



Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Desa Wisata Wiau Lapi Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan

Analysis of Visitor Satisfaction Levels at Wiau Lapi Village Tareran District South Minahasa Regency

Eklesia Umbokahu¹, Grace Adonia Josefina Rumagit¹, Melissa Lady Gisela Tarore¹

¹⁾ Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia.

* Korespondensi: eklesiaumbokahu034@student.unsrat.ac.id

Kata kunci:

Agrowisata; Desa wisata; Kepuasan pengunjung

Keywords:

Agrotourism; Tourist village; Visitor satisfaction

Submit:

15 Mei 2025

Diterima:

11 Juli 2025

ABSTRAK

Agrowisata merupakan konsep wisata yang memanfaatkan potensi alam yang nantinya akan menghasilkan wisatawan. Adapun suatu jenis agrowisata yaitu desa wisata dengan konsep tradisi unik dari masyarakat, ataupun pemandangan alam, yang dapat dijumpai di Desa Wisata Wiau Lapi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tingkat kepuasan dari para pengunjung serta mengidentifikasi atribut kepentingan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai bulan Juni 2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan *accidental sampling*, dengan data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, nilai dari CSI adalah 75,95 persen dengan kriteria Puas. Adapun hasil dari IPA, mengidentifikasi variabel-variabel yang menjadi unggulan berupa wisata utama air terjun kulung-kulung, air terjun tuunan, penyulingan saguer, serta keramahan, kesigapan, dan pengetahuan dari petugas. Terdapat peningkatan maupun perbaikan yang perlu dilakukan dari Desa Wisata Wiau Lapi, yaitu lokasi yang tidak strategis, infrastruktur yang masih belum memadai dan kurangnya perhatian dalam kebersihan.

ABSTRACT

Agrotourism is a tourism concept that utilizes natural potential which will produce tourists. As for a type of agro-tourism, tourist village with a concept of unique traditions from the community, or natural scenery, can be found in the Wiau Lapi Tourism Village. This study analyze the level of satisfaction from the visitors and identify the attributes of interest. This research was conducted from April to June 2023. The method used in this study was purposive sampling and accidental sampling, with the data used in the form of primary data and secondary data. The analytical methods used in this study are the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). Results of this study indicate that the value of the CSI is 75.95 percent with the criteria of Satisfaction. As for the results of the IPA, identifying the leading variables in the form of the main tourism of Kulung-Kulung Waterfall, Tuunan Waterfall, Sauer Distillation, as well as the friendliness, alertness and knowledge of the officers. There are improvements that need to be made from the Wiau Lapi Tourism Village, such the location strategic, the infrastructure is still inadequate and there is a lack of attention to cleanliness.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertanian merupakan salah satu sektor perekonomian terbesar di Indonesia. Selain penunjang pangan, terdapat potensi lain yang berpengaruh terhadap pendapatan suatu daerah, yaitu agrowisata. Palit (2017) menyatakan bahwa agrowisata merupakan pengelolaan tempat wisata dengan memanfaatkan kekayaan alam yang selanjutnya dikelola agar menarik wisatawan untuk berkunjung. Dari kegiatan tersebut, masyarakat dan pengelola agrowisata dapat menghasilkan suatu pendapatan. Dari berbagai jenis wisata yang ada, agrowisata berbasis desa wisata menjadi salah satu pertimbangan wisatawan karena mengusung konsep tradisi unik dari masyarakat, ataupun pemandangan alam yang asri.

Desa wisata merupakan agrowisata yang melibatkan desa dengan memanfaatkan potensi budaya sosial, adat-istiadat, arsitektur tradisional dari masyarakat yang terkesan autentik, maupun pemanfaatan lingkungan alam yang dikelola dengan tetap memperhatikan aspek keberlanjutan desa (*sustainable*), pengembangan suatu desa tidak lagi terbatas dengan mengandalkan hasil panen dari suatu usaha tani, tetapi bisa mengarah pada kegiatan pemanfaatan alam yang mengundang ketertarikan konsumen dalam hal ini wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata. Desa wisata dapat dijumpai di berbagai daerah di Provinsi Sulawesi utara, salah satunya Desa Wisata Wiau Lapi.

Desa Wisata Wiau Lapi merupakan satu dari sembilan desa yang berada di kecamatan Tareran, Kabupaten Minahasa Selatan. Desa Wisata Wiau Lapi menjadi destinasi wisata yang mengusung konsep pemandangan alam, diantaranya Air terjun kulung-kulung, Air terjun tuunan, dan Kegiatan penyulingan saguer. Lanskap alam yang masih sangat asri menghasilkan antusiasme wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Wiau Lapi. Terwujudnya desa menjadi desa wisata berkat ketekunan dari Kelompok Sadar Wisata Desa Wiau Lapi (Pokdarwis Wiau Lapi). Pokdarwis Desa Wiau Lapi gencar melakukan pengembangan yang dibantu oleh masyarakat dan pemerintah untuk membangun infrastruktur dan fasilitas demi kenyamanan para pengunjung.

Semangat untuk mengembangkan Desa Wisata Wiau Lapi timbul dalam masyarakat dengan tujuan untuk menjangkau wisatawan dengan skala yang lebih luas. Akan tetapi Desa Wisata Wiau Lapi masih dihadapkan dengan kurangnya kunjungan wisatawan, yang dapat mengakibatkan Desa Wisata Wiau Lapi gagal bersaing dengan desa wisata lainnya. Untuk itu perlu dilakukan identifikasi perspektif wisatawan mengenai suatu desa wisata.

Pemahaman tentang ekspektasi maupun kepuasan wisatawan ketika berkunjung sangat diperlukan guna mempertahankan kualitas Desa Wisata Wiau Lapi. Informasi yang didapatkan dari timbal-balik (*feedback*) pengunjung dapat memperjelas arah investasi, yang nantinya akan menarik minat wisatawan, meningkatkan jumlah pengunjung lebih signifikan, yang nantinya akan menumbuhkan ekonomi pedesaan (*rural economic*) demi kesejahteraan masyarakat kedepannya.

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis tingkat kepuasan pengunjung Desa Wisata Wiau Lapi.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam kinerja dan kepentingan Desa Wisata Wiau Lapi

Manfaat Penelitian

1. Sebagai salah satu syarat peneliti untuk menyelesaikan studi S1 Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi.
2. Bagi masyarakat Desa Wisata Wiau Lapi, diharapkan dapat menjadi acuan maupun bahan evaluasi guna pengembangan desa wisata yang lebih maju kedepannya.
3. Bagi pembaca maupun peneliti lainnya, kiranya bisa menjadi bahan acuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan yaitu pada bulan April sampai dengan bulan Juni 2023 bertempat di Desa Wisata Wiau Lapi, Kecamatan Tareran, Kabupaten Minahasa Selatan, Sulawesi Utara.

Metode pengumpulan sampel

Metode yang digunakan dalam pengumpulan sampel adalah sampel yang diambil secara tidak sengaja (*accidental sampling*) dan secara sengaja (*purposive sampling*). Sampel yang diambil secara *accidental sampling* adalah Pengunjung Desa Wisata Wiau Lapi, sedangkan untuk sampel yang diambil secara *purposive sampling* berupa Pengelola, Pemerintah, dan Masyarakat sekitar Desa Wisata Wiau Lapi. Adapun besaran sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin (Yusuf 2014), dengan rumus:

$$S = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan:

s = jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) (15%).

Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung kepada pengunjung, masyarakat, pengelola, dan pemerintah Desa Wisata Wiau Lapi menggunakan kuesioner sebagai alat bantu dalam pengumpulan data. Kuesioner mengandung beberapa pertanyaan bersifat relevan dengan riset. Pengumpulan data sekunder diperoleh dari informasi lain yang berkaitan dengan riset sebagai alat referensi pendukung penelitian, berupa sejarah Desa Wisata Wiau Lapi, kajian literatur dan data statistik dari pemerintah desa.

Konsep pengukuran variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian adalah produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Penetapan variabel-variabel tersebut merupakan hasil adaptasi yang disesuaikan dengan kondisi Desa Wisata Wiau Lapi serta masukan dari Pengelola desa wisata.

Metode analisis data

Penentuan *Costumer Satisfaction Index* (CSI). CSI merupakan metode pengukuran yang memberikan gambaran perihal sejauh mana pelanggan merasa puas dengan produk, layanan, maupun pengalaman secara keseluruhan dari Desa Wisata Wiau Lapi. Metode CSI berperan sebagai survei umpan balik dari pengunjung untuk meninjau variabel-variabel yang berperan mendukung Desa Wisata Wiau Lapi mencapai kepuasan pengunjung desa wisata, dengan rumus:

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

WT = *Weight total*

HS = Skor tertinggi (*high score*)

Nilai pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kinerja berkisar dari 0-100 persen dengan rentang nilai sebesar 20 persen. Nilai terendah dicapai apabila persentase CSI menghasilkan skor 0-20 persen, dan nilai tertinggi tercapai apabila persentase CSI menghasilkan 80-100 persen. Berikut merupakan tabel penafsiran dari Customer Satisfaction Index (CSI).

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

Nilai Index	Interpretasi
$0\% < \text{CSI} \leq 20\%$	Sangat tidak puas
$20\% < \text{CSI} \leq 40\%$	Tidak puas
$40\% < \text{CSI} \leq 60\%$	Cukup puas
$60\% < \text{CSI} \leq 80\%$	Puas
$80\% < \text{CSI} \leq 100\%$	Sangat Puas

Sumber: Astadipura, 2011

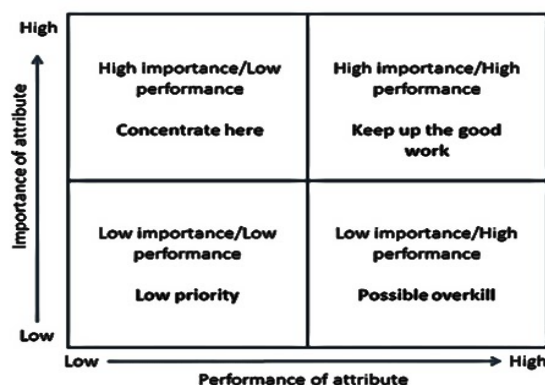
Setelah dianalisa tingkat CSI dari masing-masing variabel, langkah selanjutnya adalah menganalisa kinerja dari masing masing variabel. Penggunaan Importance Performance Analysis (IPA) dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi sejauh mana kinerja yang dilakukan pengelola Desa Wisata Wiau Lapi memenuhi harapan pengunjung. IPA juga berfungsi mengidentifikasi atribut wisata yang memberikan pengaruh signifikan terhadap pengunjung yang perlu diberikan prioritas dalam peningkatan, maupun layanan produk yang memerlukan perbaikan. Penilaian kepentingan dan kinerja dari metode IPA menggunakan skala likert (likert scale) yang dibagi dalam 5 tingkat penilaian yang dijelaskan dalam tabel berikut.

Tabel 2. Skor Penilaian Terhadap Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.

Skor	Kepentingan	Kinerja
1	Sangat tidak penting	Sangat tidak puas
2	Tidak penting	Tidak puas
3	Cukup penting	Cukup puas
4	Penting	Puas
5	Sangat penting	Sangat puas

Sumber: Astadipura, 2011

Setelah ditemukan perhitungan nilai rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepuasan dan kepentingan masing-masing variabel, hasil analisa kemudian ditafsirkan kedalam matrix IPA seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Matrix *Importance Performance Analysis* (IPA)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi umum tempat penelitian

Desa Wisata Wiau Lapi berlokasi di Kecamatan Tareran, Kabupaten Minahasa Selatan, Provinsi Sulawesi Utara yang mulai beroperasi pada tanggal 31 Desember 2021. Luas wilayah Desa Wisata Wiau Lapi sebesar 335 hektar dengan ketinggian 526 meter diatas permukaan laut. Topografi sekitar Desa Wisata Wiau Lapi sebagian besar berbukit dengan beberapa lahan pertanian. Adapun potensi wisata yang dimiliki Desa Wiau Lapi meliputi: Wisata air terjun kulung-kulung, Wisata air terjun tuunan, Wisata budaya kegiatan penyulingan saguer yang didukung lanskap alam yang masih asri.

Pengembangan Desa Wisata Wiau Lapi dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang beranggotakan 25 orang. Tujuan pengembangan desa menjadi desa wisata dilakukan oleh Pokdarwis guna meningkatkan pendapatan masyarakat dengan cara memanfaatkan potensi keindahan alam, yang nantinya membuka peluang usaha bagi masyarakat ketika wisata berkunjung. Kegiatan Desa Wisata Wiau Lapi berpusat 800 meter dari pemukiman warga ke arah timur area perkebunan masyarakat. Penempatan koordinat tersebut dilakukan agar pengunjung lebih mudah mengakses lokasi Air terjun kulung-kulung, Air terjun tuunan, serta lokasi penyulingan saguer.

Tabel 3. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Variabel	Mean Importance Score	Mean Satisfaction Score	Weight Factors (%)	Weight Score
<i>Product</i> (Produk)					
1	Wisata air terjun kulung-kulung	4,53	4,44	5,13	22,80
2	Wisata air terjun tuunan	4,64	4,31	5,25	22,63
3	Kegiatan penyulingan saguer	4,53	4,14	5,13	21,23
<i>Price</i> (Harga)					
4	Besarnya biaya masuk	3,92	4,17	4,44	18,49
5	Potongan harga	3,25	3,92	3,68	14,42
6	Tarif <i>homestay</i>	3,83	3,97	4,34	17,25
<i>Place</i> (Tempat)					
7	Lokasi yang strategis	4,47	3,97	5,07	20,12
<i>Promotion</i> (Promosi)					
8	Papan informasi	4,83	4,17	5,48	22,81
9	Promosi dengan media sosial	4,72	4,14	5,35	22,14
10	Promosi dengan media cetak	4,14	3,81	4,69	17,84
11	Promosi secara langsung	4,58	4,22	5,19	21,92
<i>People</i> (Orang)					
12	Keramahan petugas (<i>Guide</i>)	4,69	4,28	5,32	22,75
13	Kesigapan petugas (<i>Guide</i>)	4,61	4,22	5,22	22,05
14	Pengetahuan petugas (<i>Guide</i>)	4,72	4,14	5,35	22,14
<i>Process</i> (Proses)					
15	Ketersediaan penyulingan	4,42	3,92	5,00	19,60
<i>Physical Evidence</i> (Bukti fisitk)					
16	Sarana penunjang <i>outbond</i>	4,22	3,42	4,78	16,34
17	Tempat yang luas dan nyaman	4,33	3,97	4,91	19,50
18	Infrastruktur	4,67	3,72	5,29	19,68
19	Luas lahan parkir	4,58	3,33	5,19	17,31
20	Ketersediaan dan kebersihan kamar mandi	4,58	3,42	5,19	17,74
Total		88,28	79,67	100	
<i>Weight Score Total</i>					398,74
<i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)					79,75

Sumber: Data Primer, 2023

Hasil Analisis

Costumer Satisfaction Index (CSI)

Data pada Tabel 3 mengungkapkan bahwa variabel tingkat kepuasan tertinggi yaitu Wisata air terjun kulung-kulung (4,44) dan yang terendah yaitu Luas lahan parkir (3,33). Sedangkan untuk tingkat kepentingan tertinggi yaitu Papan informasi (4,83) dan Potongan harga (3,25) sebagai kepentingan terendah. Berdasarkan Index CSI pada Tabel 1, Nilai CSI sebesar 79,75 persen terletak pada rentang 60-80 persen yang menunjukkan bahwa pengunjung merasa Puas dengan Desa Wisata Wiau Lapi. Berdasarkan analisa, pengunjung Desa Wisata Wiau Lapi telah puas dengan performa yang dihasilkan terutama Wisata air terjun kulung-kulung yang menawarkan panorama alam estetik, tetapi Luas lahan parkir yang tidak memadai kendaraan dari para pengunjung serta minimnya Papan informasi yang tersedia di lingkungan wisata mengakibatkan pengunjung kurang nyaman selama berwisata. Kepuasan yang tidak terpenuhi tersebut diakibatkan oleh tidak tercapainya atribut yang dianggap penting oleh pengunjung. Atribut yang berperan penting dalam pengelolaan Desa Wisata Wiau Lapi dapat diidentifikasi secara rinci dengan menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Tabel 4. Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Kepentingan

No.	Variabel	Skor Kinerja	Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)
<i>Product (Produk)</i>				
1	Wisata air terjun kulung-kulung	160	163	98,16
2	Wisata air terjun tuunan	155	167	92,81
3	Kegiatan penyulingan saguer	149	163	91,41
<i>Price (Harga)</i>				
4	Besarnya biaya masuk	150	141	106,38
5	Potongan harga	141	117	120,51
6	Tarif <i>homestay</i>	143	138	103,62
<i>Place (Tempat)</i>				
7	Lokasi yang strategis	143	161	88,82
<i>Promotion (Promosi)</i>				
8	Papan informasi	150	174	86,21
9	Promosi dengan media sosial	149	170	87,65
10	Promosi dengan media cetak	137	149	91,95
11	Promosi secara langsung	152	165	92,12
<i>People (Orang)</i>				
12	Keramahan petugas (<i>Guide</i>)	154	169	91,12
13	Kesigapan petugas (<i>Guide</i>)	152	166	91,57
14	Pengetahuan petugas (<i>Guide</i>)	149	170	87,65
<i>Process (Proses)</i>				
15	Ketersediaan penyulingan	141	159	88,68
<i>Physical Evidence (Bukti fisitk)</i>				
16	Sarana penunjang <i>outbond</i>	123	152	80,92
17	Tempat yang luas dan nyaman	143	156	91,67
18	Infrastruktur	134	168	79,76
19	Luas lahan parkir	120	165	72,73
20	Ketersediaan dan kebersihan Kamar mandi	123	165	74,55
Total		2868	3178	
Rata-rata				90,91

Sumber: Data Primer, 2023

Importance Performance Analysis (IPA)

Berdasarkan data pada Tabel 4, Nilai rata-rata kesesuaian variabel Desa Wisata Wiau Lapi adalah 90,91 persen dengan ketimpangan antara kepuasan dan kepentingan sebesar 9,09 persen. Terdapat variabel-variabel yang melampaui rata-rata tingkat kepentingan dari pengunjung, yaitu Wisata air terjun

kulung-kulung (98,16%), Wisata air terjun tuunan (92,81%), Kegiatan penyulingan saguer (91,41%), Besarnya biaya masuk (106,38%), Potongan harga (120,51%), Tarif *homestay* (103,62%), Promosi dengan media cetak (91,95%), Promosi secara langsung (92,12%), Keramahan petugas (91,12%), dan Tempat yang luas dan nyaman (91,67%). Variabel-variabel yang termasuk dalam golongan ini sudah memenuhi harapan dari pengunjung serta melampaui kebutuhan sebagai atribut desa wisata.

Terdapat variabel-variabel yang berada di bawah rata-rata tingkat kepentingan pengunjung, yaitu Lokasi yang strategis (88,82%), Papan informasi (86,21%), Pengetahuan petugas (*guide*) (87,65%), Ketersediaan penyulingan (88,68%), Sarana penunjang *outbond* (80,92%), Infrastruktur (79,76%), Luas lahan parkir (72,73%), dan Ketersediaan dan kebersihan kamar mandi (74,55%). Sebagian dari variabel-variabel yang masuk dalam golongan ini masih memiliki kesenjangan yang signifikan dengan rata-rata kesesuaian. Variabel-variabel tersebut mengakibatkan tidak terpenuhinya kebutuhan maupun harapan dari para pengunjung selama berwisata, baik dari atribut yang membantu proses pelaksanaan wisata, maupun pengelolaan lingkungan wisata yang ada. Penentuan rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan Desa Wisata Wiau Lapi dihitung agar dapat ditentukan garis tengah kuadran diagram IPA. Rata-rata tingkat kinerja dan rata-rata tingkat kepentingan dalam Tabel 5.

Tabel 5 Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Rata-Rata Tingkat Kepentingan

No.	Variabel	I		\bar{Y}	P		\bar{X}
<i>Product</i> (Produk)							
1	Wisata Air terjun Kulung-kulung ⁽²⁾	4,53	>	4,41	4,44	>	3,98
2	Wisata Air Terjun Tuunan ⁽²⁾	4,64	>	4,41	4,31	>	3,98
3	Kegiatan Penyulingan Sauer ⁽²⁾	4,53	>	4,41	4,14	>	3,98
<i>Price</i> (Harga)							
4	Besarnya biaya masuk ⁽⁴⁾	3,92	<	4,41	4,17	>	3,98
5	Potongan harga ⁽³⁾	3,25	<	4,41	3,92	<	3,98
6	Tarif <i>homestay</i> ⁽³⁾	3,83	<	4,41	3,97	<	3,98
<i>Place</i> (Tempat)							
7	Lokasi yang strategis ⁽¹⁾	4,47	>	4,41	3,97	<	3,98
<i>Promotion</i> (Promosi)							
8	Papan Informasi ⁽²⁾	4,83	>	4,41	4,17	>	3,98
9	Promosi dengan media sosial ⁽²⁾	4,72	>	4,41	4,14	>	3,98
10	Promosi dengan media cetak ⁽³⁾	4,14	<	4,41	3,81	<	3,98
11	Promosi secara langsung ⁽²⁾	4,58	>	4,41	4,22	>	3,98
<i>People</i> (Orang)							
12	Keramahan petugas (<i>Guide</i>) ⁽²⁾	4,69	>	4,41	4,28	>	3,98
13	Kesigapan petugas (<i>Guide</i>) ⁽²⁾	4,61	>	4,41	4,22	>	3,98
14	Pengetahuan petugas (<i>Guide</i>) ⁽²⁾	4,72	>	4,41	4,14	>	3,98
<i>Process</i> (Proses)							
15	Ketersediaan Penyulingan ⁽¹⁾	4,42	>	4,41	3,92	<	3,98
<i>Physical Evidence</i> (Bukti fisik)							
16	Sarana Penunjang <i>Outbond</i> ⁽³⁾	4,22	<	4,41	3,42	<	3,98
17	Tempat yang luas dan nyaman ⁽³⁾	4,33	<	4,41	3,97	<	3,98
18	Infrastruktur ⁽¹⁾	4,67	>	4,41	3,72	<	3,98
19	Luas lahan parkir ⁽¹⁾	4,58	>	4,41	3,33	<	3,98
20	Ketersediaan dan kebersihan Kamar mandi ⁽¹⁾	4,58	>	4,41	3,42	<	3,98

Sumber: Data Primer, 2023

Keterangan:

⁽¹⁾ = Pengunjung menganggap variabel ini sangat penting, akan tetapi kinerjanya cukup rendah

⁽²⁾ = Pengunjung menganggap variabel ini sangat penting, dan kinerja yang dihasilkan tinggi

⁽³⁾ = Pengunjung menganggap variabel ini cukup penting, dan kinerja yang dihasilkan cukup rendah

⁽⁴⁾ = Pengunjung menganggap variabel ini tidak penting, akan tetapi kinerjanya sangat tinggi

I = *Importance* (tingkat kepentingan)

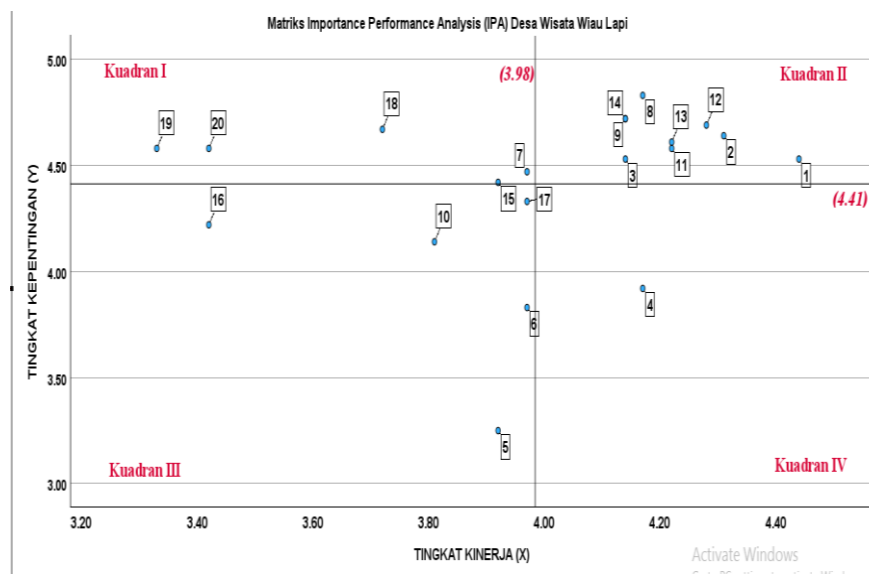
P = *Performance* (tingkat kinerja)

\bar{Y} = Nilai rata-rata tingkat kepentingan (*Importance*) dari keseluruhan variabel

\bar{X} = Nilai rata-rata tingkat kinerja (*Performance*) dari keseluruhan variabel

Tabel 5 menunjukkan nilai rata-rata Tingkat Kepentingan (*Importance*) dari keseluruhan variabel sebesar 4,41 dan nilai rata-rata Tingkat Kinerja (*Performance*) dari keseluruhan variabel sebesar 3,98. Nilai 4,41 (*Importance*) sebagai garis lurus (Y) matriks, sedangkan 3,98 (*Performance*) sebagai garis tegak (X) matriks. Setelah ditentukan nilai tengah dari matriks IPA, selanjutnya dilakukan pembagian kuadran dari setiap variabel atribut desa Wisata Wiau Lapi.

Matriks *Importance Performance Analysis* (IPA) menjabarkan hubungan kinerja dan kepentingan dari masing-masing variabel, yang kemudian digolongkan dalam empat bagian yaitu Kuadran I, II, III, dan IV. Pemetaan matriks IPA Desa Wisata Wiau Lapi Menggunakan *IBM SPSS Statistic versi 29.0*. Matriks *Importance Performance Analysis* (IPA) disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Matriks *Importance Performance Analysis* Desa Wisata Wiau Lapi

Hasil Pembahasan

Kuadran I (*Concentrate Here*)

Kuadran I, berisi variabel yang dianggap pengunjung sangat penting akan tetapi kinerja yang dirasakan cukup rendah. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini didefinisikan sebagai kelemahan kursorial dari Desa Wisata Wiau Lapi yang memerlukan perhatian dari pihak pengelola untuk segera mengambil tindakan perbaikan maupun peningkatan.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa variabel lokasi yang strategis (88,82%) menjadi suatu hal yang penting bagi pengunjung untuk memutuskan suatu desa wisata menjadi tujuan destinasi. Lokasi yang jauh dari pemukiman warga, sulit diaksesnya tempat wisata, maupun jarak yang jauh dari pusat kota menjadi halangan bagi Desa Wisata Wiau Lapi untuk menarik pengunjung untuk berwisata.

Variabel lain yang masuk dalam kuadran ini, yaitu luas lahan parkir (72,73%), infrastruktur (79,76%), dan ketersediaan dan kebersihan kamar mandi (74,55%). Penyediaan layanan yang bertujuan menunjang pengalaman pengunjung menjadi atribut yang perlu diperhatikan pengelola. Atribut ini sangat berpengaruh terutama ketika pengunjung sampai pada lokasi wisata dan mengalami kesulitan melakukan parkir dikarenakan area parkir yang kurang luas. Adapun infrastruktur yang buruk membuat pengunjung sulit untuk mengakses destinasi utama wisata dan kebersihan kamar mandi yang tidak terjaga mengakibatkan ketidaknyamanan pengunjung ketika selesai menikmati wisata air terjun.

Kuadran II (*Keep Up the Good Work*)

Kuadran II, berisi variabel yang dianggap pengunjung sangat penting, dan kinerja yang dihasilkan tinggi. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini didefinisikan sebagai kekuatan dari Desa Wisata Wiau Lapi serta membuka peluang bagi pengelola untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan wisata utama dari Desa Wisata Wiau Lapi yaitu air terjun kulung-kulung (98,16%), air terjun tuunan (92,81%), dan kegiatan penyulingan saguer (91,41%) menghasilkan kepuasan pengunjung melebihi ekspektasi yang diharapkan. Pemandangan alam yang asri serta pengelolaan area air terjun yang tidak merusak alam membuat pengunjung merasakan pengalaman wisata yang sesungguhnya. Adapun penyulingan saguer yang masih menggunakan alat dan bahan tradisional menarik pengunjung untuk ikut mengelolah dan mempelajari cara pembuatan yang menghasilkan antusiasme dalam kegiatan wisata.

Selanjutnya, variabel yang masuk dalam kuadran ini, yaitu papan informasi (86,21%), promosi dengan media sosial (87,65%), dan promosi secara langsung (92,12%). Pengunjung merasa sebaran informasi di sekitar Desa Wisata Wiau Lapi sangat penting karena membantu mengidentifikasi estimasi jarak, arah jalan, maupun posisi toilet ketika dibutuhkan. Adapun, promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial maupun secara langsung dianggap pengunjung sangat membantu sebagai referensi perihal apa saja yang bisa diharapkan ketika berkunjung di Desa Wisata Wiau Lapi.

Kemudian variabel yang masuk dalam kuadran ini berupa keramahan petugas (91,12%), kesigapan petugas (91,57%), dan pengetahuan petugas (87,65%). Pengunjung berpendapat bahwa keramahan petugas menjadi aspek penting ketika melakukan wisata. Hal ini dikarenakan ketika petugas mendampingi para pengunjung, akan ada interaksi antara pengunjung dan pengelola yang bersifat pertanyaan seputar lingkungan Desa Wisata Wiau Lapi. Dengan pengetahuan yang luas serta keramahan petugas selama menyampaikan informasi yang didampingi sikap cekatan membuat pengunjung merasa nyaman ketika mengajukan pertanyaan.

Kuadran III (*Low Priority*)

Kuadran III, berisi variabel yang dianggap pengunjung tidak penting dan kinerja yang dihasilkan Desa Wisata Wiau Lapi juga rendah. Oleh karena itu, variabel-variabel yang terdapat dalam kuadran ini bukanlah prioritas utama dari pengelola untuk melakukan perbaikan maupun peningkatan.

Berdasarkan pembagian matriks IPA, ditemukan potongan harga (120,51%) dan tarif homestay (103,62%) masuk dalam kuadran III. Pengunjung berpendapat bahwa potongan harga yang ditawarkan terutama pada tarif homestay tidak terlalu penting dikarenakan biaya yang ditetapkan pengelola untuk ruang penginapan dianggap pengunjung masih terjangkau. Terdapat juga promosi dengan media cetak (91,95%) yang menurut pengunjung kurang penting dikarenakan pengunjung merasa sebagian besar orang lebih memilih promosi dengan media sosial karena mudah dijangkau dan dengan skala yang lebih luas.

Variabel selanjutnya yang masuk dalam kuadran ini, yaitu ketersediaan penyulingan (88,68%), sarana penunjang outbond (80,92%), dan tempat yang luas dan nyaman (91,67%). Pengunjung berpendapat kelengkapan dari setiap atribut Desa Wisata Wiau Lapi secara terperinci tidak terlalu dibutuhkan karena dianggap esensi utama dari desa wisata yaitu petualangan dengan perlengkapan seadanya.

Kuadran IV (*Possible Overkill*)

Kuadran IV, berisi variabel yang dianggap pengunjung tidak penting, akan tetapi kinerja yang dihasilkan cukup tinggi. Pengelola disarankan untuk mengalokasikan target prioritas dari variabel yang termasuk dalam kuadran ini, dan lebih memperhatikan kuadran yang perlu peningkatan maupun perbaikan (Kuadran II). Adapun variabel yang masuk dalam kuadran ini yaitu besarnya biaya masuk (106,38%). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, pengunjung merasa heran dengan tidak adanya biaya yang dikenakan ketika memasuki lokasi desa wisata. Menurut sudut pandang pengunjung, biaya masuk wajib ditetapkan oleh pengelola guna menopang anggaran perbaikan dan perawatan untuk setiap atribut yang ada pada Desa Wisata Wiau Lapi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian beserta pembahasan, Tingkat kepuasan pengunjung Desa Wisata Wiau Lapi dinilai berada pada kategori Puas. Terdapat faktor-faktor yang berpengaruh dalam kinerja dan

kepentingan pengunjung Desa Wisata Wiau Lapi, diantaranya: lokasi yang tidak strategis, infrastruktur yang masih belum memadai dan kurangnya perhatian dalam kebersihan.

Saran

Desa Wisata Wiau Lapi harus segera memperbaiki dan meningkatkan atribut desa wisata seperti Lokasi, Infrastruktur, Luas lahan parkir, Ketersediaan dan kebersihan Kamar mandi agar dapat menarik minat dari para pengunjung kedepannya. Ketika memperhatikan tingkat kepentingan dari pengunjung, diharapkan untuk tetap konsisten menjaga performa yang baik dari atribut keunggulan kompetitif Desa Wisata Wiau Lapi, yang meliputi: Wisata air terjun kulung-kulung dan tuunan, wisata budaya penyulingan saguer, papan informasi, promosi dengan media sosial maupun secara langsung, keramahan, kesigapan dan pengetahuan petugas (*guide*).

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, L. D., Deoranto, P., & Iksari, D. M. 2015. Analisis persepsi konsumen menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction index. *Industrial Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 4(2), 74-81.
- Astadipura, N. S. 2011. *Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen serta Implikasinya Terhadap Strategi Bauran Pemasaran pada Restoran Taman Koleksi Kota Bogor*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Elvionita, E., Hastuti, D., Wibowo, H., & Subantoro, R. 2022. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen di Agrowisata Purwosari Kecamatan Mijen Kota Semarang. *Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*, 4, 302–313.
- Fallis, A. G. 2013. Pengertian Agrowisata. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Jeneetica, M. 2018. Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Agro Wisata di Bogor. *National Conference of Creative Industry*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen pemasaran*.
- Lusianti, D. 2017. Pengukuran Kepuasan Peserta JKN Melalui Pendekatan *Importance Performance Analysis*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 16(1), 17.
- Palit, I. G., Talumingan, C., & Rumagit, G. A. J. 2017. Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan. *Agri-Sosioekonomi*, 13(2A), 21.
- Parengkuan, C. D., Katiandagho, T. M., & Tangkere, E. G. 2020. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Kinerja Warkop Kemang Manado (*Analysis the Level of Consumer Satisfaction and Performance of Warkop Kemang Manado*). *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Pedesaan)*, 2(2).
- Putri, L. R. 2020. Pengaruh Pariwisata Terhadap Peningkatan Kota Surakarta. *Cakra Wisata*, 21(1), 43–49.
- Sudibya, B. 2018. Wisata Desa dan Desa Wisata. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(1), 22-26.
- Suwandi, E. 2019. Analisis tingkat kepuasan menggunakan skala likert pada layanan *speedy* yang bermigrasi ke indihome. *Jurnal Teknik Elektro Universitas Tanjungpura*, 1(1).
- Walgito, B. 2010. *Bimbingan dan Konseling (Studi dan Karir)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Yusuf, A. M. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana. Jakarta.