



**ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP LOYALITAS
PENGUNJUNG AGROWISATA BLIMBING KARANGSARI
KECAMATAN SUKOREJO KOTA BLITAR**

SKRIPSI

Oleh :

MOHAMAD FAJARRUDIN

22001032075



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2024

RINGKASAN

Mohamad Fajarrudin (22001032075) ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG AGROWISATA BLIMBING KARANGSARI KECAMATAN SUKOREJO KOTA BLITAR**Dosen Pembimbing : I : Dr.Dwi Susilowati, S.P., M.P.,****Dosen Pembimbing II : Dr.Ir.Bambang siswadi,MP**

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Apabila harapan konsumen merasa terpenuhi maka konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut dengan harapan dapat memuaskan dirinya. Loyalitas pengunjung menjadi faktor kritis yang mempengaruhi keberhasilan suatu destinasi agrowisata. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat Loyalitas pengunjung pada Agrowisata Blimbing Karangsari. Analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi Loyalitas pengunjung, sehingga dapat memberikan masukan konstruktif untuk pengembangan dan peningkatan kualitas di agrowisata tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung Agrowisata Blimbing Karangsari.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan studi kasus yang hanya berfokus pada suatu kasus untuk diamati terhadap faktor-faktor yang berkaitan dengan kasus sehingga diperoleh kesimpulan yang akurat. Penelitian ini dilakukan di Agrowisata Blimbing Karangsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan alasan Agrowisata Blimbing Karangsari menjadi Agrowisata yang sedang banyak diminati oleh pengunjung beberapa tahun ini. Waktu penelitian dilaksanakan dari mulai Januari sampai dengan Februari 2024. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel pada penelitian ini yaitu dengan teknik *incidental sampling* dengan melibatkan 55 responden dari pengunjung Agrowisata Blimbing Karangsari.

Kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan lokasi. Pengunjung yang merasa puas dengan harga, kualitas produk, dan lokasi agrowisata akan lebih mungkin untuk kembali dan menjadi pelanggan setia bahwa harga dan kepuasan pengunjung merupakan faktor yang paling signifikan dalam meningkatkan loyalitas pengunjung. Kualitas produk dan lokasi juga penting, meskipun pengaruhnya terhadap loyalitas tidak sekuat harga dan kepuasan. Promosi perlu ditinjau kembali untuk meningkatkan efektivitasnya. Hanya kualitas produk yang memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap loyalitas pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas produk tidak secara langsung mempengaruhi loyalitas pengunjung, namun kualitas produk dapat meningkatkan loyalitas pengunjung melalui variabel lain, seperti kepuasan pengunjung. Harga, promosi, dan lokasi tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap loyalitas pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa harga, promosi, dan lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pengunjung melalui variabel lain.

Saran yang diberikan penulis meliputi Loyalitas pengunjung dipengaruhi oleh harga, lokasi, dan kepuasan. Harga wajar dan lokasi strategis menarik pengunjung baru. Kepuasan, dipengaruhi oleh kualitas produk, layanan, dan pengalaman, meningkatkan loyalitas. Promosi menarik pengunjung baru. Pengusaha perlu fokus pada semua faktor ini. Tentukan harga wajar, pilih lokasi strategis, dan tingkatkan kualitas produk dan layanan. Ciptakan suasana nyaman dan dengarkan feedback pengunjung. Gunakan berbagai saluran marketing dan promo menarik. Implementasikan program loyalitas dan jalin hubungan baik dengan pelanggan. Terus berinovasi dan tingkatkan pengalaman pengunjung. Loyalitas membutuhkan usaha jangka panjang. Fokuslah pada pengalaman terbaik dan dengarkan kebutuhan pengunjung. Dengan dedikasi dan strategi tepat, Anda dapat mencapai kesuksesan jangka panjang



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara agraris memiliki kekayaan alam terutama sumber daya hayati tropis yang tidak hanya sangat beragam tetapi juga unik. Keragaman dan keunikannya serta diperkuat oleh kekayaan dan keragaman budaya, disamping berperan sebagai sumber pangan dan devisa negara, juga mempunyai daya tarik dalam sektor pariwisata alam (ecotourism). Sektor wisata alam ini yang kemudian populer penyebutannya menjadi Agrowisata (Agrotourism) yang secara perlahan terus tumbuh dan berkembang di Indonesia (Syukur, 2010 dalam Printianto, 2014).

Dalam konteks nasional, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi primadona untuk mendapatkan devisa. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya devisa yang diperoleh sektor pariwisata pada tahun 2022 mencapai 4,26 milyar US\$ pendapatan ini sukses menempatkan sektor pariwisata di urutan kedua untuk penyumbang devisa di Indonesia selain menyumbang pendapatan devisa juga menyerap tenaga kerja pariwisata pada tahun 2022 mencapai 23,98 juta orang dan akan terus meningkat dengan berjalanya waktu. (Kemenparekraf, 2022)

Tingginya minat dan kebutuhan masyarakat terhadap wisata menyebabkan perkembangan dunia pariwisata khususnya yang mengarah kepada konsep pariwisata alam juga merangkak naik. Wilayah-wilayah yang berpotensi wisata di Indonesia semakin gencar melakukan pengembangan kepariwisataan. Sektor pariwisata ini menjadi leading sector di beberapa daerah yang dituntut untuk memacu peningkatan pendapatan asli masyarakat melalui optimalisasi segala potensi sumberdaya alam dan manusia yang dimiliki masing-masing daerah. Tingginya minat dan kebutuhan masyarakat dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang mengalami peningkatan. Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan jumlah perjalanan wisatawan nusantara sebanyak 1,56 juta kunjungan di tahun 2021 meningkat menjadi 3,92 juta kunjungan di tahun 2022 dan akan terus meningkat pada tahun 2023 (Pusdatin Kemenparekraf dan BPS, 2022). Salah satu cakupan kegiatan wisata yang dilakukan adalah agrotourisem atau agrowisata.

Agrotourism bermula dari ecotourism atau wisata alam. Ecotourism dikembangkan di negara berkembang sebagai sebuah model pengembangan yang

potensial untuk memelihara sumber daya alam dan mendukung proses perbaikan ekonomi masyarakat lokal. Ecotourism dapat menyediakan alternatif perbaikan ekonomi ke aktivitas pengelolaan sumber daya dan peningkatan pendapatan bagi masyarakat lokal (U.S. Kongres OTA, 1992 dalam Utama, 2011). Di Indonesia, agrowisata atau agrotourism didefinisikan sebagai sebuah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro (agribisnis) sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, diharapkan bisa meningkatkan pendapatan petani sambil melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (indigenous knowledge) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alamnya (Deptan, 2005).

Dalam Pedoman Umum Agrowisata yang diterbitkan oleh Kementerian Pertanian (2012) disebutkan bahwa sinergi antara Pertanian dan Pariwisata merupakan landasan dalam pengembangan agrowisata. Dengan demikian pengembangan Pertanian dan Pariwisata secara simultan merupakan salah satu bentuk pengembangan ekonomi kreatif di sektor pertanian yang dapat memberikan nilai tambah bagi usaha agribisnis dalam rangka peningkatan kesejahteraan petani. Dampak positif pengembangan agrowisata antara lain dapat meningkatkan nilai jual komoditi pertanian yang dihasilkan dan berkembangnya sumber-sumber pendapatan lainnya yang dapat dinikmati oleh masyarakat setempat serta peningkatan citra pertanian (Kementerian Pertanian, 2012 dalam Pritianto, 2014).

Menurut Pitana (2002) dibalik dampak positif yang didapat dari pengembangan sektor agrowisata, terdapat beberapa masalah ekonomi secara negatif dari implikasi yang dihasilkan atau disebut eksternalitas negatif. Keberadaan barang publik di kawasan wisata mampu mengakibatkan free rider karena banyaknya barang publik dalam wisata yang dapat dimanfaatkan dan berpotensi menjadi kerusakan lingkungan seperti tindak perusakan fasilitas umum (vandalism), pembuangan sampah ke aliran air, dan perusakan kawasan wisata oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Model agrowisata dengan konsep back to nature yakni zona kebun yang sengaja dihadirkan agar wisatawan dapat memetik

dan memakan langsung buah belimbing sepuasnya di kebun juga berpotensi bagi wisatawan untuk berbuat sesuatu yang dapat merusak lingkungan wisata.

Salah satu kawasan agrowisata yang ada di Indonesia adalah Agrowisata Belimbing Karangsari yang secara administratif berada di Kelurahan Karangsari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar, Provinsi Jawa Timur. Agrowisata Belimbing Karangsari merupakan kawasan agrowisata yang berasal dari lahan perkebunan buah belimbing milik warga. Agrowisata Belimbing ini merupakan inisiatif dari masyarakat pada tahun 2005 untuk bisa memanfaatkan tanah desa (tanah bengkok) menjadi kebun belimbing seluas 5 hektar. Tahun 2007 mulai ditanam 2.500 pohon belimbing. Proses penanaman ini dilakukan oleh Kelompok Tani Agrowisata Belimbing. Populasi Belimbing Karangsari sekarang mencapai lebih dari 30 ribu tanaman. Belimbing Karangsari merupakan varietas unggul yang dikembangkan di Kota Blitar sesuai Keputusan Menteri Pertanian No.483/Kpts/LB 240/8/2004 (Wirausahaanews, 2014).

Agrowisata merupakan salah satu bentuk pariwisata yang berkembang pesat di Indonesia. Agrowisata Blimbing Karangsari, yang terletak di Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar, Jawa Timur, menjadi salah satu destinasi agrowisata yang menarik perhatian pengunjung. Agrowisata ini menawarkan pengalaman unik melalui eksplorasi kebun, edukasi tentang pertanian, serta kesempatan untuk menikmati keindahan alam sekitar. Model agrowisata yang disediakan diantaranya adalah atraksi petik belimbing, pembelajaran terhadap penanaman atau budidaya belimbing, dan pengolahan buah belimbing.

Petani pengelola bersama Dinas Komunikasi Informatika dan Pariwisata Daerah Kota Blitar dan Dinas Pertanian Perikanan dan Peternakan Kota Blitar terus berupaya untuk mengoptimalkan keberadaan Agrowisata Belimbing Karangsari terutama dalam pembangunan fasilitas dan pengembangan teknologi untuk mendukung keberlangsungan agrowisata dan memperbaiki layanan konsumen. Kawasan Agrowisata Belimbing Karangsari ini akan dikembangkan menjadi kawasan fungsional yang memiliki fungsi ekologis sekaligus fungsi pariwisata.

Menurut Priansah (2017), mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang

diharapkan. Apabila harapan konsumen merasa terpenuhi maka konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut dengan harapan dapat memuaskan dirinya.

Loyalitas pengunjung menjadi faktor kritis yang mempengaruhi keberhasilan suatu destinasi agrowisata. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat Loyalitas pengunjung pada Agrowisata Blimbing Karangsari. Analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi Loyalitas pengunjung, sehingga dapat memberikan masukan konstruktif untuk pengembangan dan peningkatan kualitas di agrowisata tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Seberapa besar pengaruh kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung di Agrowisata Belimbing Karangsari?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui pengaruh kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung agrowisata blimbing karangsari.

1.4 Batasan Penelitian

Batas penelitian atau ruang lingkup penelitian merupakan pembatasan yang dibuat oleh peneliti untuk fokus terhadap masalah yang diteliti dimana peneliti hanya mengkaji yang berhubungan dengan tingkat kepuasan pengunjung terhadap loyalitas kpengunjung agrowisata blimbing karangsari kota blitar

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung

2. Bagi Agrowisata

Dapat menjadi pertimbangan untuk mengembangkan potensi agrowisata blimbing karangsari blitar

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Loyalitas pengunjung dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu harga, lokasi, dan kepuasan pengunjung. Harga yang wajar dan lokasi yang strategis meningkatkan kemungkinan pengunjung untuk kembali. Kepuasan pengunjung, yang dipengaruhi oleh kualitas produk, layanan, dan pengalaman, merupakan faktor penting dalam meningkatkan loyalitas. Promosi, meskipun tidak secara langsung meningkatkan loyalitas, dapat menarik pengunjung baru dan meningkatkan awareness tentang adanya agrowisata blimbing karangsari Blitar

5.2 Saran

Saran yang bisa saya berikan untuk Agrowisata Blimbing karangsari Blitar sebagai berikut :

Loyalitas pengunjung dipengaruhi oleh harga, lokasi, dan kepuasan. Harga wajar dan lokasi strategis menarik pengunjung baru. Kepuasan, dipengaruhi oleh kualitas produk, layanan, dan pengalaman, meningkatkan loyalitas. Promosi menarik pengunjung baru. Pengusaha perlu fokus pada semua faktor ini. Tentukan harga wajar, pilih lokasi strategis, dan tingkatkan kualitas produk dan layanan. Ciptakan suasana nyaman dan dengarkan feedback pengunjung. Gunakan berbagai saluran marketing dan promo menarik. Implementasikan program loyalitas dan jalin hubungan baik dengan pelanggan. Terus berinovasi dan tingkatkan pengalaman pengunjung. Loyalitas membutuhkan usaha jangka panjang. Fokuslah pada pengalaman terbaik dan dengarkan kebutuhan pengunjung. Dengan dedikasi dan strategi tepat, Anda dapat mencapai kesuksesan jangka panjang dan promosi yang dapat dilakukan dengan menggunakan sosial media beupa instagram,tik tok ,facebook dan melalui groub-groub WA dan juga melakukan endorsmen terhadap selebgram yang ada di Kota Blitar agar lebih bisa dikenal luas oleh masyarakat Kota Blitar.

Daftar Pustaka

- Printianto, I. 2014. Kinerja Karyawan Agrowisata dalam Mendukung Pengembangan Agrowisata Kampong Kopi Banaran Kabupaten Semarang. Tesis. Program Studi Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- Deptan. 2005. Agrowisata Meningkatkan Pendapatan Petani. <http://database.deptan.go.id/agrowisata>.
- Utama. 2005. Persepsi dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung ke Kebun Raya Eka Karya Bali. Laporan Penelitian. Program Studi Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Dhyana Pura Denpasar. Bali.
- Pitana. 2002. Pengembangan Ekowisata di Bali. Makalah Seminar Ekowisata. Universitas Udayana. Bali.
- Sastrayuda, G. S. (2010). Konsep Pengembangan Kawasan Agro Wisata Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan Resort And Leisur
- Damanik J dan Weber. 2006. Perencanaan Ekowisata. ANDI. Yogyakarta.
- Wahab, S. 1992. Manajemen Kepariwisataan. Penerjemah Frans Gromang. Pradya Paramita. Jakarta.
- Tjiptono. (2006). Strategi Pemasaran. Andi Offset.
- Jjiptono, Fandy, (2011 : 59) Strategi Pemasaran Edisi 3, Yogyakarta
- Kotler and Amstrong , (2011:345) principles of marketing , 15th editon, personeducation limited
- Mutia, Achyar Eldine, dan Leny Muniroh. "Kualitas Pelayanan Dan Pemuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan." Manager : Jurnal Ilmu Manajemen 1, no. 1 (1 November 2018): 57-73
- Kotler & Keller. (2006). Manajemen Pemasaran, Edisi 12 jilid 1, Terjemahan (Molan Benyamin). Indonesia: PT. Indeks.
- Fandy Tjiptono. (2000). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andy. Ghazali, ImamFandy, Tjiptono. (2014). Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.Fandy, Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi. YogyakartaFandy, Tjiptono. (2016). Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi
- Lepojevic, V., & Dukic, S. (2018). Factors Affecting Customer Loyalty In The Business Market - An Empirical Study In The Republic Of Serbia1 . Economics And Organization Vol. 15, No 3 , 245 – 256.



Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Dengan Program Multivariate Ibm
Spss 21.Semarang





University of Islam Malang
REPOSITORY



© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id