

NASKAH PUBLIKASI JURNAL

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN JASA AGROWISATA PETIK JERUK DI DESA
SELOREJO, KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG**

**CONSUMER SATISFACTION ANALYSIS OF SERVICES QUALITY
ORANGE AGRO-TOURISM IN SELOREJO VILLAGE, DAU SUB-
DISTRICT, MALANG DISTRICT**

Oleh :

TIARA RATNA AGUNG AISYAH

125040100111134



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG**

2016

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN JASA AGROWISATA PETIK JERUK DI DESA
SELOREJO, KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG**

Oleh :

TIARA RATNA AGUNG AISYAH

125040100111134

JURNAL

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Strata Satu (S1)**

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2016

Lembar Persetujuan Naskah Publikasi Jurnal

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN JASA AGROWISATA PETIK JERUK DI DESA
SELOREJO, KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG**

**CONSUMER SATISFACTION ANALYSIS OF SERVICES QUALITY
ORANGE AGRO-TOURISM IN SELOREJO VILLAGE, DAU SUB-
DISTRICT, MALANG DISTRICT**

Oleh :

Nama Mahasiswa : Tiara Ratna Agung Aisyah

NIM : 125040100111134

Jurusan : Sosial Ekonomi

Program Studi : Agribisnis

Menyetujui : Dosen Pembimbing

Disetujui Oleh,
Pembimbing Utama

Nur Baladina, SP., MP

NIP. 19820214 200801 2 012

Mengetahui,
a.n Dekan

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Mangku Purnomo, SP, M.Si, Ph.D

NIP. 19770420 200501 1 001

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA
AGROWISATA PETIK JERUK DI DESA SELOREJO, KECAMATAN DAU
KABUPATEN MALANG**

*Consumer Satisfaction Analysis Of Services Quality Orange Agro-Tourism In Selorejo
Village, Dau Sub-District, Malang District*

Tiara Ratna Agung Aisyah¹⁾, Nur Baladina²⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya

²⁾ Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya

ABSTRACT

Research was conducted on oranges agrotourism in the village Selorejo, District Dau, Malang. The purpose of this study was to analyze the gaps (gap) between the expectations and perceptions of visitors to the quality of services provided by the five dimensions namely tangible (tangible), reliability (reliable), responsiveness (responsivness), guarantees and certainty (assurance), and empathy (empathy) in agro picking oranges in the village Selorejo, analyze the attributes priority to increase customer satisfaction in agro picking oranges in the village Slorejo, and formulate the proposed improvements of service quality agro picking oranges in the village Slorejo. The method used in this research is the method of service quality. This method uses gaps 5 with 5 dimensions in analyzing service quality. Based on the gap analysis gap 5 shows that visitors feel dissatisfied with the quality of services given quotation oranges agrotourism in Selorejo. Priority repairs need to be done by the management of oranges agrotourism in Selorejo contained in five variables, namely supporting facilities in the garden, the cleanliness of the tourist area, supporting equipment in the garden, speed of employees in response and safety in oranges agrotourism Selorejo. The cause of the negative value of the variable is the gap 1, which is a gap between perception management's expectations with an expected visitor itself. So the proposed improvements to the gap 1 is to conduct market research in order to know the visitor satisfaction. Proposed improvement on variable can be done by improving and adding support facilities, such as adequate place of registration, the number of knife is added to each visitor, and tourism activities made more attractive to visitors.

Keywords: Service Quality, Agrotourism

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kesenjangan (*gap*) antara harapan dan persepsi pengunjung terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan berdasarkan lima dimensi yaitu berwujud (*tangible*), reliabilitas (*reliable*), ketanggapan (*responsivness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*) di agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo, menganalisis prioritas atribut untuk meningkatkan kepuasan konsumen di agrowisata petik jeruk di Desa Slorejo, dan merumuskan usulan perbaikan kualitas pelayanan jasa agrowisata petik jeruk di Desa Slorejo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *service quality*. Metode ini menggunakan 5 *gap* atau kesenjangan dengan 5 dimensi dalam menganalisis *service quality*. Berdasarkan analisis kesenjangan *gap* 5 menunjukkan bahwa pengunjung merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan agrowisata petik jeruk Selorejo. Prioritas perbaikan yang perlu dilakukan oleh pengelola agrowisata petik jeruk Selorejo terdapat pada 5 variabel yaitu fasilitas penunjang di kebun, kebersihan kawasan

wisata, peralatan penunjang di kebun, kecepatan karyawan dalam merespon dan keamanan agrowisata petik jeruk Selorejo. Penyebab nilai negatif variabel tersebut adalah *gap* 1, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan pengunjung dengan harapan pengunjung itu sendiri. Sehingga usulan perbaikan pada *gap* 1 adalah dengan melakukan riset pasar agar dapat diketahui kepuasan pengunjung tersebut. Usulan perbaikan pada variabel dapat dilakukan dengan memperbaiki dan menambah fasilitas penunjang, seperti gedung kantor yang memadai, jumlah pisau ditambahkan untuk masing-masing pengunjung, serta kegiatan wisata yang dibuat lebih menarik untuk pengunjung.

Kata Kunci: *Service Quality*, Agrowisata

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kecenderungan masyarakat untuk kembali ke alam menyebabkan perkembangan wisata yang berbasis alam menjadi potensial, tak terkecuali wisata yang berbasis alam pertanian (agrowisata). Agrowisata dapat digunakan sebagai media promosi produk pertanian, media pendidikan bagi masyarakat, dan juga sebagai jasa bagi pemenuhan kebutuhan konsumen akan pemandangan yang indah dan udara yang segar. Saat ini, agrowisata telah dikembangkan di berbagai daerah seperti di Kota Sidoarjo, Kota Batu dan juga Kabupaten Malang. Wisata petik jeruk Selorejo berada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Perkembangan usaha di bidang wisata alam tidak lepas dari usaha untuk memuaskan konsumennya. Pengusaha agrowisata juga harus selalu berusaha memuaskan konsumennya agar dapat memajukan usahanya.

Kepuasan konsumen tidak hanya dapat dilihat melalui produk yang dihasilkan, melainkan juga melalui pelayanan yang telah diberikan (Umar, 2005). Hal ini juga yang harus dilakukan oleh pengusaha petik jeruk di Desa Selorejo agar usahanya dapat terus berjalan. Kualitas pelayanan juga menjadi perhatian utama bagi konsumen dalam menikmati produk dan jasa yang diberikan suatu perusahaan. Konsumen dapat dipuaskan melalui berbagai cara, termasuk melalui sikap yang baik dalam pelayanan. Sikap karyawan dalam melayani konsumen akan dinilai setelah konsumen menerima secara langsung bentuk dari pelayanan tersebut. Bentuk pelayanan yang dapat diberikan kepada konsumen mencakup lima dimensi yaitu berwujud (*tangible*), reliabilitas (*reliable*), ketanggapan (*responsivness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Penelitian ini menganalisis kepuasan pengunjung terhadap agrowisata petik jeruk Selorejo, prioritas perbaikan yang perlu dilakukan serta usulan perbaikan yang dapat diberikan. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Besarnya pengaruh pelayanan untuk mencapai kepuasan konsumen menyebabkan agrowisata petik jeruk Selorejo harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Agrowisata petik jeruk Selorejo harus melakukan perbaikan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung.

Rumusan Masalah

Perkembangan masyarakat yang mulai beralih untuk berwisata ke alam daripada wisata buatan menyebabkan pengusaha-pengusaha di bidang wisata agro mulai mengembangkan usahanya. Banyaknya lokasi wisata yang berbasis pertanian mengharuskan para pengusahanya berusaha semaksimal mungkin agar tetap dapat menarik minat pengunjung. Salah satu cara untuk mengukur keberhasilan kinerja perusahaan dapat dilihat dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen melalui pelayanan yang dilakukan dapat dianalisis melalui lima dimensi yaitu berwujud (*tangible*), reliabilitas (*reliable*), ketanggapan (*responsivness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*). Ketika harapan pengunjung melebihi persepsi atau kenyataan yang ada maka akan muncul masalah atau kesenjangan (*gap*). Keluhan-keluhan dari pengunjung agrowisata petik jeruk Selorejo mengenai kurangnya pisau

maupun tidak adanya fasilitas penunjang dapat diartikan sebagai adanya kesenjangan dari dimensi berwujud (*tangible*) seperti fasilitas fisik dan kecukupan perlengkapan. Ketidakpuasan pengunjung akan dapat menurunkan tingkat loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat dicapai dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen agrowisata petik jeruk Selorejo adalah dengan menghitung kesenjangan antara harapan dan persepsi pengunjung. Kesenjangan antara harapan dan persepsi pengunjung dapat diketahui melalui atribut-atribut yang mempengaruhi pengunjung untuk melakukan kunjungan di agrowisata petik jeruk Selorejo. Kesenjangan antara harapan dan persepsi pengunjung atas kualitas pelayanan jasa yang diberikan dapat dihitung dengan metode *service quality*. Jika agrowisata petik jeruk Selorejo dapat mengetahui kesenjangan antara harapan dan persepsi pengunjung, maka dapat dilakukan evaluasi dan perbaikan kualitas pelayanan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen pengunjung agrowisata petik jeruk Selorejo.

Masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kesenjangan (*gap*) antara harapan dan persepsi pengunjung terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan berdasarkan lima dimensi yaitu berwujud (*tangible*), reliabilitas (*reliable*), ketanggapan (*responsivness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*) di agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo?
2. Bagaimana prioritas variabel untuk meningkatkan kepuasan konsumen di agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo?
3. Bagaimanakah usulan perbaikan kualitas pelayanan jasa agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kesenjangan (*gap*) antara harapan dan persepsi pengunjung terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan berdasarkan lima dimensi yaitu berwujud (*tangible*), reliabilitas (*reliable*), ketanggapan (*responsivness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*) di agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo
2. Menganalisis prioritas atribut untuk meningkatkan kepuasan konsumen di agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo
3. Merumuskan usulan perbaikan kualitas pelayanan jasa agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo

Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi kualitas pelayanan jasa oleh pengusaha petik jeruk di Desa Selorejo
1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain dalam mengevaluasi kualitas jasa perusahaan
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan jasa agrowisata

METODE

Metode Penentuan Lokasi

Lokasi penelitian berada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive* berdasarkan pertimbangan bahwa Desa Selorejo merupakan desa wisata khusus buah jeruk. Desa Selorejo dikenal sebagai desa wisata petik jeruk dengan berbagai jenis jeruk seperti jeruk baby java dan valencia.

Metode Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini ada dua yaitu, responden pengunjung dan responden pengelola agrowisata. Penentuan responden dilakukan dengan teknik non probabilitas sampling (*non probability sampling*) yaitu insidental sampling (*incidental sampling*) dan *purposive* sampling. Insidental sampling digunakan untuk menentukan

responden pengunjung. Penentuan jumlah responden pengunjung mengacu pada jumlah pengunjung tahun 2015 yaitu 1.210 orang dengan rumus slovin. Sedangkan jumlah responden pengelola (manajer dan karyawan) agrowisata sebanyak 7 orang menggunakan *purposive sampling*.

Berdasarkan ukuran populasi pada tahun 2015 dengan persentase kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10 %, maka diperoleh jumlah sampel yang akan digunakan yaitu :

$$n = \frac{1210}{1 + (1210 \times 0,1^2)}$$

$$= 92,36$$

$$= 92 \text{ orang}$$

Maka jumlah sampel pengunjung dalam penelitian ini adalah sebanyak 92 orang pengunjung. Sedangkan responden pengelola (manajer dan karyawan) sebanyak 7 orang. Jadi jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 orang.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dilakukan selama kegiatan mulai dari pendaftaran kunjungan, persiapan alat penunjang di kebun, dan selama kegiatan wisata di kebun.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab responden sesuai pengetahuan dari responden tersebut terkait objek penelitian. Penelitian ini menggunakan enam jenis kuisioner yaitu :

- Kuisioner untuk tingkat kepentingan, bertujuan untuk mengukur tingkat kepentingan atribut menurut responden. Kuisioner ini diisi oleh pengunjung agrowisata.
- Kuisioner harapan dan persepsi pengunjung, bertujuan untuk mengukur harapan dan persepsi pengunjung terhadap setiap pertanyaan. Kuisioner ini diisi oleh pengunjung agrowisata.
- Kuisioner persepsi manajemen terhadap harapan konsumen, bertujuan untuk mengukur persepsi manajemen terhadap harapan konsumen. Kuisioner ini diisi oleh manajer agrowisata.
- Kuisioner spesifikasi kualitas jasa, bertujuan untuk mengukur kesesuaian persepsi manajemen terhadap spesifikasi kualitas jasa yang ditetapkan. Kuisioner diisi oleh manajer agrowisata.
- Kuisioner penyampaian jasa yang digunakan, bertujuan untuk mengukur kesesuaian penilaian spesifikasi kualitas jasa terhadap penyampaian jasa yang dilakukan. Kuisioner ini diisi oleh staf agrowisata.
- Kuisioner komunikasi eksternal, bertujuan untuk mengukur kesesuaian penilaian penyampaian jasa terhadap komunikasi eksternal. Kuisioner ini diisi oleh staf agrowisata.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berupa foto terkait aktifitas yang dilakukan saat penelitian maupun dokumen-dokumen dari perusahaan. Dokumentasi yang didapat berupa dokumen dari perusahaan, foto banner informasi agrowisata dan foto kegiatan wisata.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode *service quality*. Metode analisis *service quality* digunakan untuk menjawab ketiga tujuan penelitian.

1. Perhitungan nilai gap 5

Perhitungan gap 5 digunakan untuk menjawab tujuan pertama yaitu menganalisis kesenjangan antara harapan dan persepsi pengunjung.

$$S5 = \text{skor } \bar{P} - \text{skor } \bar{E}$$

$$S5 \text{ terbobot} = S5 \times \text{bobot kepentingan}$$

Keterangan:

$S5$ = *servqual score gap* 5 (skor gap 5)

Skor $\bar{P}$ = skor rata-rata persepsi

Skor $\bar{E}$ = skor rata-rata harapan

- a. Skor persepsi pengunjung ditentukan dengan rata-rata nilai persepsi ($\bar{P}$) untuk setiap variabel

$$\bar{P} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{n}$$

Keterangan :

P_i = nilai persepsi yang diberikan pelanggan atau manajemen untuk pertanyaan ke- i

n = jumlah responden

- b. Skor harapan pengunjung ditentukan dengan rata-rata nilai harapan ($\bar{E}$) untuk setiap variabel

$$\bar{E} = \frac{\sum_{i=1}^n E_i}{n}$$

Keterangan :

E_i = nilai harapan yang diberikan pelanggan atau manajemen untuk pertanyaan ke- i

n = jumlah responden

- c. Bobot kepentingan ditentukan dari data tingkat kepentingan variabel menurut responden

$$\text{Bobot kepentingan} = \frac{\text{rata-rata kepentingan tiap atribut}}{\text{jumlah seluruh rata-rata kepentingan atribut}}$$

Pengunjung dikatakan puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan jika *gap* 5 bernilai positif. Sedangkan apabila nilai *gap* 5 negatif, artinya adalah pengunjung merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Jika $S5 > 0$ = puas
 Jika $S5 = 0$ = puas
 Jika $S5 < 0$ = tidak puas

Penyebab ketidakpuasan pengunjung dianalisis dengan menganalisis *gap* keseluruhan, dimulai dari *gap* 1, *gap* 2, *gap* 3 dan *gap* 4.

2. Tujuan penelitian kedua dijawab dengan menganalisis *gap* keseluruhan yaitu *gap* 1, *gap* 2, *gap* 3, dan *gap* 4. Analisis *gap* keseluruhan dilakukan untuk mengetahui hasil kesenjangan dari masing-masing *gap*, penyebab kesenjangan pada *gap* 5 dan prioritas atribut yang diperbaiki.

- a. *Gap* 1

Gap 1 menunjukkan kesenjangan persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen dengan ekspektasi konsumen. Data diperoleh dari hasil wawancara ekspektasi konsumen dan persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen.

$$S1 = \text{skor } \bar{PM} - \text{skor } \bar{E}$$

keterangan:

$S1 = \text{servqual score gap 1}$

Skor $\overline{PM}$ = skor rata-rata persepsi manajemen

Skor $\overline{E}$ = skor rata-rata harapan

Jika nilai *gap* 1 negatif, maka penyebab *gap* 5 negatif ada pada *gap* 1. Sedangkan jika nilai *gap* 1 positif, maka dilakukan perhitungan *gap* 2.

b. *Gap* 2

Gap 2 menunjukkan kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas jasa. Data diperoleh dari hasil wawancara kuisioner spesifikasi kualitas jasa dan persepsi manajemen. Perhitungan *gap* 2 adalah :

$$S2 = \text{skor } \overline{SKJ} - \text{skor } \overline{PM}$$

Keterangan:

$S2 = \text{servqual score gap 2}$

Skor $\overline{SKJ}$ = skor rata-rata spesifikasi kualitas jasa

Skor $\overline{PM}$ = skor rata-rata persepsi manajemen

Jika nilai *gap* 2 negatif, maka penyebab *gap* 5 negatif ada pada *gap* 2. Sedangkan jika nilai *gap* 2 positif, maka dilakukan perhitungan *gap* 3.

c. *Gap* 3

Gap 3 menunjukkan kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas jasa. Data diperoleh dari wawancara kuisioner penyampaian jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Perhitungan *gap* 3 adalah :

$$S3 = \text{skor } \overline{PJ} - \text{skor } \overline{SKJ}$$

Keterangan:

$S3 = \text{servqual score gap 3}$

Skor $\overline{PJ}$ = skor rata-rata penyampaian jasa

Skor $\overline{SKJ}$ = skor rata-rata spesifikasi kualitas jasa

Jika nilai *gap* 3 negatif, maka penyebab *gap* 5 negatif ada pada *gap* 3. Sedangkan jika nilai *gap* 3 positif, maka dilakukan perhitungan *gap* 4.

d. *Gap* 4

Gap 4 menunjukkan kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Data diperoleh dari wawancara kuisioner penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Perhitungan *gap* 4 adalah :

$$S4 = \text{skor } \overline{PJ} - \text{skor } \overline{KE}$$

Keterangan:

$S4 = \text{servqual score gap 4}$

Skor $\overline{PJ}$ = skor rata-rata penyampaian jasa

Skor $\overline{KE}$ = skor rata-rata komunikasi eksternal

Jika nilai *gap* 4 negatif, maka penyebab *gap* 5 negatif ada pada *gap* 4.

3. Tujuan ketiga adalah merumuskan usulan perbaikan atribut yang dijawab dengan melihat kondisi lapang yang ada untuk disesuaikan dengan usulan perbaikan yang dapat diberikan. Rumusan usulan perbaikan didukung dengan literatur penelitian terdahulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan Agrowisata Petik Jeruk Selorejo

Desa Selorejo berada pada ketinggian $\pm 800-1200$ mdpl dengan topografi pegunungan. Luas daerah Desa Selorejo adalah 2544,676 Ha dengan suhu rata-rata 25°C . Sebagian besar wilayahnya merupakan hutan dengan wilayah lereng gunung dengan curah hujan 100 mm/tahun. Batas wilayah Desa Selorejo adalah :

Utara : Desa Gading Kulon

Selatan : Desa Petungsewu

Timur : Desa Tegalwaru

Barat : Hutan

Agrowisata petik jeruk Selorejo terletak di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang bagian utara. Lokasinya berada sekitar 17 km dari ibukota kabupaten dan 7 km dengan kota kecamatan terdekat. Secara topografi agrowisata petik jeruk Selorejo berada pada 800-1200 meter di atas permukaan laut (mdpl). Total luas tanaman jeruk sebesar 10 hektar yang terbagi ke dalam empat bagian yaitu Selokerto, Gumuk, Tegal Waru dan Petung Sewu.

Kesenjangan (gap) antara harapan dan persepsi pengunjung Agrowisata

Kesenjangan antara harapan dan persepsi pengunjung (*gap 5*) menunjukkan puas atau tidaknya pengunjung terhadap kualitas jasa yang diberikan. Jika hasil perhitungan *gap 5* adalah positif (>0) artinya pengunjung merasa puas, namun jika bernilai negatif (<0), artinya adalah pengunjung merasa tidak puas. Namun jika hasilnya adalah sama dengan nol ($=0$) maka kualitas jasa yang ada di agrowisata telah sesuai dengan harapan konsumen.

Variabel	Bobot Kepentingan	Persepsi Pengunjung	Harapan Pengunjung	Nilai <i>gap 5</i> Terbobot
A1	0,06	3,20	4,40	-0,07
A2	0,06	3,04	4,53	-0,10
A3	0,07	3,11	4,60	-0,11
A4	0,06	3,46	4,64	-0,08
A5	0,06	3,22	4,67	-0,10
B1	0,06	3,43	4,70	-0,08
B2	0,06	3,48	4,66	-0,08
B3	0,06	3,51	4,71	-0,08
C1	0,06	3,46	4,73	-0,08
C2	0,06	3,34	4,70	-0,09
D1	0,07	3,77	4,85	-0,08
D2	0,06	3,62	4,70	-0,07
D3	0,07	3,30	4,65	-0,10
E1	0,06	3,50	4,64	-0,07
E2	0,06	3,46	4,73	-0,08

Hasil perhitungan *gap 5* pada tabel 19 seluruhnya bernilai negatif, hal ini berarti pengunjung merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan jasa agrowisata petik jeruk Selorejo. Penyebab ketidakpuasan pengunjung dapat diketahui dari sisi penyedia jasa melalui empat macam kesenjangan yaitu nilai *gap 1*, 2, 3 dan 4.

a. *Gap 1*

Gap 1 menunjukkan kesenjangan antara persepsi manajemen dengan harapan konsumen.

Variabel	Persepsi Manajemen	Harapan Pengunjung	Nilai <i>gap 1</i>	Keterangan
A1	2	4,40	-2,40	Negatif
A2	2	4,53	-2,53	Negatif

A3	3	4,60	-1,60	Negatif
A4	3	4,64	-1,64	Negatif
A5	3	4,66	-1,66	Negatif
B1	4	4,46	-0,46	Negatif
B2	4	4,66	-0,66	Negatif
B3	4	4,72	-0,72	Negatif
C1	4	4,47	-0,74	Negatif
C2	4	4,70	-0,70	Negatif
D1	4	4,85	-0,85	Negatif
D2	4	4,68	-0,68	Negatif
D3	5	4,65	0,35	Positif
E1	4	4,64	-0,64	Negatif
E2	4	4,74	-0,74	Negatif

Hasil perhitungan *gap* 1 menunjukkan bahwa hampir seluruh variabel bernilai negatif kecuali pada variabel D3 yaitu keamanan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat ketidaksesuaian atau kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan pengunjung dengan harapan pengunjung pada variabel keamanan.

b. *Gap* 2

Gap 2 menunjukkan adanya kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan persepsi manajemen terhadap harapan pengunjung.

Variabel	Spesifikasi Kualitas Jasa	Persepsi Manajemen	Nilai Gap 2	Keterangan
A1	2	2	0	Positif
A2	2	2	0	Positif
A3	3	3	0	Positif
A4	5	3	2	Positif
A5	4	3	1	Positif
B1	4	4	0	Positif
B2	5	4	1	Positif
B3	4	4	0	Positif
C1	4	4	0	Positif
C2	4	4	0	Positif
D1	5	4	1	Positif
D2	5	4	1	Positif
D3	5	4	1	Positif
E1	5	4	1	Positif
E2	5	4	1	Positif

Hasil perhitungan *gap* 2 menunjukkan bahwa seluruh nilai pada variabelnya adalah positif. Hal ini berarti spesifikasi kualitas jasa yang diterapkan sudah mampu menginterpretasikan persepsinya mengenai harapan pengunjung.

c. *Gap* 3

Gap 3 menunjukkan adanya kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa.

Variabel	Penyampaian Jasa	Spesifikasi Kualitas Jasa	Nilai gap 3	Keterangan
A1	4,67	2	2,67	Positif
A2	4,50	2	2,50	Positif
A3	4,50	3	1,50	Positif
A4	4,50	5	-0,50	Negatif
A5	4,67	4	0,67	Positif

B1	4,50	4	0,50	Positif
B2	4,50	5	-0,50	Negatif
B3	4,67	4	0,67	Positif
C1	4,67	4	0,67	Positif
C2	4,67	4	0,67	Positif
D1	4,33	5	-0,67	Negatif
D2	4,50	5	-0,50	Negatif
D3	4,00	4,50	-0,50	Negatif
E1	4,33	5	-0,67	Negatif
E2	4,50	5	-0,50	Negatif

Berdasarkan hasil perhitungan *gap* 3 pada variabel, sejumlah 9 variabel bernilai positif dan 7 variabel bernilai negatif. Variabel yang bernilai negatif adalah A5, B2, D1, D2, D3, E1, dan E2 yaitu peralatan penunjang di kebun, kesesuaian harga jeruk, suasana agrowisata, pengetahuan karyawan, keamanan, antusiasme karyawan dan perhatian karyawan.

d. Gap 4

Analisis *gap* 4 digunakan untuk menganalisis kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal.

Variabel	Penyampaian Jasa	Komunikasi Eksternal	Nilai <i>gap</i> 4	Keterangan
A1	3,33	3,83	-0,50	Negatif
A2	4,33	4,50	-0,17	Negatif
A3	3,67	4,67	-1	Negatif
A4	4,33	4,33	0	Positif
A5	5,00	4,67	0,33	Positif
B1	4,67	4,17	1	Positif
B2	5,00	4,17	0,83	Positif
B3	4,67	4,17	0,5	Positif
C1	4,33	4,33	0	Positif
C2	3,67	4,33	-0,66	Negatif
D1	4,67	4,67	0	Positif
D2	4,67	4,33	0,34	Positif
D3	4,67	4,67	0	Positif
E1	4,67	4,33	0,34	Positif
E2	4,33	4,33	0	Positif

Berdasarkan hasil perhitungan *gap* 4 pada variabel, terdapat 4 variabel yang bernilai negatif dan sisanya bernilai positif. Variabel yang bernilai negatif adalah A1, A2, A3, dan C2, yaitu tempat pendaftaran, fasilitas penunjang di kebun, dan kecepatan karyawan dalam merespon.

e. Analisis Gap Keseluruhan

Analisis *gap* keseluruhan dilakukan dengan rekapitulasi hasil pengukuran seluruh *gap* yaitu *gap* 1, 2, 3 dan *gap* 4.

Variabel	Gap 5	Gap 1	Gap 2	Gap 3	Gap 4	Keterangan Penyebab Gap
A1	-0,07	-2,40	0	2,67	-0,50	Gap 1
A2	-0,10	-2,53	0	2,50	-0,17	Gap 1
A3	-0,11	-1,60	0	1,50	-1,00	Gap 1
A4	-0,08	-1,64	2	-0,50	0	Gap 1
A5	-0,10	-1,66	1	0,67	0,33	Gap 1

B1	-0,08	-0,46	0	0,50	1	Gap 1
B2	-0,08	-0,66	1	-0,50	0,83	Gap 1
B3	-0,08	-0,72	0	0,67	0,50	Gap 1
C1	-0,08	-0,74	0	0,67	0	Gap 1
C2	-0,09	-0,70	0	0,67	-0,66	Gap 1
D1	-0,08	-0,85	1	-0,67	0	Gap 1
D2	-0,07	-0,68	1	-0,50	0,34	Gap 1
D3	-0,10	0,35	1	-0,50	0	Gap 3
E1	-0,07	-0,64	1	-0,67	0,34	Gap 1
E2	-0,08	-0,74	1	-0,50	0	Gap 1

Keterangan :

Cetak merah = nilai negatif pada gap (kesenjangan)

Berdasarkan hasil analisis *gap* keseluruhan diketahui bahwa seluruh variabel dan dimensi pada *gap* 5 bernilai negatif yang berarti bahwa pengunjung merasa tidak puas. Penyebab ketidakpuasan pengunjung adalah karena adanya kesenjangan di pada *gap* 1 dan 3.

Prioritas Perbaikan Variabel Kualitas Jasa Agrowisata Petik Jeruk

Prioritas dilakukan dengan memilih *gap* 5 dengan nilai kurang dari atau sama dengan -1,00 dan *gap* penyebab dengan nilai kurang dari atau sama dengan -1,00.

Penyebab Gap 5 bernilai negatif	Variabel Kualitas Pelayanan	Nilai Gap 5	Nilai Gap Penyebab
Gap 1	Tempat pendaftaran	-0,07	-2,40
	Fasilitas penunjang di kebun	-0,10	-2,53
	Kebersihan kawasan wisata	-0,11	-1,60
	Kegiatan wisata	-0,08	-1,64
	Peralatan penunjang di kebun	-0,10	-1,66
	Kesesuaian kegiatan wisata	-0,08	-0,46
	Kesesuaian harga jeruk	-0,08	-0,66
	Ketepatan waktu operasional	-0,08	-0,72
	Kesiapan karyawan	-0,08	-0,74
	Kecepatan karyawan dalam merespon	-0,09	-0,70
	Suasana agrowisata	-0,08	-0,85
	Pengetahuan karyawan	-0,07	-0,68
	Perhatian karyawan	-0,08	-0,50
Gap 3	Antusiasme karyawan	-0,07	-0,64
	Keamanan	-0,10	-0,74

Keterangan :

Cetak warna = memenuhi kriteria kurang dari -1 hingga -1

Berdasarkan hasil pemilihan prioritas perbaikan terdapat 5 variabel yang sesuai dengan kriteria pemilihan prioritas perbaikan yaitu variabel kebersihan kawasan wisata, fasilitas penunjang di kebun, peralatan penunjang di kebun, keamanan, dan kecepatan karyawan dalam merespon.

Usulan Perbaikan Kualitas Jasa

Seluruh variabel yang telah diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan ada pada *gap* 1. *Gap* 1 muncul karena adanya kesenjangan dalam pihak manajemen dalam membaca harapan pengunjung. Perbaikan yang perlu dilakukan adalah dengan membaca riset pasar dan sering berkomunikasi dengan pengunjung agar dapat membaca harapan pengunjung dengan tepat.

Variabel Prioritas Perbaikan	Usulan Perbaikan Kualitas Jasa
Kebersihan kawasan wisata	1. Menyediakan tempat sampah di kebun setiap hari dan menambah jumlahnya 2. Membersihkan sampah-sampah plastik secara berkala 3. Menyediakan karyawan kebersihan kebun
Fasilitas penunjang di kebun	1. Membangun toilet di area kebun 2. Membangun mushola di area kebun 3. Menyediakan beberapa tempat duduk di kebun untuk beristirahat (gazebo)
Peralatan penunjang di kebun	1. Menyediakan lebih banyak pisau untuk memecah buah jeruk 2. Menyediakan tongkat pengait atau tangga pijakan untuk mengambil jeruk yang posisinya tinggi 3. Jumlah keranjang jeruk diperbanyak
Keamanan	1. Menyediakan petugas penjaga keamanan 2. Menyediakan lokasi/tempat khusus untuk parkir yang aman
Kecepatan karyawan dalam merespon	1. Menyediakan lebih banyak tenaga kerja pemandu wisata 2. Menyediakan kotak kritik dan saran

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa pada agrowisata petik jeruk Selorejo, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kesenjangan (*gap* 5) terjadi pada seluruh dimensi yaitu dimensi berwujud (*tangible*), reliabilitas (*reliable*), ketanggapan (*responsivness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*) dengan 15 variabel. Adanya *gap* 5 menunjukkan bahwa pengunjung merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan jasa yang telah diberikan agrowisata petik jeruk Selorejo.
2. Prioritas perbaikan yang perlu dilakukan oleh pengelola agrowisata petik jeruk Selorejo terdapat pada 5 variabel yaitu fasilitas penunjang di kebun, kebersihan kawasan wisata, dan peralatan penunjang di kebun yang terdapat pada dimensi berwujud (*tangible*), kecepatan karyawan dalam merespon pada dimensi ketanggapan (*responsivness*) serta keamanan pada dimensi jaminan kepastian (*assurance*). Penyebab nilai negatif kelima variabel tersebut adalah *gap* 1, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan pengunjung dengan harapan pengunjung itu sendiri.
3. Kesenjangan yang ada terjadi pada *gap* 1, sehingga usulan perbaikan pada *gap* 1 adalah dengan melakukan riset pasar sehingga dapat diketahui kepuasan pengunjung tersebut. Usulan perbaikan pada variabel dapat dilakukan dengan memperbaiki dan menambah fasilitas-fasilitas penunjang, seperti tempat pendaftaran yang memadai, toilet dan mushola di area kebun, tempat sampah di kebun, jumlah pisau ditambahkan untuk masing-masing pengunjung, serta kegiatan wisata yang dibuat lebih menarik untuk pengunjung.

Saran

1. Saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah pengelola agrowisata petik jeruk Selorejo lebih sering berinteraksi dengan pengunjung mengenai kepuasan pengunjung terhadap pelayanan yang telah diberikan.
2. Variabel yang menjadi prioritas perbaikan dalam penelitian ini ada 5 yaitu fasilitas penunjang di kebun, kebersihan kawasan wisata, dan peralatan penunjang di kebun yang terdapat pada dimensi berwujud (*tangible*), kecepatan karyawan dalam merespon pada dimensi ketanggapan (*responsivness*) serta keamanan pada dimensi jaminan kepastian (*assurance*). Sehingga saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah dengan memperbaiki fasilitas-fasilitas yang telah ada dan membangun fasilitas-fasilitas penunjang yang belum ada.
3. Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah dengan menambahkan variabel instrumen penelitian seperti sarana komunikasi yang tersedia di lokasi penelitian dan dengan alat analisis lainnya seperti analisis *Importance Performance Analysis*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aak. 1994. *Budidaya Tanaman Jeruk*. Kanisius. Yogyakarta.
- Adya Atep. 2011. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Arlini dan Kurniasih. 2013. *Pengembangan Kualitas Pengembangan Produk Telekomunikasi Selular Diatas Kapal Menggunakan Metode Service Quality Dan Quality Function Deployment*. Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Indonesia.
- Ayodya, Wulan. 2007. *Kursus Singkat Usaha Rumah Makan Laris Manis*. PT.Gramedia. Jakarta.
- Gaspers, V. 2007. *Ekonomi Manajerial Pembuat Keputusan Bisnis*. PT. Gramedia pustaka utama. Jakarta.
- Gaspersz, V. 2007. *Organizational Excellence (Model Strategik Menuju World Class Quality Company)*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Hendayaningsih Heni, Soemitro, dan Tri. 2006. Strategi Pengelolaan Pemeliharaan Fasilitas Gedung Kantor Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi IV*. ISBN : 979-99735-1-1.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Jiwantara Kusmara, Sutrisno Agung *et al.* 2012. Penerapan Metode Servqual Untuk evaluasi dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Kegiatan Penyuluhan Bahasa Indonesia Praktis di Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Poros*, 2(1): 1-11
- Kaihatu *et al.* 2015. *Manajemen Komplain*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kecamatan Dau. 2016. Selayang Pandang Kecamatan Dau. (online). http://dau.malangkab.go.id/?page_id=5. Diakses pada tanggal 03 Februari 2016.
- Khairan M.Farhanul, Arijanto Sugih, Permata Gita. 2014. *Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Di Rumah Makan Sari Bundo Cabang Merak Dengan Menggunakan Metode sevice Quality*. Bandung. Institut Teknologi Nasional.

- Latief, Z. 2009. 50 Bisnis Jasa Menguntungkan. Transmedia pustaka. Jakarta.
- Lovelock et.al. Pemasaran Jasa-Perspektif Indonesia Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- Muna, Nailil. 2007. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Rawat Inap Rumah Sakit Islam Surakarta Menggunakan Metode Servqual dan Analisis Faktor. Surakarta. Universitas Sebelas Maret.
- Oktaviani W. R. dan R. N. Suryana. 2006. Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor). Jurnal Agro Ekonomi, 24(1): 41-58.
- Prasetya. 2009. Manajemen operasi. Med Press (anggota IKAPI). Jakarta.
- Puspasari. 2013. Pengembangan Kualitas Pelayanan Produk Telekomunikasi Selular di Atas kapal Menggunakan Metode *Service Quality* dan *Quality Function Deployment*. Jurnal Optimasi Sistem Industri, 12 (1) : 293-300.
- Rahardi. 2003. Cerdas Beragrobisnis. PT. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sastrayuda, S Gunmelar. 2010. Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Resort and Leisure.(online).http://file.upi.edu/Direktori/fpips/lainnya/gumelar_s/hand_out_mat_kuln_konsep_resort_and_leisure/pengembangan_kawasan_agro_wisata.pdf. Universitas Pendidikan Indonesia.Diakses pada 5 Februari 2016.
- Simamora Bilson. 2000. Panduan Riset Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sudarso, Andriasan. 2012. Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan. Deepublish. Yogyakarta.
- Sugiarto. 2007. Ekonomi Mikro Sebuah Kajian komprehensif. PT. Gramedia pustaka utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Stefano and Filho Casarotto *et al.* 2015. *A Fuzzy Servqual Based Method For Evaluated of Service Quality in the Hotel Industry*. Elsevier Procedia CIRP, 30 : 433-438.
- Tinaprilla Netti dan Martawijaya Elang Ilik. Punya Bisnis Sendiri itu Nikmat. 2008. Kompas. Jakarta.
- Triseptyanti, Ratna. 2008. Persepsi dan Aktivitas Pengunjung Agrowisata Kebun Buah di Taman Wisata Mekarsari Bogor. Bogor. Institut Pertanian Bogor.
- Triwibowo Sesar, Rukmi Hendang Setyo dan Harsono Ambar. Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Kawasan Wisata Kawah Putih Perum Perhutani Jawa Barat dan Banten dengan Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL). Jurnal Online Institut Teknologi Nasional, 2(1): 13-23.
- Umar, Husein. 2005. Riset Pemasaran Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Widasari, Evelyn. 2015. Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Metode Fuzzy-Servqual (Studi Kasus: Restoran Bakso Horeg Soekarno Hatta). Malang Universitas Brawijaya.

Widjaja, Bernard T. 2009. *Lifestyle Marketing* (Servlist: Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa dan Lifestyle). PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Yola Melfa dan Budianto Dwi. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12 (12) : 301-309.

Yousapronpaiboon Khanchitpol. 2013. SERVQUAL : Measuring Higher Education Service Quality in Thailand. *Elsevier Procedia*, 116 : 1088-1095.

Yulianto Arif. 2010. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Penerbangan Indonesia Paska Insiden Kecelakaan Pesawat Terbang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 1 (1) : 1-8.



