ECSOFiM: Journal of Economic and Social of Fisheries and Marine. 2018. 06(01): 23-37 e-ISSN: 2528-5939
Permalink/DOI: http://dx.doi.org/10.21776/ub.ecsofim.2018.006.01.03

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION LEVEL IN TAMAN WISATA ALAM (TWA) ANGKE KAPUK NORTH JAKARTA

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP TAMAN WISATA ALAM (TWA) ANGKE KAPUK JAKARTA UTARA

Arina Try Silvia* [1)] and Harsuko Riniwati [3)]

[1,2,3)] Fisheries and Marine Science Faculty, Brawijaya University
Veteran Street, Malang

Received: September 21, 2018/Accepted: October 30, 2018

ABSTRACT

One of the potential natural beauty which belong to Indonesia country is Taman Wisata Alam (TWA), which presents mangrove ecotourism. Located in Administration City of North Jakarta, its location in Kamal Muara village, a lush mangrove ecosystem with an area 99.82 ha. The purposes of this study are identifying the characteristics of visitors, examining the stages of the process in making decision of the visitors, analysing the responses of visitors toward the attributes, and analysing the satisfaction level of visitors toward the attributes were offered by Manager. The research method was quantitative by taking samples incidentally. The conclusions of this research are the characteristics of visitors based on gender, age, education, occupation, marital status, income per month, and domicile of the visitor; the process in making trip decision through the 5 stages; from the results of the IPA (Importance Performance Analysis) indicates the attributes that have good performance and are able to provide a satisfaction are the attributes in quadrants II and attributes that are judged as vital but the execution or performance of the attributes are still low for the consumers (lies in quadrant I), visitors in Taman Wisata Alam Angke Kapuk overall showed that the visitors satisfaction index toward the attributes were analyzed in the mount of 68.08%.

Keywords: mangrove ecotourism, touring decision process, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI).

ABSTRAK

Salah satu potensi keindahan alam yang dimiliki Negara Indonesia adalah taman wisata alam, yang menyajikan ekowisata mangrove. Berada di Kota Administrasi Jakarta Utara tepatnya di Kelurahan Kamal Muara sebuah ekosistem mangrove yang masih rimbun dengan luas 99,82 ha. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi karakteristik pengunjung, mengkaji tahapan proses pengambilan keputusan pengunjung, menganalisis tanggapan pengunjung terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh pihak pengelola, dan menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap atribut yang ditawarkan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengambilan sampel secara incidental. Kesimpulan penelitian ini adalah: Karakteristik pengunjung berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, status pernikahan, pendapatan per bulan, dan domisili pengunjung, Proses pengambilan keputusan berwisata yang melalui 5 tahapan, dari hasil IPA (*Importance Performance Analysis*) menunjukan atribut yang memiliki kinerja yang baik dan mampu memberikan kepuasan adalah atribut yang berada pada kuadran II dan atribut yang dinilai penting namun pelaksanaan atau kinerja atribut masih rendah oleh konsumen (terletak pada kuadran I), Pengujung Taman Wisata Alam Angke Kapuk secara keseluruhan menunjukan bahwa indeks kepuasan pengunjung terhadap atribut-atribut yang dianalisis adalah puas yaitu sebesar 68,08%.

Kata kunci: ekowisata mangrove, proses keputusan berwisata, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI).

* *Corresponding author: Arina Try Silvia,*
Fisheries and Marine Science Faculty, Brawijaya University,Veteran Street, Malang

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki panjang pantai mencapai 104.000 km dengan laut berdasarkan UNCLOS 1982 mencapai 284.210,9 km^2 laut territorial, 2.981.211 km^2 ZEEI, dan 279.322 km^2 laut 12 mil. Potensi tersebut menempatkan Negara Indonesia memiliki sumber daya kelautan yang besar baik keanekaragaman hayati dan non hayati. Salah satu sumber daya perikanan hayati Indonesia yang potensial adalah taman wisata alam yang berupa hutan mangrove (KKP, 2014).

Seorang konsumen mungkin mengalami berbagai tingkat kepuasan, yaitu bila produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi, maka konsumen tersebut akan merasa tidak puas. Namun bila terjadi sebaliknya yaitu produk sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa puas sehingga suatu saat akan mengkonsumsi kembali produk tersebut. Konsumen yang puas adalah konsumen yang akan berbagi kepuasan dengan produsen. Bahkan, konsumen yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan konsumen lain. Ini akan menjadi referensi bagi restoran cepat saji. Oleh karena itu, baik konsumen maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi (Mandasari, 2011).

Patimah, S (2016), menyatakan bahwa hubungan kualitas layanan dengan kepuasan pengguna benih, yang dapat dipandang dari dua hal yang saling berkaitan erat yaitu harapan pengguna terhadap kualitas layanan dan persepsi pengguna terhadap kualitas layanan. Pengguna selalu menilai suatu layanan yang diterima untuk dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Taman wisata alam merupakan kawasan konservasi alam, namun dapat dimanfaatkan untuk kegiatan wisata dan rekreasi. Salah satu bagian dari taman wisata alam ini adalah hutan mangrove sebagai hutan lindung dengan komunitas vegetasi pantai tropis, hidup di dalam kawasan yang lembab dan berlumpur yang dipengaruhi oleh pasang surut air laut. Menurut Harahab (2010) pengertian hutan mangrove adalah pohon-pohonan yang tumbuh di daerah pantai (pesisir), baik daerah yang dipengaruhi oleh pasang surut air laut atau ekosistem pesisir. Lebih lanjut dijelaskan bahwa pengertian mangrove sebagai hutan payau atau hutan bakau adalah pohon-pohonan yang tumbuh di daerah payau pada tanah alluvial atau pertemuan air laut dan air tawar di sekitar muara sungai. Istilah bakau sendiri digunakan untuk jenis-jenis tumbuhan dari genus *Rhizopora*. Sehingga istilah mangrove sebenarnya lebih tepat digunakan untuk suatu kawasan hutan yang terdiri dari berbagai ragam tumbuhan atau hutan tersebut bukan hanya bakau saja.

Pemanfaatan mangrove sebagai ekowisata berbeda dengan wisata lain sebab pemanfaatannya diharapkan dapat menghasilkan sebuah kegiatan industri wisata yang mampu memberikan peran dalam konservasi lingkungan hidup. Sehingga pemanfaatan ekowisata mangrove ini diharapkan tidak hanya menghasilkan dari segi pendapatan saja melainkan juga kelestarian/keberlanjutan (Hakim, 2004). Taman Wisata Alam Angke Kapuk merupakan salah satu kawasan wisata dan pelestarian yang dimanfaatkan untuk kegiatan wisata alam khususnya dalam kegiatan menikmati hamparan ekosistem hutan mangrove yang terletak di Kota Madya Jakarta Utara tepatnya di Kecamatan Penjaringan, Kelurahan Kamal Muara.

Peningkatan jumlah pengunjung di Taman Wisata Alam (TWA) Angke Kapuk sebanding dengan peningkatan frekuensi pengambilan keputusan pengunjung ke taman wisata alam tersebut. Salah satu strategi mempertahankan pengunjung dengan memberikan kepuasan yang tinggi melalui peningkatan kualitas dan memberikan pelayanan yang baik melalui atribut-atribut yang ditawarkan. Pengelola objek wisata harus melihat pengunjung sebagai faktor yang menentukan dan menjadi prioritas utama dalam menjaga eksistensi objek wisata.

Berdasarkan analisis dengan menggunakan Partial Least Square maka dapat diketahui bahwa daya tarik wisata TWA Angke Kapuk dipengaruhi secara langsung oleh keindahan dan secara tidak langsung dipengaruhi oleh kesejukan dan kebersihan lokasi wisata. Indikator kebersihan, keamanan, ketertiban dan keamanan menjadi faktor pendorong terciptanya keindahan dan kesejukan TWA Angke Kapuk (Fitriana, V. 2017).

Upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar adalah dengan cara menganalisis perilaku konsumen melalui pemahaman karakteristik konsumen, keputusan berwisata, serta kesesuaian antara atribut yang ditawarkan dan yang dibutuhkan oleh pengunjung sehingga mampu memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi pengunjung. Diharapkan dengan memahami karakteristik, kebutuhan dan keinginan konsumen, maka Taman Wisata Alam (TWA) Angke Kapuk dapat memberikan kepuasan yang maksimal bagi konsumennya. Menurut Wanti, LW (2014), pendapatan wisata berpengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan wisata karena semakin tinggi pendapatan wisatawan akan meningkatkan alokasi untuk kegiatan wisata. Selain itu, responden rata-rata memiliki jumlah tanggungan sebanyak tiga orang, jumlah ini masih tergolong sedikit sehingga memungkinkan untuk melakukan kegiatan wisata.

Pentingnya penelitian yang untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung suatu taman wisata, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Taman Wisata Alam (TWA) Angke Kapuk Jakarta Utara”. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk: (1) mengidentifikasi karakteristik pengunjung Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara; (2) mengkaji tahapan proses pengambilan keputusan pengunjung ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara; (3) menganalisis tanggapan pengunjung terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh pihak Pengelola Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara; (4) menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh pihak pengelola Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Taman Wisata Alam Angke Kapuk, Kecamatan Penjaringan, Kelurahan Kamal Muara, Kota Administrasi Jakarta Utara. Penelitian dilakukan pada tanggal 14-22 Januari 2017 pada hari Sabtu dan Minggu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Linear Time Function*. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan jumlah sampel 45 responden.

Analisis tingkat kepentingan dan kinerja restoran diperoleh dengan cara menghitung skor penilaian tiap atribut. Tingkat kepuasan konsumen merupakan hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan, skor inilah yang akan menentukan skala prioritas untuk perbaikan (Yola dan Budianto, 2013).

Pada penelitian ini menggunakan beberapa atribut sebagai penentu keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk. Atribut didefinisikan sebagai karakteristik yang membedakan merek ataupun kategori produk lain dan dapat juga sebagai faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembelian sesuatu merek ataupun kategori produk, yang melekat pada produk atau menjadi bagian produk itu sendiri (Simamora 2004). Terdapat lima penentu mutu jasa yang membantu penentuan atribut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yaitu *Tangibles, Responsiveness, Reliability, Assurance,* dan *Empathy* (Kotler, 2005).

Metode pengumpulan data dari responden dengan melakukan survei melalui kuisioner. Metode analisis data yang digunakan analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2011), analisis deskriptif adalah analisis statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui karakteristik pengunjung, proses pengambilan keputusan pengunjung dalam berwisata ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk, dan beberapa rekomendasi pengelolaan yang dapat diberikan sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Pengelompokan karakteristik pengunjung meliputi data demografi seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan tingkat pendapatan.

Sementara analisis pada tahapan keputusan berwisata meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Analisis ini dipilih karena mampu mendeskripsikan proses keputusan pembelian yang tengah berlangsung ketika penelitian dilakukan. Jawaban-jawaban dalam kuesioner akan ditabulasikan dalam sebuah tabel, dipersentase kemudian akan menunjukkan jawaban responden yang dominan mengenai karakteristik konsumen serta perilaku keputusan pembelian.

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan alat analisis untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan *(perceived performance)* pada masing-masing atribut tersebut (Tjiptono, 2011). Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan suatu teknik penerapan yang praktis untuk mengukur atribut dari tingkat pelaksanaan dan kepentingan atribut itu sendiri serta merupakan dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan tentang tindakan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja perusahaan demi

meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun langkah-langkah dalam pengukuran *Importance Performace Analysis* (IPA):

1. Menghitung tingkat kesesuaian (Tki) antara kepentingan/harapan (Y) dan kinerja (X)

$$Tki = \frac{Xi}{Yi}\ x\ 100\% \quad (1)$$

Keterangan:
Tki = Tingkat kesesuaian responden
Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan
Yi = Skor penilaian harapan pelanggan

2. Menghitung skor rata-rata bobot untuk kinerja (X) dan skor rata-rata bobot untuk kepentingan (Y)

$$\overline{Xi} = \frac{\sum_{i=1}^{k} Xi}{n} \quad (2)$$

$$\overline{Yi} = \frac{\sum_{i=1}^{k} Yi}{n} \quad (3)$$

Keterangan:
$\overline{Xi}$ = Skor rata-rata tingkat kinerja atribut ke-k
$\overline{Yi}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan atribut ke-k
$\sum Xi$ = Total skor tingkat kinerja arribut ke k
$\sum Yi$ = Total skor tingkat kepentingan atribut ke k
n = Jumlah responden

3. Menghitung batas dari diagram kartesius dengan menjumlah seluruh rata-rata dari rataan skor tingkat kinerja (X) dan menjumlah seluruh rata-rata dari rataan skor tingkat kepentingan (Y) kemudian masing-masing dibagi dengan jumlah atribut (k).

$$sumbu\ Y = \frac{\sum_{i=1}^{p} MSSi}{k} \quad (4)$$

$$sumbu\ X = \frac{\sum_{i=1}^{p} MISi}{k} \quad (5)$$

Keterangan:
$\sum_{i=1}^{p} MSSi$: Jumlah rata-rata keseluruhan *Mean Satisfaction Score (MSS)*/rata-rata tingkat Kinerja
$\sum_{i=1}^{p} MISi$: Jumlah rata-rata keseluruhan *Mean Important Score (MIS)*/rata-rata tingkat Kepentingan
k : Jumlah atribut

4. Membuat diagram kartesius *Importance Performace Analysis* (IPA)



Gambar 1. Diagram Kartesius IPA
(Sumber: Sukardi dan Cholidis, 2006)

Keterangan diagram kartesius *Important Performance Analysis* (IPA):

a. Kuadran I (Prioritas Utama): menunjukkan bahwa unsur-unsur jasa yang sangat penting bagi pelanggan, akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga menimbulkan kekecewaan dan rasa tidak aman.
b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi): menunjukkan bahwa unsur-unsur jasa/produk yang dianggap penting oleh pelanggan telah dilaksanakan dengan baik dan memuaskan pelanggan, maka kini kewajiban dari perusahaan adalah mempertahankan kinerjanya.
c. Kuadran III (Prioritas Rendah): menunjukkan bahwa unsur-unsur yang memang dianggap kurang penting oleh pelanggan dimana sebaiknya perusahaan menjalankannya secara sedang saja.
d. Kuadran IV (Berlebihan) menunjukkan bahwa unsur-unsur jasa yang dianggap kurang penting tetapi telah dijalankan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan atau sangat memuaskan. Hal ini dianggap berlebihan.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (Metode Indeks Kepuasan Konsumen) merupakan metode yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. Atribut yang diukur dapat berbeda untuk masing-masing perusahaan. Hal ini tergantung pada kebutuhan informasi yang didapatkan perusahaan terhadap konsumen (Masnick, 1997 *dalam* Baskara 2008). Pengukuran terhadap *Customer Satisfaction Index (CSI)* diperlukan karena hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran di tahun-tahun mendatang. Adapun cara untuk mengukur indeks ini dilakukan melalui 4 (empat) tahap yaitu menghitung:

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS).* Nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen.

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

Dimana:
n : Jumlah konsumen/responden
Yi : Nilai kepentingan atribut ke-i

2. Membuat *Weight Factor* (WF). Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MISi}{\sum_{i=1}^{p} MISi} \quad (7)$$

Dimana:
P : Atribut kepentingan ke-p

3. Membuat skor *Weight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Satisfaction Score* = *MSS*).

$$WSi = WFi \; x \; MSS \quad (8)$$

Dimana:
WSi : *Weight Score* atribut ke i
WFi : *Weight Factor* atribut ke i
MSS : *Mean Satisfaction Score*

4. Menentukan *Consumer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^{P} WSi}{HS} \; x \; 100\% \quad (9)$$

Dimana:
WS : *Weight score*
p : Atribut kepentingan ke-i
HS : (*High Scale*) Skala maksimum yang digunakan

Indeks kepuasan pelanggan menggunakan rentang skala untuk menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk. Rentang skala kepuasan pelanggan berkisar antara 0 – 100%. Rumus rentang skala yang digunakan berdasarkan Simamora (2004) adalah sebagai berikut:

$$RS = (m - n)/b \quad (10)$$

Dimana :
m : Skor tertinggi
n : Skor terendah
b : Jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Pada penelitian ini rentang skala yang digunakan adalah:

RS = 100 % - 0 %/5

= 20 %

Kriteria indeks kepuasaan menggunakan kisaran 0,00 hingga 1,00 (tidak puas hingga sangat puas), yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (Indeks Kepuasan Konsumen)

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

Sumber: Sukardi dan Cholidis (2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik pengunjung Taman Wisata Alam Angke Kapuk terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan jumlah perempuan lebih banyak yaitu sebesar 51%. Sebagian besar konsumen berusia antara 21–26 tahun dengan persentase sebesar 44,45% dengan status belum menikah sebesar 91,9% dan jumah anggota keluarga yang paling banyak yaitu 2-4 orang dengan persentase sebesar 82,2%. Pengunjung yang datang ke Taman Wisata Alam (TWA) Angke Kapuk sebagian besar berdomisili di Jakarta dengan persentase sebesar 57,78%. Tingkat pendidikan pengunjung didominasi oleh Sarjana (S1) sebesar 71,11%. Profesi pengunjung didominasi sebagai mahasiswa dan pelajar sebesar 51,11% dengan berpendapatan didominasi kurang dari Rp.1.000.000,00 sebesar 44,44%.

Keputusan Berwisata

Pada proses keputusan berwisata pengunjung Taman Wisata Alam Angke Kapuk yang terdiri dari 5 tahapan didapatkan hasil akhir yang merupakan jawaban terbanyak yang dipilih oleh responden berdasarkan kuisioner. Berdasarkan tabel 2 didapatkan hasil yaitu pada tahap pengenalan kebutuhan tujuan berkunjung adalah untuk berwisata dengan persentase sebesar 46,67%. Alasan utama memilih TWA Angke Kapuk ini yaitu lingkungan yang masih alami dengan persentase sebesar 57,78%. Pada tahap pencarian informasi sebagian besar sumber informasi berasal dari teman sebesar 60% dan dipengaruhi oleh teman untuk dating berwisata sebesar 75,56%. Sedangkan untuk tahap evaluasi alternatif, responden menilai hal yang memutuskan untuk berkunjung ke Taman Wisata Alam (TWA) Angke Kapuk karena kegiatan wisata yang menarik dan mendidik dengan persentase sebesar 46,67%. Selanjutnya tahap keputusan pembelian sebagian besar pengunjung yang datang baru melakukan kunjungan sebanyak 1 (satu) kali sebesar 84,45%, kunjungan mereka diputuskan secara terencana sebesar 48,89%, melakukan kunjungan bersama teman sebesar 48,89%, berkunjung pada akhir pekan sebesar 80%. Pada tahap terakhir yaitu evaluasi pasca pembelian yang dinilai oleh responden menghasilkan bahwa dengan persentase sebesar 88,89% sebagian besar pengunjung akan melakukan kunjungan ulang, dan pengunjung berpendapat bahwa sarana yang harus diperbaiki adalah kebersihan taman wisata dengan persentase sebesar 46,67%.

Berikut adalah informasi rangkuman dari proses keputusan responden berkunjung Taman Wisata Alam Angke Kapuk berdasarkan hasil penelitian secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 1. Hasil Rangkuman Jawaban Pengunjung Terhadap Tahap Proses Keputusan Berwisata ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk

No	Tahapan	Jawaban	Persentase (%)
1.	**Pengenalan Kebutuhan**		
	• Tujuan Berkunjung	Berwisata	46,67
	• Alasan Berkunjung	Lingkungan yang masih alami	57,78
2.	**Pencarian Informasi**		
	• Sumber Informasi	Teman	60
	• Siapa yang mempengaruhi anda	Teman	75,56
3.	**Evaluasi Alternatif**		
	• Hal yang memutuskan anda berkunjung	Kegiatan wisata yang menarik dan mendidik	46,67
4.	**Keputusan Pembelian**		
	• Sudah berapa kali anda berkunjung	1 kali	84,45
	• Cara memutuskan berkunjung	Terencana	48,89
	• Bersama siapa anda berkunjung	Teman	48,89
	• Kapan biasa anda berkunjung ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk	Akhir Pekan	80
5.	**Hasil Pembelian**		
	• Sarana yang perlu mendapatkan perhatian	Kebersihan	46,67
	• Niat melakukan kunjungan ulang	Ya	88,89

Sumber: Data Primer (Diolah), 2017.

Kepuasan Pengunjung

Importance Performance Analiysis (IPA)

Pada tahap pertama untuk mengukur kepuasan pengunjung dengan metode IPA didahului dengan mengukur tingkat kesesuaian antara harapan/kepentingan dan kinerja dari atribut wisata yang ditawarkan. Tingkat kesesuaian antara produk atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima merupakan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Tingkat kesesuaian tersebut merupakan hasil penilaian yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan pada tingkat pengetahuan dan pengalamannya (Prihastono, 2012).

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang komplek terdiri dari lima unsur, yaitu fisik atau berwujud (Tangible), Kehandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Berikut adalah tabel antara tingkat kesesuaian dari masing-masing atribut yang diperoleh melalui perbandingan antara tingkat kepentingan dan kinerja dari 23 atribut untuk menunjukkan gambaran secara keseluruhan. Secara lebih rinci perbandingan antara tingkat kepentingan dan kinerja atribut dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 2. Tingkat Kesesuaian antara Kepentingan dan Kinerja

No	Atribut	Kinerja (X)	Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian
1.	Harga tiket masuk	143	149	95,97
2.	Fasilitas penunjang (kantin, tempat ibadah, dan tempat bermain)	156	191	81,68
3.	Areal parker	159	187	85,03
4.	Fasilitas toilet	157	191	82,20
5.	Fasilitas pondok wisata	157	168	93,45
6.	Pengamatan burung	149	157	94,90
7.	Fasilitas wisata air	160	156	102,56
8.	Paket penanaman dan konservasi	160	171	93,57
9.	Kondisi jalan setapak	158	184	85,87
10.	Kebersihan, kerapihan, kenyamanan lokasi	133	199	66,83
11.	Kualitas pemeliharaan berbagai fasilitas dan sarana	141	193	73,06
12	Kerapihan pemandu	147	180	81,67
13	Penataan Lokasi/ Layout	148	188	78,72
14	Pelayanan Karyawan/pemandu	156	194	80,41
15	Ketanggapan pemandu	149	196	76,02
16	Kecepatan pemandu	140	193	72,54
17	Promosi yang dilakukan	152	192	79,17
18	Manfaat kunjungan	159	196	81,12
19	Kesopanan pemandu	146	179	81,56
20	Keamanan lokasi	157	197	79,70
21	Pengetahuan pemandu	175	189	92,59
22	Kemudahan prosedur pelayanan bagi pengunjung	153	201	76,12
23	Kemudahan akses transportasi	167	203	82,27
Tingkat Kesesuaian Total		**3522**	**4254**	**82,79**

Sumber: Hasil Analisis Data, 2017.

Perhitungan tingkat kesesuaian pada masing-masing atribut dilakukan untuk mengetahui nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan nilai rata-rata tingkat kinerja atribut. Berikut adalah perhitungan nilai rata-rata kepentingan dan kinerja yang disajikan pada Tabel 4.

Kemudian setelah menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja selanjutnya memasukkan skor rata-rata tersebut pada diagram kartesius. Diagram kartesius IPA memberikan gambaran tentang atribut yang harus dipertahankan, ditingkatkan, tidak menjadi prioritas dan berlebihan. Untuk penentuan sumbu X (performance) sebesar 3,4 dan sumbu Y (importance) 4,1. Nilai tersebut diperoleh dari rata–rata total seluruh nilai rata-rata atribut baik tingkat kepentingan maupun tingkat kinerja yang dibagi dengan jumlah atribut. Secara lebih rinci gambar diagram kartesius yang memetakan atribut-atribut Taman Wisata Alam Angke Kapuk ke dalam empat kuadran berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerjanya dapat terlihat pada Gambar 2.

Berikut adalah keterangan diagram kartesius IPA:

1. Kuadran I

Atribut yang terletak pada kuadran I dalam diagram kartesius IPA *(Importance Performane Analysis)* dinamakan sebagai kuadran prioritas utama, artinya atribut yang memiliki tingkat kepentingan atau harapan yang sangat penting namun pelaksanaan atau kinerja atribut masih dinilai rendah oleh konsumen. Atribut kuadran 1 terdiri dari: kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan lokasi (T10), kualitas pemeliharaan berbagai fasilitas dan sarana (T11), pelayanan

karyawan/pemandu (T13), ketanggapan pemandu (RS 15), kecepatan pemandu (RS 16), promosi yang dilakukan (RE 17), dan kemudahan prosedur pelayanan bagi pengunjung (E22).

2. Kuadran II

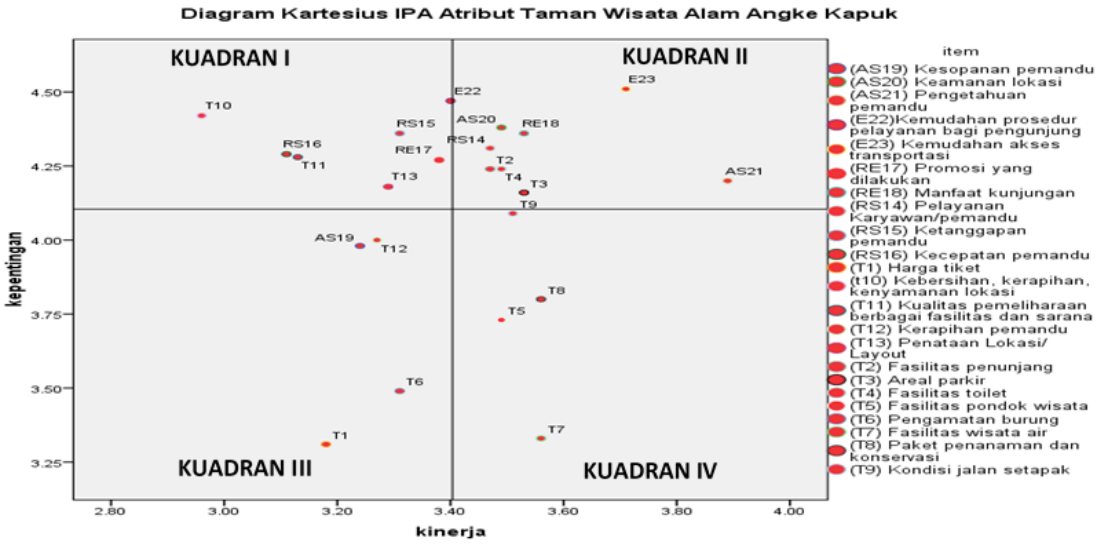
Kuadran II dinamakan sebagai kuadran pertahankan prestasi, artinya memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerja yang memuaskan. Pada kuadran ini, tingkat kepuasan konsumen dinilai relatif tinggi. Atribut kuadran II terdiri dari: fasilitas penunjang (kantin, tempat bermain, tempat ibadah) (T2), areal parkir (T3), fasilitas toilet (T4), kondisi jalan setapak (T9), pelayanan karyawan/pemandu (RS14), lokasi (AS20), pengetahuan pemandu (AS21), kemudahan akses transportasi (E23), dan manfaat kunjungan (RE 18).

3. Kuadran III

Kuadran III dinamakan sebagai kuadran prioritas rendah, artinya atribut yang berada di kuadran ini dinilai konsumen memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang rendah. Atribut kuadran III terdiri dari: harga tiket masuk (T1), menara pengamatan burung (T6), kesopanan pemandu (T12), kerapihan pemandu (AS19).

4. Kuadran IV

Kuadran IV dinamakan sebagai kuadran berlebihan, artinya atribut yang berada di kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah namun dinilai konsumen terlalu berlebihan dan memiliki kinerja yang tinggi. Atribut kuadran IV terdiri dari: fasilitas pondok wisata (T5), fasilitas wisata air (T7), dan paket penanaman dan konservasi mangrove (T8).



Gambar 2. Diagram Kartesius IPA Atribut Taman Wisata Alam Angke Kapuk

Tabel 4. Nilai Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Kepentingan

No	Atribut	MIS	MSS
A.	Tangible	**3,94**	**3,37**
1	Harga tiket masuk	3,31	3,18
2	Fasilitas penunjang (kantin, tempat bermain, tempat ibadah)	4,24	3,47
3	Areal parkir	4,16	3,53
4	Fasilitas toilet	4,24	3,49
5	Fasilitas pondok wisata	3,73	3,49
6	Pengamatan burung	3,49	3,31
7	Fasilitas wisata air	3,33	3,56
8	Paket penanaman dan konservasi	3,80	3,56
9	Kondisi jalan setapak	4,09	3,51
10	Kebersihan, kerapihan, kenyamanan lokasi	4,42	2,96
11	Kualitas pemeliharaan berbagai fasilitas dan sarana	4,28	3,13
12	Kerapihan pemandu	4,00	3,27
13	Penataan Lokasi/ Layout	4,18	3,29
B.	Responsivenes	**4,33**	**3,3**
14	Pelayanan Karyawan/pemandu	4,31	3,47
15	Ketanggapan pemandu	4,36	3,31
16	Kecepatan pemandu	4,29	3,11
C.	Reliability	**4,32**	**3,46**
17	Promosi yang dilakukan	4,27	3,38
18	Manfaat kunjungan	4,36	3,53
D.	Assurance	**4,18**	**3,54**
19	Kesopanan pemandu	3,98	3,24
20	Keamanan lokasi	4,38	3,49
21	Pengetahuan pemandu	4,2	3,89
E.	Empathy	**4,49**	**3,55**
22	Kemudahan prosedur pelayanan bagi pengunjung	4,47	3,4
23	Kemudahan akses transportasi	4,51	3,71
	Total Rata-rata	**21,26**	**17,22**

Sumber: Hasi Analisis Data, 2017.

Keterangan:
MIS : Mean Importance Score
MSS : Mean Satisfaction Score

Consumer Satisfaction Index (CSI)

Perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk menilai indeks kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Angke Kapuk secara keseluruhan yang hasilnya diperoleh dari skor rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja semua atribut. Indeks kepuasan pelanggan diperlukan sebagai bahan masukan bagi perusahaan untuk menetapkan target dimasa yang akan datang. Hasil perhitungan indeks kepuasan pengunjung secara keseluruhan atas kunjungannya ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) Taman Wisata Alam Angke Kapuk

No	Atribut	Tingkat Kepentingan		Tingkat Kinerja	
		Rata-rata	WF *(Weighting Factor) (%)*	Rata-rata	WIS *(Weight Score)*
1.	Harga tiket masuk	3.31	3.51	3.18	0.11
2.	Fasilitas penunjang (kantin, tempat bermain, tempat ibadah)	4.24	4.49	3.47	0.16
3.	Areal parker	4.16	4.41	3.53	0.16
4.	Fasilitas toilet	4.24	4.49	3.49	0.16
5.	Fasilitas pondok wisata	3.73	3.95	3.49	0.14
6.	Pengamatan burung	3.49	3.70	3.31	0.12
7.	Fasilitas wisata air	3.33	3.53	3.56	0.13
8.	Paket penanaman dan konservasi	3.8	4.03	3.56	0.14
9.	Kondisi jalan setapak	4.09	4.33	3.51	0.15
10.	Kebersihan, kerapihan, kenyamanan lokasi	4.42	4.68	2.96	0.14
11.	Kualitas pemeliharaan berbagai fasilitas dan sarana	4.28	4.53	3.13	0.14
12	Kerapihan pemandu	4	4.24	3.27	0.14
13	Penataan Lokasi/ Layout	4.18	4.43	3.29	0.15
14	Pelayanan Karyawan/pemandu	4.31	4.57	3.47	0.16
15	Ketanggapan pemandu	4.36	4.62	3.31	0.15
16	Kecepatan pemandu	4.29	4.54	3.11	0.14
17	Promosi yang dilakukan	4.27	4.52	3.38	0.15
18	Manfaat kunjungan	4.36	4.62	3.53	0.16
19	Kesopanan pemandu	3.98	4.22	3.24	0.14
20	Keamanan lokasi	4.38	4.64	3.49	0.16
21	Pengetahuan pemandu	4.2	4.45	3.89	0.17
22	Kemudahan prosedur pelayanan bagi pengunjung	4.47	4.74	3.4	0.16
23	Kemudahan akses transportasi	4.51	4.78	3.71	0.18
	Total	94.9	100	78.28	
	Weight Total				**3,40**
	Satisfaction Index				**68,081%**

Sumber: Hasil Analisis Data, 2017.

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* dari atribut Taman Wisata Alam Angke Kapuk adalah sebesar 68,08%. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum indeks kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Angke Kapuk terhadap atribut-atribut yang dianalisis adalah puas (berada pada range 0,66 - 0,80). Hal ini dibuktikan pada analisis keputusan berwisata pada tahap pasca pembelian didapatkan hasil bahwa persentase pengunjung yang akan melakukan kunjungan ulang menjadi yang tertinggi yaitu sebesar 88,89%. Meskipun nilai indeks kepuasan konsumen yang didapatkan berada pada rentang kriteria cukup puas, akan tetapi masih ada sebesar 34,6% konsumen yang belum puas terhadap Taman Wisata Alam Angke Kapuk (100% – 68,081% = 31,919%). Atribut wisata yang masih harus diperbaiki kinerjanya dapat didasarkan pada hasil diagram IPA seperti kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan lokasi, kualitas pemeliharaan berbagai fasilitas dan sarana, pelayanan karyawan/pemandu, ketanggapan pemandu, kecepatan pemandu, promosi yang dilakukan, dan kemudahan prosedur pelayanan bagi pengunjung. Hal tersebut menjadi evaluasi yang harus ditinjau ulang dan dilakukan oleh pihak pengelola taman wisata agar kepuasan dari pengunjung dapat terpenuhi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Proses Keputusan Berwisata dan Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam (TWA) Angke Kapuk Jakarta Utara, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Karakteristik pengunjung Taman Wisata Alam Angke Kapuk terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan jumlah perempuan lebih banyak. Sebagian besar konsumen berusia antara 21–26 tahun yaitu mahasiswa dan pelajar, belum menikah, berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 dan berdomisili di Jakarta. Informasi karekteristik ini berguna untuk memberi masukan kepada Taman Wisata Alam (TWA) Angke Kapuk dalam membuat kebijakan-kebijakan yang lebih efektif dan memberikan pelayanan yang lebih baik. Pada proses pengenalan kebutuhan tujuan berkunjung untuk berwisata. Alasan utama memilih TWA Angke Kapuk ini yaitu lingkungan yang masih alami. Sebagian besar sumber informasi berwisata berasal dari teman dan dipengaruhi oleh teman untuk berwisata. Hal yang memutuskan untuk berkunjung karena kegiatan wisata yang menarik dan mendidik. Sebagian besar pengunjung yang datang baru melakukan kunjungan sebanyak 1 (satu) kali dan diputuskan secara terencana. Mereka berkunjung ke TWA Angke Kapuk bersama teman dan berkunjung pada akhir pekan. Sebagian besar pengunjung akan melakukan kunjungan ulang dengan menjaga kebersihan taman wisata tetap dijaga dan diperhatikan oleh kedua belah pihak.

Analisis tingkat kepentingan dan kinerja yang menunjukan atribut yang memiliki kinerja yang baik dan mampu memberikan kepuasan adalah atribut yang berada pada kuadran II yang terdiri dari: fasilitas penunjang (kantin, tempat bermain, tempat ibadah) (T2), areal parkir (T3), fasilitas toilet (T4), kondisi jalan setapak (T9), pelayanan karyawan/pemandu (RS14), lokasi (AS20), pengetahuan pemandu (AS21), kemudahan akses transportasi (E23), dan manfaat kunjungan (RE 18). Dari hasil IPA, atribut yang dinilai penting namun pelaksanaan atau kinerja atribut masih rendah oleh konsumen (terletak pada kuadran I) adalah kebersihan, kerapihan dan kenyamanan lokasi (T10), kualitas pemeliharaan berbagai fasilitas dan sarana (T11), pelayanan karyawan/pemandu (T13), ketanggapan pemandu (RS 15), kecepatan pemandu (RS 16), promosi yang dilakukan (RE 17), dan kemudahan prosedur pelayanan bagi pengunjung (E22). Pengujung Taman Wisata Alam Angke Kapuk secara keseluruhan menunjukan bahwa indeks kepuasan pengunjung terhadap atribut-atribut yang dianalisis adalah puas yaitu sebesar 68,08%.

Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini Taman Wisata Alam Angke Kapuk memerlukan peningkatan sumber daya manusia di bagian pelayanan terhadap konsumen, saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah meningkatkan strategi promosi baik melalui media sosial dan media cetak dengan memperbaharui akun resmi berupa website sebagai wujud meningkatkan informasi mengenai TWA Angke Kapuk dan akses untuk menuju lokasi. Sebagian besar pengunjung adalah mahasiswa sehingga bisa menerapkan strategi potongan harga pada tiket masuk kolektif (10 orang) untuk pelajar dan mahasiswa. Menerapkan sistem manajemen yang lebih

baik dengan menambah posisi dalam bidang administrasi, pemasaran, dan kebersihan. Menambah jumlah pemandu wisata yang bertugas memberikan pelayanan kepada pengunjung. Menyediakan toko cindera mata unik yang bertemakan mangrove. Mengadakan acara yang bertemakan konservasi hutan mangrove. Meningkatkan pemeliharaan kebersihan sarana seperti jalan setapak dan fasilitas umum seperti toilet, mushola serta wahana yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Baskara, Gerry Gusta. 2008. *Analisis Kepuasan Pengunjung Kampoeng Wisata Cinangneng dan Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran*. Skripsi. Program Studi Manajemen Agribisnis Pertanian Institut Pertanian Bogor.

Fitriana, Vanna. 2017. Estimasi Permintaan dan Nilai Ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara. JIIA, Volume 5 No. 3. Agustus 2017. Hal: 267 – 274.

Hakim, Lukman. 2004. *Dasar-dasar Ekowisata*. Malang: Bayumedia Publishing.

Harahab, Nuddin. 2010. *Penilaian Ekonomi Ekosistem Hutan Mangrove dan Aplikasinya dalam Perencanaan Wilayah Pesisir*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kementrian Kelautan dan Perikanan. 2014. *Laporan Kinerja Kementrian Kelautan Perikanan Republik Indonesia Tahun 2014*. Kementrian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2005. *Manajemen pemasaran (Edisi 12 jilid 2)*. PT. Indeks: Jakarta.

Mandasari, Vina. 2011. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining. Jurnal Generic. Vol.6 No.1. Januari 2011. Hal: 25 - 28

Patimah, S. 2016. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Usaha Benih Padi Cigeulis di Balai Induk Padi dan Palawija di Kabupaten Kepahiang provinsi bengkulu. Agrisep Vol. 15 No. 2 September 2016 Hal: 203 – 212.

Simamora B. 2004. *Riset Pemasaran Falsafah, Teori dan Aplikasi*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*. Alfabeta: Bandung.

Sukardi dan Chodilis, Chandrawatisma. 2006. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Cornet Produksi PT. CIP, Denpasar, Bali*. Jurnal Teknologi Industri Pertanian. Vol.18 (2). Hal 106-117.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.

Wanti LW. 2014. Analisis Nilai Ekonomi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul Kabupaten Bandung. JAREE. 2(3) : 44-55.

Yola, M dan Budianto, D. 2013. Analisis Kepuasaan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). Jurnal Optimasi Sistem Industri.12(12):301-309.