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan pengunjung Agroeduwisata Organik Mulyaharja. Pihak manajemen wisata berkewajiban mempertahankan kinerja yang sudah dicapai.

#### **Kuadran III : Prioritas Rendah**

- 1) Pegawai yang sopan dan ramah
- 2) Pegawai selalu memberikan pelayanan yang terbaik
- 3) Pegawai terampil dalam melakukan pelayanan ke pengunjung

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dinilai kurang penting oleh pengunjung Agroeduwisata Organik Mulyaharja akan tetapi telah dilakukan dengan baik oleh manajemen Agroeduwisata Organik Mulyaharja.

#### **Kuadran IV : Cenderung berlebihan**

- 1) Pegawai cepat dan tanggap dalam melayani pengunjung

- 2) Pegawai mampu memberikan informasi terkait fasilitas dan sarana prasarana yang ditawarkan kepada pengunjung
- 3) Fasilitas, sarana dan prasarana yang bersih, nyaman dan memadai
- 4) Harga makanan dan minuman di lokasi agroeduwisata sesuai dengan kualitas (rasa dan penyajian) yang diharapkan.

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sudah sangat memuaskan, sehingga pihak manajemen Agroeduwisata Organik Mulyaharja perlu mempertahankan dan menyesuaikan dengan kondisi saat ini. Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada kelima variabel kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian—mendapatkan skor kepuasan cukup tinggi sebesar 78,64%, yang menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Namun, analisis gap menunjukkan selisih negatif rata-rata -0,53 antara kinerja dan harapan, mengindikasikan beberapa aspek layanan belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi. Pada variabel bukti fisik dan variabel keandalan mendapat penilaian baik, meski masih perlu peningkatan terutama pada fasilitas umum dan konsistensi layanan. Variabel daya tanggap serta variabel jaminan menunjukkan respons dan kepercayaan yang cukup, namun perbaikan tetap diperlukan. Pada variabel kepedulian, perhatian personal dirasa kurang optimal. Analisis IPA mengidentifikasi akses transportasi sebagai prioritas utama perbaikan karena kepentingannya tinggi namun kinerjanya masih rendah. Dengan demikian, meskipun kepuasan sudah baik, perbaikan pada faktor-faktor tersebut penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pengunjung.

### IMPLIKASI MANAJERIAL

Implikasi manajerial ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis bagi pengelola dalam meningkatkan kepuasan, loyalitas pengunjung, serta daya

saing Agroeduwisata Organik Mulyaharja secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat dilakukan oleh pengelola Agroeduwisata Organik Mulyaharja, yaitu:

- (1) Prioritas perbaikan akses transportasi melalui kerjasama dengan pemerintah daerah dan masyarakat setempat, seperti penyediaan shuttle, penambahan rambu petunjuk arah, serta optimalisasi informasi rute digital.
- (2) Peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan service excellence, hospitality, dan penanganan keluhan pengunjung secara berkala.
- (3) Penguatan kualitas fasilitas fisik melalui perawatan berkala, penataan ulang layout fasilitas, serta peningkatan kenyamanan area istirahat pengunjung
- (4) Pengembangan strategi pengalaman pengunjung (visitor experience) melalui inovasi paket edukasi, kegiatan interaktif pertanian organik, dan promosi berbasis media sosial.
- (5) Evaluasi kinerja layanan secara periodik melalui survei kepuasan pengunjung sehingga perbaikan layanan dapat dilakukan secara berkelanjutan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Secara umum pengunjung Agroeduwisata Organik Mulyaharja sudah puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak manajemen Agroeduwisata Organik Mulyaharja yaitu pada tingkat 78.64% artinya secara keseluruhan pengunjung merasa puas terhadap kinerja pelayanan di Agroeduwisata Organik Mulyaharja. Hasil analisis gap diketahui bahwa nilai (kinerja < harapan) dengan nilai  $3.41 < 3.93$  dengan rata-rata gap sebesar -0.53 artinya pelayanan yang diberikan belum memenuhi keinginan pengunjung. Atribut yang sebaiknya menjadi perhatian paling utama di Agroeduwisata Organik Mulyaharja untuk segera diperbaiki yaitu akses transportasi yang mudah menuju Agroeduwisata Organik Mulyaharja.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diberikan beberapa saran diantaranya pihak manajemen sebaiknya memprioritaskan atribut-atribut yang belum optimal untuk segera diperbaiki berupa akses transportasi yang mudah, meningkatkan kesopanan dan keramahan pegawai serta memberikan pelayanan yang terbaik. Selain itu, pihak manajemen agroeduwisata perlu mengevaluasi perbaikan kinerja dan terus meningkatkan kualitas kinerja dengan selalu berinovasi meningkatkan kualitas atribut yang berbeda dengan yang lain. Hal ini bertujuan agar tingkat kepuasan pengunjung semakin tinggi dan mendapatkan loyalitas pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ababneh, M. (2013). Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(12), 164-177, <https://ijcrb.webs.com/>
- Aritonang L R. 2005. Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Budiarti, T., Suwanto. & Muflikhati, I. (2013) Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat pada Usahatani Terpadu guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani dan Keberlanjutan Sistem Pertanian. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 18(3), 200-207. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/JIPI/article/view/8398>
- Elsayed, W. 2021. The negative effects of social media on the social identity of adolescents from the perspective of social work. *Heliyon*. 7(2):e06327. <https://doi:10.1016/j.heliyon.2021.e06327>.
- Hersanty, D.A.N., Farmayanti, N., & Dewi, T. G. (2023). Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Restoran Bakso Bakwan Malang. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(2), 326-340. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.2.326-340>
- Hurst, J. L., & Niehm, L, S. (2012). Tourism shopping in rural markets: A case study in rural Iowa. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 6(3), 194-208. <https://doi.org/10.1108/17506181211246357>
- Gandhy, A. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Dunkin Donuts Gading Serpong. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 2(2), 135-146. <https://doi.org/10.30988/jmil.v2i2.34>
- Intan, D. R., Setiawan, B., & Shinta, A. (2019). Analysis of the Relationship Between E-Service Quality, Customer Satisfaction, and Consumer Behavioral Intentions: a Case Study of Online-Based Agribusiness Companies in Malang City. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 85(1), 113-120. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-01.13>
- Indrayanti, T., Jamhari, Mulyo, J. H., & Masyhuri. (2019). The analysis of community based agrotourism customer satisfaction in Yogyakarta. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 10(8), 1796-1806. [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.8\(40\).10](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.8(40).10)
- Lainatussifa., Priatna B.W., & Suwarsih, K.H. 2020. Analisis Kepuasan dan Kepercayaan Pengunjung Agrowisata Edukasi Sentulfresh, Kabupaten Bogor. *Forum Agribisnis (Agribusiness forum)*. 11(1), 45-64. DOI: <https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.45-64>
- Nurmalina, R dan Astuti, E. P. 2012. Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen terhadap Beras di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur. *Jurnal Sains Terapan*. 1(1), 42-47. DOI: <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jstsv/article/view/28242/18015>
- Oktaviani, R. W., & Suryana, R. N. (2016). Analisis kepuasan pengunjung dan pengembangan fasilitas wisata agro (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor). *J. Agro Ekonomi*, 24(1), 41-58.

<https://doi.org/10.21082/jae.v24n1.2006.41-58>

- Pratiwi, T. V., & Yuliawati. (2019). Analisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap kinerja dan tingkat kepentingan pengunjung pada objek wisata Agro Hortimart Agro Center Bawen, Kabupaten Semarang. *J. AGRIKA Ilmu-Ilmu Pertanian*, 13(1), 59-71. <https://doi.org/10.31328/ja.v13i1.990>
- Sari, S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Koperasi di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(2), 381-394. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.2.381-394>
- Simamora, B. (2000). Panduan Riset Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama.
- Sukardi, & Chandrawatisma, C. (2006). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Produk Corned Pronas Produksi PT CIP, Denpasar Bali. *J. Teknik Industri Pertanian*, 18(2), 106-117. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalnaltin/article/view/4756>
- Suprihatin, D. N., Sutrisno, J., & Riptanti, E. W. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada taman agrowisata sondokoro PTPN IX Karangayar. *J. AGRISTA*, 5(3), 313-323.
- Soelasih, Y. (2017). Kepuasan Konsumen Tidak Selalu Membentuk Loyalitas. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 363-380. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.257>
- Stevianus. 2014. Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *J. Ekonomi Bisnis*. 19 (3) : 39-48. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ekbis/article/view/1167>