



Analisis Kepuasan Konsumen Pada Agrowisata Cilangkap Kota Jakarta Timur

Aprilia Salsabila¹, Abubakar², Fatimah Azzahra³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,
Universitas Singaperbangsa Karawang

Received: 27 Desember 2023
Revised : 03 Januari 2024
Accepted: 10 Januari 2024

Abstract

Consumption has become a profitable business in order to extend the life of the agricultural industry. The best way to increase traffic is to increase the number of visitors. Consumption is one of the most important factors in the success of any business. The purpose of this study is to learn about the characteristics of people who visit, the frequency with which they visit, and the variety of people who visit. Peneliti selected 100 people as respondents using the purposive sampling method, with a likert scale used for scoring. The method of analysis used is quantitative deskriptif. Data analysis in this study employs Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). The results of the study show 1) The most common type of consumer is a woman, with a median age of 26 to 35 and a median level of education. In the upper school, around 72% have graduated and are working as housewife, The majority of consumers are women; the majority of them are between the ages of 26 and 35; their primary educational institution is Sekolah Menengah Atas; around 72% of them have already married; and, on average, they work as Ibu Rumah Tangga. 2) The attribute with the highest level of kepuasan in the country is the product being sold, and the attribute with the lowest level of kepuasan is the work itself. Customer Satisfaction Index Measurement of Consumer Satisfaction indicates that a score of at least 70,74% is considered to be satisfied.

Keywords: Agrotourism, Consumer Satisfaction, Importanceperformance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI.)

(*) Corresponding Author: Aprilialee2002@gmail.com

How to Cite: Salsabila, A., Abubakar, & Azzahra, F. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Agrowisata Cilangkap Kota Jakarta Timur. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10499765>

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara agraris dengan memiliki kekayaan alam dan hayati yang sangat beragam. Kekayaan alam dan hayati ini dapat menjadi peluang yang besar dan penopang perekonomian Indonesia apabila dikelola dengan baik. Komoditas pertanian mencakup tanaman pangan, perkebunan, hortikultura, kehutanan dan perikanan. Keanekaragaman dan keunikannya yang dihargai menjadi daya tarik pariwisata yang berbasis pertanian (Harwadi *et al*, 2022).

Agrowisata merupakan salah satu jenis sektor pariwisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan (Harwadi *et al*, 2022). Pada umumnya, agrowisata terletak di pedesaan atau tempat yang jauh dari hiruk-pikuk kota dan kebisingan kota. Hal ini juga dipertegas oleh Kartika & Edison (2021) yang menyatakan pada umumnya agrowisata memiliki berbagai atraksi wisata yang menarik dan unik dengan suasana yang relatif sepi dan alami. Inilah ciri yang biasanya dimiliki kawasan pedesaan.

Pengembangan Agrowisata merupakan salah satu langkah bijak untuk mengelola Ruang Terbuka Hijau (RTH). Pemerintah perlu mempertimbangkan beberapa aspek yang menjadi daya tarik agrowisata di dalam pengelolaannya. PP

RI dalam Pasal 10 Nomor 10/2015 tentang Usaha Wisata Agro Hortikultura menyebutkan bahwa Pengembangan Kawasan Hortikultura, Unit Usaha Budidaya Hortikultura, dan/atau Unit Usaha Hortikultura lainnya untuk Usaha Wisata Agro Hortikultura harus memenuhi persyaratan seperti komoditas Hortikultura sebagai objek wisata utama dan mempunyai prospek untuk dikembangkan.

Agrowisata yang menjadi tempat penelitian ini adalah Agrowisata milik pemerintah yang berlokasi di Jakarta Timur, dikelola oleh UPT Pusat Pengembangan Benih dan Proteksi Tanaman serta dibawah naungan Dinas Kelautan dan Pertanian (DKP) Provinsi DKI Jakarta. Data dari Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi DKI Jakarta menunjukkan bahwa jumlah luas agrowisata pada tahun 2020 yaitu 470.352 m² dengan Agrowisata Cilangkap yang berlokasi di Jalan Raya Cilangkap Jakarta Timur seluas 19,5 hektar. Agrowisata Cilangkap merupakan agrowisata terluas dibandingkan dengan Agrowisata binaan Pusat Pengembangan Benih dan Proteksi Tanaman seperti Agrowisata Ciganjur, Cibubur, dan Kamal.

Agrowisata Cilangkap merupakan agrowisata dengan taman luas yang lengkap dengan danau dan di sekelilingnya ditumbuhi berbagai jenis pohon yang rindang dan berbagai tanaman hortikultura. Agrowisata cilangkap ini merupakan destinasi wisata sekaligus menjadi pusat pengembangan benih dan proteksi tanaman. Agrowisata Cilangkap memiliki fasilitas olahraga seperti: *jogging track*, *greenhouse*, arena bermain anak, serta arena untuk memancing di danau maupun di kolam pemancingan. Agrowisata Cilangkap memiliki fungsi sebagai tempat budidaya tanaman dan hidroponik yang didalamnya terdapat teknologi sumber daya genetik dan varietas tanaman yang perlu diketahui masyarakat luas. Agrowisata Cilangkap terbagi menjadi 2 area yaitu kebun bibit dan *hidroponic center*. Contoh tanaman yang ditanam dengan sistem hidroponik adalah kangkung, bayam merah, bayam hijau, dan kailan. Pengunjung dapat melihat aneka jenis tanaman yang ada seperti tanaman buah, tanaman hias, hingga tanaman obat, tanaman pelindung, dan tanaman sayur.

Berdasarkan wawancara dengan Kepala Pusat Pengembangan Benih dan Proteksi Tanaman, Bapak Iwan Indriyanto bahwa Agrowisata Cilangkap mengalami Penutupan semenjak adanya Covid 19. Sejak itu, Agrowisata mengalami penutupan dari tahun 2020-2022 dikarenakan adanya peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Agrowisata Cilangkap kembali dibuka setelah keadaan sudah mulai membaik pada bulan Mei 2022. Bapak Oman dan Bapak Saam selaku pekerja disana menyatakan bahwa semenjak dibukanya kembali untuk umum jumlah kunjungan wisata mengalami penurunan dibandingkan dengan sebelum adanya Covid 19. Hal ini juga dikonfirmasi oleh Bapak Iwan Indriyanto, STP, Msi selaku Kepala Pusat Pengembangan Benih dan Proteksi Tanaman. Hadirnya agrowisata di perkotaan yang padat seperti Agrowisata Cilangkap seharusnya bisa menjadi alasan jenis wisata berbasis alam ini menjadi lebih menarik dan cenderung banyak dipilih sebagai alternatif hiburan masyarakat perkotaan.

Jika dilihat dari tahun-tahun sebelumnya, dari segi fasilitas yang ditawarkan masih sama dan tidak adanya biaya tiket masuk yang diterapkan. Masih banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan namun belum dilakukan secara optimal. Upaya pengelolaan objek wisata yang dilaksanakan juga

dalam rangka pengembangan wisatanya masih terbatas (Kurniati, 2015). Ketika pertanian sudah tidak lagi diminati, agrowisata adalah salahsatu cara untuk meningkatkan minat di bidang pertanian. Edukasi pertanian dengan cara yang menyenangkan ini menjadi salah satu fungsi dari agrowisata sehingga Kepuasan pengunjung harus lebih diperhatikan. Kepuasan ini perlu diperhatikan agar menimbulkan umpan balik yang positif bagi pengelola objek wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

Berdasarkan kondisi yang ada pada uraian diatas, penulis memutuskan untuk mengambil judul “Analisis Kepuasan Konsumen Pada Agrowisata Cilangkap Kota Jakarta Timur”. Penelitian ini secara keseluruhan membahas tingkat kepuasan pengunjung dalam penilaian atribut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode Kuantitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Agrowisata Cilangkap Jakarta Timur. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja karena Agrowisata Cilangkap merupakan Agrowisata terluas dibandingkan dengan Agrowisata kota lainnya yang dikelola Pusat Pengembangan Benih dan Proteksi Tanaman. Selain itu lokasi Agrowisata Cilangkap ini juga terbilang cukup strategis.

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 6 bulan. Dimulai dari bulan Maret hingga Agustus. Waktu tersebut terbagi menjadi beberapa rangkaian yang dimulai dari usulan penelitian, survey, pengumpulan data dan informasi, analisis data serta penyusunan laporan akhir.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang berkunjung di Agrowisata Cilangkap.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental sampling* pada batasan. Pada tahap awal dilakukan *screening* terlebih dahulu kepada pengunjung yang sudah selesai menikmati manfaat fasilitas yang ada, untuk pengisian kuesioner minimal berusia 17 tahun. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar para pengisi kuesioner adalah orang-orang yang dianggap mengerti dengan setiap pertanyaan serta dapat mengambil keputusan dalam menjawab setiap pertanyaan. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi tidak diketahui sehingga tidak memiliki *sampling frame*. Dengan demikian, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow Rumus:

$$n = \frac{Z^2 - P(1 - P)}{d^2 \text{ Diketahui:}}$$

n = Jumlah sampel

Z = Nilai Z pada tabel a/2. Pada penelitian ini tingkat kepercayaan 95% P = Probabilitas maksimal estimasi=0,5

d = Alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

$$1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)$$

$$0,1^2 \quad n = \frac{\quad}{\quad} = 96 \text{ sampel}$$

Hasil dari perhitungan rumus diatas adalah 96 sampel, tetapi dalam penelitian ini jumlahnya dibulatkan menjadi 100 sampel.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang langsung didapat melalui survey, wawancara terhadap beberapa pemangku kepentingan dan kuesioner. Penyusunan Kuesioner dilakukan menggunakan skala likert dengan skala 1-5 terhadap responden yang berisikan tentang kepuasan dan kepentingan terhadap suatu atribut. *Screening* dilakukan langsung diawal sebelum melakukan pengisian kuesioner disana, serta observasi yang mengamati langsung kepada konsumen. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti data dari Pusat Pengembangan Benih dan Proteksi Tanaman, jurnal, buku, maupun internet yang berhubungan dengan penelitian.

ANALISIS DATA

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan 3 metode yaitu metode *Importance performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan analisis deskriptif Analisis deskriptif berguna untuk menjelaskan informasi dan data dikuesioner yang diperoleh dari narasumber dengan mempresentasikan semua hasil berdasarkan jumlah responden, persentase terbesar dari responden merupakan faktor yang dominan dari masing-masing variabel yang dianalisis.

Keterangan pengukuran kepuasan terhadap atribut menggunakan skala likert dengan skor 1-5 yaitu:

- Skor 1 = Sangat Tidak Puas (STP)
- Skor 2 = Tidak Puas (TP)
- Skor 3 = Cukup Puas (CP)
- Skor 4 = Puas (P)
- Skor 5 = Sangat Puas (SP)

1. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dengan prioritas perbaikan kualitas produk/jasa. Dalam kaitan ini, model IPA telah diterima secara luas dan digunakan di berbagai bidang penelitian karena kemudahan penerapan dan tampilan hasil analisis yang memudahkan usulan peningkatan kinerja. (Clarisia, 2022).

Menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Rumus tingkat kesesuaian adalah:

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

Keterangan:

Tki = Tingkat Kesesuaian

Xi = Skor penilaian tingkat kinerja

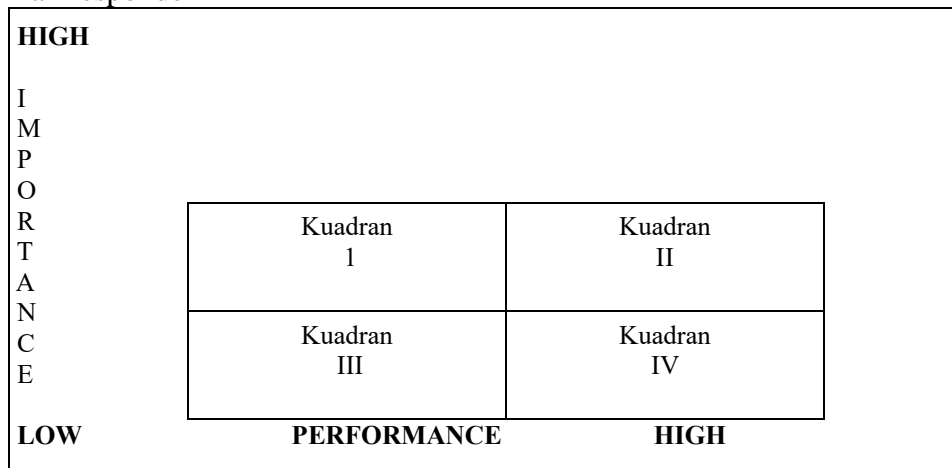
Yi = Skor penilaian tingkat kepentingan

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = Skor rata-rata persepsi (*Performance*) \bar{Y} = Skor rata-rata harapan (*Importance*)

n = Jumlah responden



Gambar 1. Diagram *Importance*

Sumber: *Perfomance Analysis* (Supranto, 2006)

1. Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan karena tingkat kepentingan tinggi, namun tingkat kepuasan rendah.
2. Kuadran kedua (II), Menunjukkan daerah yang harus dipertahankan karena tingkat kepentingan tinggi, sedangkan tingkat kinerja juga tinggi.
3. Kuadran ketiga (III), sebagai bagian daerah prioritas rendah karena tingkat kepentingan rendah sedangkan kepuasannya juga rendah. Pada kuadran ini terdapat berbagai faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan.
4. Kuadran keempat (IV), menunjukkan atribut yang berlebihan karena terdapat faktor yang tidak begitu penting bagi pelanggan, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan namun memuaskan.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. CSI merupakan pengukuran kepuasan yang baik karena merangkum penilaian penggunaan atau konsumen tentang berbagai pelayanan dalam skor tunggal. Semakin akurat pemilihan atribut, semakin akurat ukuran kepuasan keseluruhan. Untuk mengetahui besarnya nilai CSI, maka langkah-langkah yang dapat dilakukan adalah (Clarisia, 2022):

- Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). *Mean Importance Score* (MIS) adalah rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut. Sedangkan *Mean Satisfaction Score* (MSS) adalah rata-rata skor untuk tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja yang dirasakan oleh pelanggan.

$\{\sum_{i=1}^n Y_i\}$

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

Y_i = Nilai pembobotan kepentingan n = Jumlah responden

$\{\sum_{i=1}^n X_i\}$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

X_i = Nilai pembobotan ke-i

n = Jumlah responden

- Menghitung *Weight Factor* (WF) atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator.

$$WFi = \frac{MIS_i}{\{\sum_{i=1}^p MIS_i\}} \times 100\%$$

Keterangan:

MIS_i = Nilai rata-rata kepentingan ke-I

$\sum_{i=1}^p MIS_i$ = Total rata-rata kepentingan dari ke-i ke-p

- Menghitung *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan.

$WS_i = WFi \times MSS_i$

Keterangan:

WFi = Faktor tertimbang ke-i MSS = Rata-rata tingkat kepuasan

- Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{5} \times 100\%$$

Keterangan:

$\sum_{i=1}^p MIS_i$ = Total rata-rata kepentingan dari ke-i ke-p

HS = 5

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif deskriptif dengan melibatkan 100 responden yang melakukan kunjungan terhadap Agrowisata Cilangkap. Pada penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin Perempuan memiliki persentase sebesar 28% laki-laki, sementara 72% perempuan. Mayoritas usia responden pada penelitian ini berada pada rentang antara 26-35. Pendidikan terakhir responden mayoritas SMA atau sederajat dengan persentase 57% dan mayoritas pekerjaan responden yaitu ibu rumah tangga dengan persentase 31%. Mayoritas berdomisili Jakarta sebanyak 80% dan status sudah menikah sebanyak 72%.

Fasilitas Agrowisata Cilangkap

Fasilitas Agrowisata merupakan salahsatu daya tarik untuk menarik minat pengunjung untuk berkunjung. Menurut Rifansyah & Sihombing (2022), definisi fasilitas adalah sarana yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan agar dapat menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah Agrowisata.

Fasilitas yang ada di Agrowisata Cilangkap biasanya paling banyak dimanfaatkan oleh pengunjung pada hari sabtu, minggu dan hari libur nasional lainnya. Fasilitas-fasilitas yang ada di agrowisata cilangkap meliputi:

1. *Jogging track*
2. Gazebo
3. *Greenhouse*
4. Danau

5. Kolam Pemancingan
6. Refleksi batu coral
7. Rumah makan
8. Mushola

Fasilitas yang ditawarkan memberikan pilihan untuk pengunjung dalam menikmatinya. Banyak yang bisa dilakukan ketika berkunjung kesana. Atraksi yang ditawarkan diantaranya adalah menikmati pemandangan atau fotografi, bermain dan rekreasi dengan keluarga, memetik buah-buahan atau sayuran, belajar budidaya tanaman seperti perbanyak tanaman dengan teknik sambung pucuk, okulasi durian, stek dan masih banyak lagi. Adapula pengenalan tanaman yang ada seperti tanaman obat keluarga, tanaman hias, tanaman buah, pohon pelindung dan juga memancing. Fasilitas dan atraksi yang ada disinilah yang menjadi daya tarik tersendiri dibandingkan dengan wisata perkotaan lainnya karena tidak banyak agrowisata lainnya yang selengkap ini khususnya di Jakarta Timur.

Kondisi Ideal Agrowisata Cilangkap

Pengelola harus benar-benar memahami apa yang paling menonjol dan apa yang unik dalam mengelola objek wisata objek tersebut, misalnya tata letak elemen, jumlah koleksi, produksi, teknologi pertanian (Kurniati, 2015). Menurut Bapak Khoir yang diwawancarai sebagai karyawan yang ada, upaya peningkatan dan pengembangan agrowisata agar mencapai kondisi ideal harus ditingkatkan dan direncanakan sesuai harapan dan tujuan pengunjung seperti misalnya:

1. Pengelolaan objek agrowisatanya yang beragam, seperti koleksi tanaman yang ditata di areal perkebunan.
2. Pengelolaan pengunjung, agar pengunjung merasakan kenyamanan selama berkunjung.
3. Fasilitas yang ada terawat dengan baik.
4. Sistem keamanan yang terkoordinasikan dengan baik mulai dari pengunjung datang hingga selesai berkunjung, agar objek wisata juga terjaga. Pengelolaan Agrowisata Cilangkap.

Sistem Pengelolaan Agrowisata Cilangkap

Agrowisata Cilangkap adalah Agrowisata milik pemerintah yang berada di Jakarta Timur yang dikelola oleh UPT Pusat Pengembangan Benih dan Proteksi Tanaman serta dibawah naungan Dinas Kelautan dan Pertanian (DKP) Provinsi DKI Jakarta. Menurut Bapak Anwar selaku Penanggung Jawab Agrowisata Cilangkap pada tahun 2023, mengatakan bahwa sistem pengelolaan terbagi menjadi 2 area, yaitu dan kebun bibit dan hidroponik. Kebun bibit berfokus pada pengelolaan tanaman hias, tanaman produktif, dan *Hidroponic Center* berfokus pada tanaman sayuran dan tanaman buah.

Hasil Analisis Data Uji validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas merupakan uji yang dapat digunakan dalam mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah dengan memperhatikan nilai yang ada dalam tabel "*Corrected Item-Total Correlation*" yang disebut juga sebagai r hitung. Jika nilai r hitung $>$ r tabel product moment maka butir soal kuesioner dinyatakan valid dan jika nilai r hitung $<$ r tabel product moment maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil tabel uji validitas dengan menggunakan software SPSS 24.00 (*Corrected Item – Total Correlation*) dengan N=21, nilai R tabel menggunakan signifikansi 5% adalah sebesar 0.433. Seluruh item > 0,433 maka item soal dinyatakan valid. Setelah dinyatakan valid kemudian dilanjut dengan menggunakan uji reliabilitas. Reliabilitas dapat didefinisikan sebagai alat yang bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari tiap-tiap variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan *reliable*/handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Berdasarkan hasil Tabel uji reliabilitas dengan menggunakan software SPSS

24.00 dapat diketahui hasil untuk nilai *Cronbach's Alpha* setiap atribut kepuasan lebih dari 0.60, dengan demikian semua atribut yang diuji dapat dinyatakan reliabel.

Tingkat Kepuasan Konsumen

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. Metode ini memiliki kelebihan antara lain efisiensi (tidak hanya tingkat kepuasan tetapi juga informasi tentang atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana karena menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas yang cukup tinggi (Sembiring, et al., 2019). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 5 yaitu faktor-faktor pendorong kepuasan. Adapun variabel yang digunakan diantaranya kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kemudahan, dan emosional (Irawan dalam L Nuraeni, 2018). Keseluruhan variabel tersebut kemudian dikembangkan menjadi 13 atribut yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya kriteria CSI adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No	Variabel Atribut	MISI	WF	MSSI	WS	
1.	Komunikasi yang baik antara pengelola dan konsumen	4,19	7,76	3,69	28,62	
2.	Kualitas Pelayanan Adanya kenyamanan dan rasa aman yang didapat konsumen	4,22	7,81	3,71	28,98	
3.	Kesiagaan dan ketanggapan pekerja	4,06	7,52	3,68	27,66	
4.	Layanan edukasi pertanian	4,11	7,61	3,64	27,69	
5.	Fasilitas yang ditawarkan	4,17	7,72	3,59	27,71	
6.	Kualitas Produk Pemandangan dan suasana lingkungan	7,85	3,47	27,24	4,24	
7.	Produk yang dijual (tanaman/bibit)	4,05	7,50	3,27	24,54	
8.	Harga	Harga produk yang dijual	4,14	7,66	3,41	26,13
9.	<i>Kemudahan</i> Kemudahan dalam mendapatkan informasi	4,1	7,59	3,40	25,81	
10.	(Promosi) Kemudahan akses berkunjung (Transportasi)	4,18	7,74	3,66	28,32	
					26,30	
					26,47	
11.	Kemudahan dalam melakukan pembelian	4,13	7,65	3,44		
12.	Adanya perasaan bangga dan senang setelah melakukan kunjungan Emosional	4,23	7,83	3,38		

13.	Perasaan Ingin berkunjung ulang	4,2	7,77	3,63
28,22	Total	54	100	353,69
45,97	Rata-Rata	4,16	7,69	707,38
3,54	CSI			70,74

Customer satisfaction index = (Total WS: skala maksimum) x 100% = (353,69: 5) x 100 = 70, 74%.

Kriteria CSI

Tabel 2. Kriteria Customer Satisfaction Index

Nilai CSI (%)	Kriteria CSI
0 – 34,99%	Tidak Puas
35 – 50,99%	Kurang Puas
51 – 65, 99%	Cukup Puas
66 % – 80,99%	Puas
81% – 100%	Sangat Puas

Sumber: Widodo dan Sutopo dalam Sampurno, 2020

Tingkat kepuasan pengunjung dihitung dengan *Satisfaction Index* yaitu dengan membagi WT dengan *Highest Scale* (HS) yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala 5 kemudian dikalikan dengan 100% maka didapatkan hasil sebesar 70,74%. Berdasarkan hasil perhitungan bahwa Agrowisata Cilangkap memiliki nilai indeks kepuasan sebesar 70,74% sehingga nilai indeks Agrowisata Cilangkap tersebut masuk dalam kriteria puas dikarenakan nilai indeks yang didapat masuk dalam rentang 60-80%.

Hal ini dilihat dari nilai kepentingan dan kinerja dari beberapa indikator, diperlukan peningkatan sebesar 29,26% untuk mencapai nilai indeks 100% agar masuk dalam kriteria sangat puas. Pihak Agrowisata Cilangkap harus lebih memperhatikan kembali beberapa atribut yang masih memiliki nilai kinerja terendah. Nilai kinerja yang terendah pada atribut 12 yaitu adanya perasaan bangga dan senang setelah melakukan kunjungan. Atribut tersebut juga memiliki nilai harapan yang tinggi dari para responden agar dapat diperhatikan serta ditingkatkan pelayanannya.

Langkah-langkah sebelum memetakan data ke diagram *Importance Performance Analysis* adalah sebagai berikut:

1. Tingkat Kesesuaian Atribut

Tingkat kesesuaian merupakan perbandingan antara skor tingkat kinerja dengan skor tingkat kepentingan yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan kinerja setiap atribut dalam variabel kepuasan konsumen dalam satu kuadran.

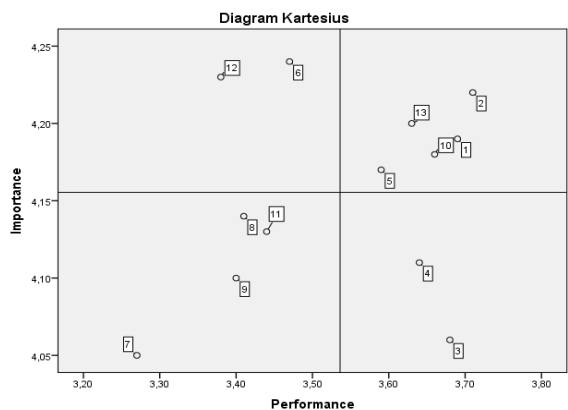
Tabel 3. Perhitungan Tingkat Kesesuaian Atribut

Tingkat Kesesuaian Atribut				
No	Atribut	Skor Kinerja (X)	Skor kepentingan (Y)	Tingkat esesuaian (%)

1.	Komunikasi yang baik antara pengelola dan konsumen	369	419	88,07
2.	Adanya kenyamanan dan rasa aman yang didapat konsumen	371	422	87,91
3.	Kesiagaan dan ketanggapan pekerja	368	406	90,64
4.	Layanan edukasi pertanian	364	411	88,56
5.	Fasilitas yang ditawarkan	359	417	86,09
6.	Pemandangan dan suasana lingkungan	347	424	81,84
7.	Produk yang dijual (tanaman/bibit)	327	405	80,74
8.	Harga produk yang dijual	341	414	82,37
9.	Kemudahan dalam mendapatkan informasi (Promosi)	340	410	82,93
10.	Kemudahan akses berkunjung (Transportasi)	366	418	87,56
11.	Kemudahan dalam melakukan pembelian	344	413	83,29
12.	Adanya perasaan bangga dan senang setelah melakukan kunjungan	338	423	79,91
13.	Perasaan Ingin berkunjung ulang	363	420	86,43

Semakin tinggi persentase tingkat kesesuaian maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Menurut Kurnawati (2014), jika nilai dari tingkat kesesuaian mendekati 100% dan berada diatas rata-rata maka dapat dikatakan tingkat kesesuaian sudah baik. Dapat dilihat pada Tabel 11 bahwa atribut nomor 3 yaitu kesiagaan dan ketanggapan pekerja merupakan atribut yang paling banyak memberikan kepuasan konsumen yaitu sebesar 90,64 %. Sedangkan atribut yang memiliki nilai terendah yaitu atribut nomor 12 yaitu adanya perasaan bangga dan senang setelah melakukan kunjungan sebesar 79,91 %. Hasil pembagian setiap atribut setiap kuadran ditampilkan pada gambar dibawah ini.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa atribut pernyataan yang diajukan tersebar pada kuadran I (Prioritas Utama) dengan jumlah sebanyak 2 butir, Pada Kuadran II (Pertahankan Prestasi) dengan jumlah sebanyak 5 butir, sedangkan dikuadran III, Prioritas rendah terdapat sebanyak 4 atribut, dan pada Kuadran IV (Cenderung Berlebihan) sebanyak 4 butir.



Gambar 2. Diagram Kartesius

2. Kuadran I

Menunjukkan atribut-atribut yang dianggap sangat penting ditingkatkan karena dapat mempengaruhi kepuasan. Atribut pada kuadran I ini harus dijadikan prioritas utama dalam perbaikan karena mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi namun mempunyai tingkat kepuasan yang rendah terhadap kinerja yang ada. Hasil perhitungan pada Diagram Kartesius *Importance Performance* Kriteria atribut yang masuk ke dalam kuadran I yaitu memiliki nilai pada sumbu X (Kinerja) < 3,54 dan sumbu Y (Harapan) > 4,16. Analisis pada kuadran 1 dapat terlihat dari Tabel dibawah ini.

Tabel 4. Kuadran 1

Atribut	Pernyataan
6.	Pemandangan dan suasana lingkungan
12.	Adanya perasaan bangga dan senang setelah melakukan kunjungan

Sumber : Data primer (diolah), Juli 2023

Berdasarkan wawancara dengan informan yang ada, dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan nilai dari rasa bangga dan senang dengan cara Agrowisata Cilangkap ini sebagai pariwisata yang mampu menjadi ruang keterlibatan masyarakat lokal terhadap pengelolaan suatu destinasi pariwisata Agrowisata. Agrowisata Cilangkap diharapkan menjadi agrowisata yang dapat memenuhi harapan konsumen dan mampu untuk terus melakukan perbaikan-perbaikan yang efektif seperti misalnya dengan menambahkan fasilitas-fasilitas yang diharapkan untuk meningkatkan nilai dari rasa bangga dan senang. Kedua atribut ini menjadi fokus utama dalam perbaikan sehingga bisa meningkatkan kepuasan Agrowisata Cilangkap.

3. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran II menunjukkan atribut-atribut yang dianggap perlu dipertahankan kinerjanya karena dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kepuasannya tinggi terhadap kinerja yang ada. Kriteria yang masuk ke dalam kuadran II yaitu memiliki nilai pada sumbu X (Kinerja) > 3,54 dan sumbu Y (Harapan) > 4,16.

Tabel 5. Kuadran II

Atribut	Pernyataan
1.	Komunikasi yang baik antara pengelola dan konsumen

2.	Adanya kenyamanan dan rasa aman yang didapat konsumen
5.	Fasilitas yang ditawarkan
10.	Kemudahan akses berkunjung (Transportasi)
13.	Perasaan Ingin berkunjung ulang

Sumber : Data primer (diolah), Juli 2023

Secara Keseluruhan, Pengunjung merasa puas dengan kinerja yang ada pada Kuadran II di Agrowisata Cilangkap. Responden puas dengan fasilitas yang ditawarkan dan dalam menikmati produknya merasakan aman dan nyaman, serta merasa memiliki kemudahan akses dalam berkunjung, menyebabkan mereka ingin berkunjung kembali. Oleh karena itu, semua atribut yang berada pada kuadran II harus dipertahankan kinerjanya.

4. Kuadran III

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat kenyataan atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting. Pada kuadran ini juga dianggap sebagai dengan atribut berprioritas rendah. Kriteria atribut yang masuk kedalam kuadran III yaitu memiliki nilai pada sumbu X (kinerja) $< 3,54$ dan sumbu Y (harapan) $< 4,16$. Adapun atribut-atribut yang berada di daerah kuadran III dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6. Kuadran III

Atribut	Pernyataan
7.	Produk yang dijual (tanaman/bibit)
8.	Harga produk yang dijual
9.	Kemudahan dalam mendapatkan informasi (Promosi)
11.	Kemudahan dalam melakukan pembelian

Sumber : Data primer (diolah), Juli 2023

Berdasarkan keterangan informan, tidak begitu mementikan paramater yang ada diatas, karena harapan dan tujuan responden dalam berkunjung lebih mengarah kepada paramater yang lain. Pengunjung lebih fokus kepada paramater yang menjadi harapan dan tujuannya.

5. Kuadran IV

Kuadran IV menunjukkan bahwa atribut disini menunjukkan kinerja yang sangat baik akan tetapi dianggap kurang penting bagi konsumen. Kriteria atribut yang masuk kedalam kuadran III yaitu memiliki nilai pada sumbu X (kinerja) $> 3,54$ dan sumbu Y (harapan) $< 4,16$. Atribut yang masuk ke dalam kuadran IV dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7. Kuadran IV

Atribut	Pernyataan
3.	Kesiagaan dan ketanggapan pekerja
4.	Layanan edukasi pertanian

Sumber : Data primer (diolah), Juli 2023

Menurut responden, mereka menganggap bahwa kinerja dalam hal kesiagaan dan ketanggapan pekerja serta layanan edukasi pertanian sudah cukup baik. Beberapa responden menganggap tidak terlalu mementingkan atribut diatas

sehingga kinerja yang ada dianggap melebihi harapannya. Atribut diatas berada pada kuadran IV sehingga menjadi suatu hal yang baik meskipun beberapa pengunjung merasa tidak terlalu penting.

Fasilitas yang ada di Agrowisata Cilangkap memiliki manfaat untuk masyarakat luas. Adanya atribut yang dinilai kepuasan dan kepentingannya oleh responden yang kemudian dibagi menjadi 4 kuadran ini diharapkan bisa menjadi pertimbangan dalam menyusun strategi kedepan. Strategi pengembangan yang akan dilaksanakan bisa sesuai dengan karakteristik pengunjung yang ada sehingga bisa memberikan kepuasan yang maksimal.

Diketahui bahwa atribut adanya perasaan bangga dan senang setelah melakukan kunjungan merupakan salahsatu variabel emosional yang menjadi prioritas utama perbaikan. Serupa dengan penelitian Prayudi, D. *et al*, (2021) Pengunjung yang puas akan mempunyai dampak yang baik dan positif bagi Obyek wisata, karena akan menimbulkan keterkaitan emosional dengan obyek wisata dan keputusan untuk mengunjungi obyek wisata kembali akan terjadi apabila pengunjung merasa puas terhadap obyek wisata tersebut.

Berdasarkan Hasil Penelitian yang dilakukan Oleh Primadi, R. *Et Al* , 2021 Dengan Judul "*Faktor Penentu Kepuasan dan Minat Kunjung Ulang Ekowisata*" memberikan kesimpulan bahwa *physical evidence*, *emotional factor* dan *service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan komponen destinasi wisata (4A) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut mengindikasikan bahwa terdapat beberapa fasilitas yang dinilai kurang memberikan kepuasan pada pengunjung.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan dengan berikut:

1. Responden dalam penelitian ini berusia antara 26 hingga 30 tahun, berjenis kelamin perempuan, tingkat pendidikan terakhir rata-rata SMA, jenis pekerjaan didominasi Ibu Rumah Tangga, dan sebanyak 80% berdomisili Jakarta merupakan karakteristik dominan konsumen Agrowisata Cilangkap Jakarta Timur.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dan pengukuran, tingkat kepuasan pelanggan Agrowisata Cilangkap adalah sebesar 70,74 % (Puas). Pada hasil perhitungan IPA yang menjadi prioritas perbaikan utama adalah atribut pemandangan dan suasana lingkungan serta adanya perasaan senang dan bangga setelah melakukan kunjungan.
3. Atribut yang memiliki nilai terendah adalah produk yang dijual yang berada pada variabel kualitas produk dan atribut yang memiliki nilai tertinggi terhadap kepuasan adalah kesiagaan dan ketanggapan pekerja yang berada pada variabel kualitas pelayanan.

Saran

1. Bagi Pusat Pengembangan Benih dan Proteksi Tanaman yang menaungi Agrowisata Cilangkap, perlu adanya perbaikan pada prioritas utama. Seperti atribut pemandangan dan suasana lingkungan yaitu dengan memperhatikan tata telak tanaman hias serapih dan seindah mungkin yang nantinya bisa menjadi spot foto baru untuk pengunjung. Selain itu, dengan memperbanyak jenis

tanaman hias juga dapat memperindah pemandangan. Hal lainnya yang sebaiknya diperhatikan adalah kebersihan fasilitas seperti mushola, gazebo, toilet, greenhouse, *jogging track*, dan fasilitas lainnya agar tidak mengganggu pemandangan dan suasana lingkungan serta perbaikan untuk atribut adanya perasaan bangga dan senang setelah melakukan kunjungan. Salahsatu caranya adalah dengan terus mengadakan inovasi-inovasi seperti mengadakan acara rutin yang bisa menjadi ciri khas Agrowisata Cilangkap. Harapannya adalah agar Agrowisata ini mencapai kepuasan yang maksimal. perlu adanya upaya untuk menggali beberapa potensi obyek wisata Agro, mengembangkan Agrowisata Cilangkap yang berpotensi untuk menciptakan Jakarta Timur sebagai kota agro di Indonesia, karena tersedianya lahan pertanian dan letak yang strategis.

2. Bagi Peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat menganalisis kepuasan konsumen di Agrowisata milik pemerintah lainnya agar dapat membantu kinerja pemerintahan dalam menentukan rancangan ataupun strategi pengembangan yang optimal yang nantinya akan berguna bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Clarisia, R. F. 2022. Analisis Kepuasan konsumen pada Agrowisata Buah Jeruk di Desa Pematang Kuing Kecamatan Sei Suka Kabupaten Batubara Provinsi Sumatera Utara. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Riau, Riau.
- Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik. Pariwisata dan Kebudayaan. Diakses: <https://statistik.jakarta.go.id/agrowisata-dan-kebun-bibit-di-dki-jakarta-tahun2020/> [17 Februari 2023].
- Harwadi, J., Murianto, Suteja, I wayan, & Mashyudi, L. 2022. Strategi Pengembangan Agrowisata Desa Setiling untuk Menunjang Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Lombok Tengah. *Journal Of Responsible Tourism*, 1 (3): 239–248.
- Kartika, T., & Edison, E. 2021. Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Desa Lamajang Kabupaten Bandung. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 4(2):179–198.
- Kurniati, D. 2015. Potensi Pengembangan Agrowisata Sebagai Kawasan Eduwisata Lokal di Agrowisata Cilangkap Jakarta Timur. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Kurniawati, D A. 2014. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Sari Alang-Alang Merk “Pesona” Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI). *Skripsi*. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2015 tentang Wisata Agro Hortikultura. Jakarta.
- Rifansyah, M., & Sihombing, D. 2022. Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (MINISTAL)*. 4(3): 153-170.
- Sembiring, Y. Y. R., Sunarso Sunarso, & Roelasalli Wiludjeng. 2020. Analisis Kepuasan Konsumen Dan Strategi Pengembangan Agrowisata Kebun Buah Cepoko di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, 4 (1): 1–13.

- Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Reika cipta. Jakarta.
- Tijptono, F. 2019. *Service Quality, & Customer Satisfaction*, Andi. Yogyakarta.