

**Kepuasan Konsumen Terhadap Objek Wisata Tuur Ma'asing
Di Kelurahan Kumelembuai Kecamatan Tomohon Timur Kota Tomohon**

***Consumer Satisfaction With The Tuur Ma'asing Tourism Object
In Kumelembuai Village, East Tomohon District, Tomohon City***

Aini Sisilia Rasuh ^{(1)(*)}, Martha Mareyke Sendow ⁽²⁾, Jean Fanny Junita Timban ⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: sisiliarasuh@gmail.com

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id

: Senin, 28 Agustus 2023

Disetujui diterbitkan

: Jumat, 29 September 2023

ABSTRACT

This study aims to find out how consumer satisfaction with tourist attractions Tuur Ma'asing. This research was conducted from October 2022 to January 2023. The data used are primary data and secondary data. Primary data is obtained from direct interviews with 30 respondents using a questionnaire, while secondary data is obtained from business owners, the internet and other sources that are relevant to this research. The results showed that customer satisfaction at Tuur Ma'asing tourism in Kumelembuai Village, Tomohon Timur District, Tomohon City through the variables of product, price, place, promotion and service quality, achieved a total score of 1,521 which indicates a consumer satisfaction index number of 84.5% and belong to the very satisfied category. The four variables that have the highest level of customer satisfaction are product, service, place/location, price, with the percentages (92.88%), (90.00%), (90.77%), (82.88%) belonging to very satisfied category. While the lowest variable is promotion with a percentage of 63.33% which belongs to the satisfied category. This shows that consumers are generally satisfied with all variables on the Tuur Ma'asing tour.

Keywords : customer satisfaction; tourist attraction; visitor

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tuur Ma'asing. Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober 2022 sampai January 2023. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dari wawancara langsung kepada 30 responden dengan menggunakan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari pemilik usaha tersebut, internet dan sumber-sumber lain yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kepuasan konsumen wisat Tuur Ma'asing di Kelurahan Kumelembuai, Kecamatan Tomohon Timur, Kota Tomohon melalui variabel produk, harga, tempat, promosi serta kualitas pelayanan, mencapai total skor sebesar 1.521 yang menunjukkan angka indeks kepuasan konsumen sebesar 84.5% dan tergolong dalam kategori sangat puas. Empat variabel yang memiliki tingkat kepuasan konsumen tertinggi adalah produk, pelayanan, tempat/lokasi, harga, dengan persentase (92.88%), (90.00%), (90.77%), (82.88%) yang tergolong kategori sangat puas. Sedangkan variabel terendah yaitu promosi dengan persentase 63.33% yang tergolong dalam kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen secara umum puas terhadap semua variabel pada wisata Tuur Ma'asing.

Kata kunci : kepuasan konsumen; objek wisata; pengunjung

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Potensi wisata merupakan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu daerah atau tempat yang dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata yang dapat dimanfaatkan baik untuk kepentingan ekonomi, dengan tetap memperhatikan aspek lainnya (Nawang Sari, 2018). Era globalisasi, pariwisata telah menjadi trend kehidupan manusia modern, karena aktivitas manusia ini memiliki dimensi yang luas, tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan bersenang-senang tetapi juga menikmati perjalanan, namun aktivitas ini banyak menimbulkan aktivitas ekonomi, seni, dan budaya. Tak dipungkiri juga adanya persaingan yang cukup ketat dalam dunia pariwisata, untuk itu perusahaan harus bisa menciptakan suatu strategi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha pertanian sebagai objek wisata dengan tujuan memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian (Arianto dalam Nurjanah, 2018).

Kepuasan wisatawan merupakan sebuah faktor penarik kunjungan wisata yang efektif. Sebuah produk wisata dapat dikatakan baik bila wisatawan mendapatkan kepuasan total dari sejak kedatangan sampai dengan kepulangannya. Produk sendiri, segala sesuatu yang ditawarkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan baik berupa barang ataupun jasa. Produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang terkait yaitu jasa yang dihasilkan oleh objek wisata. Jasa objek wisata berupa pelayanan dan keramahan karyawan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung sehingga harapan sesuai dengan keinginan.

Produk wisata sebagai suatu susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari objek dan daya tarik wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan dimana tiap unsur produk pariwisata disiapkan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah kepada konsumen. Komponen dari produk wisata sendiri terdiri dari atraksi, aksesibilitas, amenities dan *networking*. Seorang pengunjung dikatakan puas apabila yang diharapkan sesuai dengan pengalaman yang dirasakan.

Objek wisata merupakan salah satu daya tarik yang dikembangkan dari setiap daerah, objek

wisata yang sifatnya masih alami, menggambarkan hanya dari sisi keindahan alam, maupun secara non alami atau buatan manusia untuk menjadi penunjang daya tarik berkunjung. Tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu kepariwisataan sulit dikembangkan. Suatu kawasan wisata tentunya memiliki daya tarik wisata tersendiri yang dapat membedakan dengan kawasan wisata lainnya atau menjadi keunikan bagi kawasan wisata tersebut. Pengembangan kawasan wisata dimaksudkan untuk menambah keindahan dari tempat wisata tanpa harus merusak ekosistem alam. Pengelolaan dan pengembangan yang baik adalah salah satu cara untuk mengembangkan kawasan wisata supaya dapat lebih dikenal masyarakat. Provinsi Sulawesi Utara yang memiliki sejumlah sektor pariwisata, salah satunya di Kota Tomohon. Kota Tomohon mempunyai potensi wisata kekayaan alam yang menjadi obyek pariwisata seperti, salah satunya wisata Tuur Ma'asing, wisata ini berlokasi di Kelurahan Kumelembuai Kecamatan Tomohon Timur, Kota Tomohon. Salah satu objek wisata yang sedang digemari oleh wisatawan adalah objek wisata Tuur Ma'asing. Tempat wisata ini mulai beroperasi sejak Oktober 2020 dengan harga tiket masuk Rp15.000. Wisata ini memiliki daya tarik dan potensi tersendiri.

Berdasarkan observasi yang dilakukan di Tuur Ma'asing, terlihat bahwa di wisata ini menawarkan konsep unik dengan memadukan wisata alam dan kearifan lokal. Wisata ini berada di tengah hutan pohon aren dan dahulu dijadikan masyarakat lokal untuk penyulingan air nira atau sager. Wisata Tuur Ma'asing ini bisa dikunjungi setiap hari. Selain pemandangan yang indah dengan pohon aren dan pondok-pondok yang terbuat dari kayu dan bambu, objek wisata ini juga menyediakan makanan dan minuman ringan. Selain itu pengunjung juga bisa melihat secara langsung proses penyulingan minuman cap tikus, minuman khas tradisional Minahasa, yang hasil fermentasi dan distilasi air nira berasal dari pohon aren. Minuman ini disajikan dalam tempurung dan dijadikan minuman penyambut bagi para pengunjung.

Meskipun demikian, beberapa wisatawan yang pernah berkunjung di Tuur Ma'asing dikemukakan keluhan-keluhan seperti tempat parkir yang kurang aman, dan akses jalan menuju

tempat wisata terlalu sempit, kurangnya petunjuk-petunjuk arah menuju tempat wisata, tidak ada jalur jalan untuk transportasi umum, sehingga membuat para pengunjung kesulitan mencari letak wisata Tuur Ma'asering, serta tidak ada karyawan yang menggunakan identitas wisata Tuur Ma'asering sehingga mengakibatkan kesulitan bagi pengunjung untuk membedakan karyawan dengan pengunjung yang lain. Jika tidak ditindak lanjuti lebih lanjut banyak wisatawan yang tidak datang kembali atau tidak merekomendasikan destinasi wisata ini kepada orang lain.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka permasalahan yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tuur Ma'asering di Kelurahan Kumelembuai, Kecamatan Tomohon Timur, Kota Tomohon agar dapat mengetahui tingkat kepuasan dari objek wisata yang ditawarkan oleh wista Tuur Ma'asering.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tuur Ma'asering di Kelurahan Kumelembuai, Kecamatan Tomohon Timur, Kota Tomohon.

Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti sebagai syarat untuk mendapatkan gelar strata tingkat satu (S1).
2. Bagi pengelola, penelitian ini diharapkan menjadi sarana informasi dan referensi pengelola objek wisata sebagai bahan pertimbangan pengelolaan dan pengembangan objek wisata dimasa mendatang.
3. Bagi pembaca diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat sebagai informasi tambahan dan referensi dalam penelitian serupa.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan dari bulan Oktober 2022 sampai January 2023 mulai dari persiapan, pengambilan data sampai pada penyusunan laporan penelitian. Penelitian dilaksanakan di wisata Tuur Ma'asering Kelurahan Kumelembuai, Kecamatan Tomohon Timur, Kota Tomohon, Sulawesi Utara.

Metode Pengumpulan Data

Data yang diambil adalah data primer dan data sekunder, pengambilan data primer dilakukan dengan teknik wawancara berupa kuesioner sebagai alat bantu dalam pengumpulan data. Sementara, data sekunder diperoleh dari pemilik usaha wisata Tuur Ma'asering, artikel, jurnal dan internet.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang berkunjung di Wisata Tuur Ma'asering di Kelurahan Kumelembuai. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa *accidental sampling*, yaitu teknik ini menentukan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010). Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 30 responden dengan 20 pertanyaan, selama 1 bulan yang di bagi dalam 2 sesi pengamatan yaitu pertama pada awal bulan Oktober 2022 dimulai pukul 11.00 – 17.00 WITA, kemudian pada akhir bulan Oktober 2022 dimulai pukul 11.00 – 17.00 wita. Konsumen yang ditemui dan bersedia di wawancarai dijadikan sampel.

Konsep Pengukuran Variabel

Adapun variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah:

1. Karakteristik responden yang mencakup identitas responden, meliputi:
 - a. Jenis Kelamin (Laki-Laki/Perempuan).
 - b. Umur responden.
 - c. Pekerjaan.
 - e. Jumlah kunjungan (banyaknya kunjungan yang telah dilakukan responden sampai saat diwawancara).
2. Tingkat kepuasan konsumen yang mencakup beberapa hal, yakni:
 - a. Produk
 - Keindahan alam di tengah pohon seho.
 - Pembuatan produk minuman khas Minahasa di Tuur Ma'asering.
 - Keunikan bangunan/pondok-pondok di Tuur Ma'asering.
 - Pemandangan & villa rumah kaca.
 - Varian makan dan minuman yang ada di wisata Tuur Ma'asering.

- b. Harga
 - Harga tiket masuk di Tuar Ma'asering.
 - Kesesuaian harga dengan kapasitas makanan (Banyaknya per paket).
 - Kesesuaian harga dengan produk yang disajikan.
- c. Tempat
 - Akses jalan menuju tempat wisata
 - Kebersihan toilet/Wc
 - Parkiran (tersedianya halaman parkir yang aman & luas)
 - Kebersihan lokasi wisata Tuar Ma'asering (Bersih & Terstur)
- d. Promosi
 - Melakukan promosi melalui media sosial (Facebook, Instagram).
 - Apakah anda merasa puas dengan promosi melalui poster-poster yang ada di samping-samping jalan lalu lintas?
 - Kepercayaan konsumen terhadap promosi dari mulut ke mulut.
 - Promosi penjualan produk makanan & minuman yang ditawarkan karyawan secara langsung.
- e. Pelayanan
 - Keramahan karyawan dalam melayani konsumen (Sopan santun).
 - Kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan dan menangani keluhan konsumen.
 - Penampilan fisik dari karyawan (kerapian berpakaian).
 - Kecepatan dalam menyajikan produk di Tuar Ma'asering.

Metode Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang mendeskripsikan setiap data yang diambil. Menurut Sugiyono (2006), skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi terhadap individu ataupun kelompok terkait dengan fenomena sosial yang sedang terjadi. Penggunaan pengukuran skala likert untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tuar Ma'asering. Penggunaan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi indikator yang dapat diukur.

Data yang telah terkumpul kemudian dilakukan skala pengukuran dan pemberian skor, yaitu 1 sampai 3. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang dibagikan dalam 3 kategori yakni:
 Skor 3 untuk jawaban Sangat Puas (SP)
 Skor 2 untuk jawaban Puas (P)
 Skor 1 untuk jawaban Tidak Puas (TP)

Dengan cara perhitungan skor masing-masing pertanyaan:

$$\text{Jumlah Skor Tiap Kriteria} \times \text{Jumlah Responden}$$

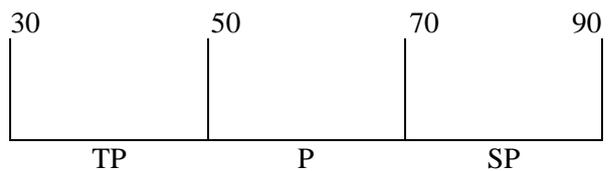
Nilai tertinggi = Total responden \times bobot tertinggi
 Nilai terendah = Total responden \times bobot terendah

Jarak interval = Nilai Tertinggi - Nilai Terendah
 Sehingga:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Tertinggi} &= 3 \times 30 = 90 \\ \text{Nilai Terendah} &= 1 \times 30 = 30 \\ \text{Jarak Interval} &= 90 - 30 = 60 \\ &= 60 / 3 = 20 \end{aligned}$$

Jumlah skor ideal untuk semua item pertanyaan (skor tertinggi) = 90, dan jumlah skor terendah = 30.

Dengan interpretasi nilai:



Gambar 1. Interpretasi Nilai dari Masing-Masing Pertanyaan

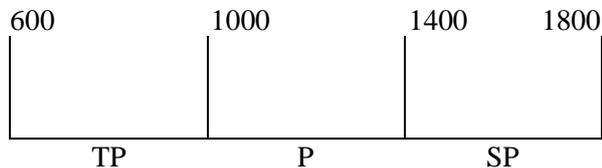
Cara perhitungan skor secara keseluruhan yang dilihat dari segi produk, harga, tempat dan kualitas pelayanan adalah:

$$\text{Jumlah Skor Seluruh Kriteria} = \text{Capaian Skor} \times \text{Jumlah Responden} \times \text{Jumlah Indikator Pertanyaan}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai tertinggi} &= \text{Bobot tertinggi} \times \text{jumlah responden} \times \text{jumlah pertanyaan} \\ \text{Nilai terendah} &= \text{Bobot terendah} \times \text{jumlah responden} \times \text{jumlah pertanyaan} \\ \text{Jarak interval} &= \text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah} / \text{Kelas} \\ \text{Nilai tertinggi} &= 3 \times 30 \times 20 = 1.800 \\ \text{Nilai Terendah} &= 1 \times 30 \times 20 = 600 \\ \text{Jarak Interval} &= 1.800 - 600 = 1.200 \\ &= 1.200 / 3 = 400 \end{aligned}$$

Jumlah skor ideal untuk keseluruhan pertanyaan = 1.800 (tertinggi), jumlah skor terendah = 600. Berdasarkan data yang dihimpun dari 20 pertanyaan yang diajukan kepada 30 responden.

Dengan interpretasi nilai:



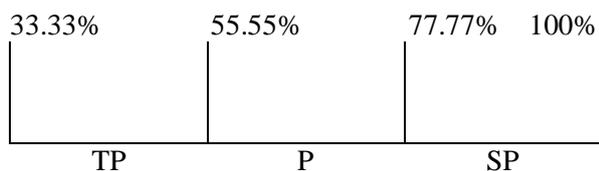
Gambar 2. Interpretasi Nilai Berdasarkan Data

Indeks Kepuasan Konsumen:

$$\frac{\text{Jumlah Skor Hasil Pengumpulan Data}}{\text{Jumlah Skor Ideal (Tertinggi)}} \times 100\%$$

Nilai tertinggi = $1800/1800 \times 100 = 100$
 Nilai terendah = $600/1800 \times 100 = 33.33$
 Jarak interval = $100 - 33.33 = 66.67$
 $= 66.67 / 3 = 22.22$

Dengan interpretasi nilai:



Gambar 3. Persentase Kepuasan Konsumen

Keterangan:

Angka 33.33% - 55.55% = Tidak Puas
 Angka 55.56% - 77.77% = Puas
 Angka 77.78% - 100% = Sangat Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Wisata Tuur Maasering

Wisata Tuur Ma'asering terletak di Kelurahan Kumelembuai Kecamatan Tomohon Timur, Kota Tomohon, sekitar 15 sampai 20 menit dari pusat Kota Tomohon. Wisata ini mulai beroperasi sejak bulan Oktober tahun 2020. Bapak Jeffri Polii selaku pemilik Wisata Tuur Ma'asering mengatakan inti konsep dari Tuur Ma'asering yakni wisata berbasis masyarakat, yang sebagaimana masyarakat bisa menjadi mata rantai ekonomi pariwisata ketika sebuah daerah menjadi destinasi wisata.

Wisata Tuur Ma'asering ini berada di tengah hutan pohon aren dan dahulu dijadikan masyarakat lokal untuk penyulingan air nira atau saguer yang di ubah menjadi spot unik dengan bangunan cafe, terbuat dari kayu dan bambu yang telah menjadi ciri khas tersendiri di Tuur Ma'asering.

Ciri khas lainnya di Tuur Ma'asering pengunjung bisa menyaksikan secara langsung penyulingan cap tikus, minuman khas tradisional Minahasa yang merupakan hasil fermentasi dan distilasi air nira dari pohon Aren. Para pengunjung juga bisa munukar tiket masuk yang seharga Rp15.000 dengan saguer atau captikus yang merupakan minuman beralkohol berkadar rendah khas Minahasa. Minuman ini disajikan dalam tempurung dan dijadikan sebagai minuman penyambut bagi pengunjung yang datang.

Menurut Bapak Jeffri Polii awal mula Tuur Ma'asering ini tempat masyarakat lokal mencari nafkah dengan melakukan penyulingan dan menjual saguer. Orang yang masuk ke Tuur Ma'asering tanpa disadari sudah membantu petani aren. Membantu dalam pelestarian lingkungan karena sebagian harga tiket itu untuk petani aren.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah kriteria yang diberikan kepada subjek penelitian agar sumber informasi pada penelitian atau eksperimen tersebut dapat tertuju dengan tepat dan sesuai harapan. Karakteristik umum tentang responden dalam penelitian ini usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan frekuensi berkunjung.

Usia Responden

Usia merupakan kurun waktu sejak adanya seseorang dan dapat diukur menggunakan satuan waktu. Tingkatan usia menunjukkan pengaruh yang besar terhadap keputusan konsumen dalam memilih suatu produk.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	17 - 25	16	53.33
2.	26 - 36	9	30.00
3.	37 - 51	5	16.66
Total		30	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak berusia 17-25 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 53.33%. Diikuti oleh responden yang berusia 26-

36 tahun dengan persentase 30.00%. Sedangkan jumlah responden dengan usia paling rendah yaitu 37-51 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 16.66%. Hal ini dikarenakan pengunjung wisata Tur Ma'asing bukan hanya dari kalangan yang tua tetapi juga didatangi dari kalangan yang lebih muda.

Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	12	40.00
2.	Laki-laki	18	60.00
Total		30	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2022

Tabel 2 menunjukkan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin bahwa konsumen yang sering berkunjung di Wisata Tur Ma'asing adalah laki-laki yakni sebanyak 18 orang dengan nilai persentase 60.00%. Sedangkan konsumen yang paling sedikit responden yang berkunjung berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan yakni sebanyak 12 orang dengan nilai persentase 40.00%.

Pekerjaan Responden

Pekerjaan adalah aktivitas utama yang dilakukan oleh manusia, dalam arti sempit, istilah pekerjaan digunakan untuk suatu tugas atau kerja yang menghasilkan uang bagi seseorang.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Karyawan swasta	16	53.33
2.	Pelajar/Mahasiswa	9	30.00
3.	Petani	1	3.33
4.	PNS	2	6.66
5.	Wirasaha	2	6.66
Total		30	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2022

Tabel 3 menunjukkan jumlah responden berdasarkan pekerjaan terbanyak adalah karyawan swasta sebanyak 16 orang dengan persentase 53.33% dan pelajar/mahasiswa sebanyak 9 orang dengan persentase 30.00% diikuti dengan PNS dan wirasaha sebanyak 2 orang dengan persentase 6.66%. Sedangkan konsumen yang paling sedikit responden yang berkunjung berdasarkan pekerjaan yaitu petani sebanyak 1 orang dengan persentase 3.33%.

Frekuensi Kunjungan Responden

Frekuensi kunjungan merupakan salah satu faktor yang penting karena semakin tinggi frekuensi kunjungan konsumen maka semakin baik perkembangan objek wisata tersebut sehingga konsumen selalu berdatangan mengunjungi. Setiap kunjungan dibagikan dalam 3 kategori yaitu, pertama kali (1), jarang (2-3), sering (>4).

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung

No.	Kunjungan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Pertama kali	4	13.33
2.	Jarang	9	30.00
3.	Sering	17	56.66
4.	PNS	2	6.66
5.	Wirasaha	2	6.66
Total		30	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2022

Tabel 4 menunjukkan bahwa kunjungan responden yang paling sering berkunjung di wisata Tur Ma'asing adalah sebanyak 17 orang dengan persentase 56.66%. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari 50 persen responden merupakan konsumen yang loyal bagi wisata Tur Ma'asing. Sedangkan responden yang baru pertama kali sebanyak 4 orang dengan persentase 13.33%.

Analisis Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara yang diterima dan harapannya. Kepuasan konsumen merupakan kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Tingkat kepuasan konsumen yang diukur pada wisata Tur Ma'asing adalah produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan.

Produk

Produk merupakan hasil dari kegiatan produksi yang berwujud barang. Kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan konsumen karena merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Tabel 5. Kepuasan Konsumen Wisata Tur Ma'asing Terhadap Variabel Produk

Indikator	Skor			Jumlah	Persentase (%)	Kriteria
	TP	P	SP			
	1	2	3			
Keindahan alam ditengah pohon enau	0	3	27	87	96.66	Sangat Puas

Produk Minuman Khas Minahasa	0	11	19	79	87.77	Sangat Puas
Keunikan bangunan	0	3	27	87	86.66	Sangat Puas
Pemandangan & Villa Rumah Kaca	0	7	23	83	92.22	Sangat Puas
Varian Makanan & Minuman	0	8	21	83	91.11	Sangat Puas
Jumlah				418	454.42	Sangat Puas
Rata-rata				83.6	92.88	Sangat Puas

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2022

Tabel 5 menunjukkan indikator-indikator produk kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tuur Ma’asing.

1. Indikator keindahan alam di tengah pohon enau sebesar 96.66% dengan kriteria sangat puas karena, keindahan alam yang alami sehingga menarik perhatian pengunjung dan pengunjung merasa nyaman.
2. Indikator produk minuman khas Minahasa sebesar 87.77% dengan kriteria sangat puas karena, pengunjung dapat menyaksikan secara langsung cara penyulingan minuman Khas Minahasa di wisata Tuur Ma’asing.
3. Indikator keunikan bangunan sebesar 86.66% dengan kriteria sangat puas karena, Bangunan dari pondok-pondok di wisata Tuur Ma’asing terbuat dari bambu dan kayu yang berbeda dengan wisata lainnya.
4. Indikator pemandangan dan villa rumah kaca sebesar 92.22% dengan kriteria sangat puas karena, bagian puncak memiliki keindahan seperti rumah kaca dengan berbagai tanaman buanga-bunga sehingga pengunjung merasa nyaman dan bisa menghirup udara yang sejuk.
5. Indikator varian makan dan minuman sebesar 91.11% dengan kriteria sangat puas karena, di wisata Tuur Ma’asing menyediakan berbagai varian makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau.

Tabel 5 menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap produk yang ada di wisata Tuur Ma’asing dengan rata-rata 92.88% dengan kriteria sangat puas.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang berkunjung di wisata Tuur Ma’asing mendapatkan kepuasan serta keinginan yang terpenuhi.

Harga

Keuntungan produsen berpengaruh terhadap harga. Dimana harga produk yang ditawarkan oleh pasar kepada konsumen sangat mempengaruhi keputusan pembelian karena konsumen membandingkan harga yang ditawarkan dari satu produk di pasar ke produk di pasar lain.

Tabel 6. Kepuasan Konsumen Wisata Tuur Ma’asing Terhadap Variabel Harga

Indikator	Skor			Jumlah	Persentase (%)	Kriteria
	TP	P	SP			
Harga tiket masuk	0	13	17	77	85.55	Sangat Puas
Kesesuaian harga dengan kapasitas makanan	1	15	14	73	81.11	Sangat Puas
Kesesuaian harga dengan produk yang disajikan	0	16	14	74	82.22	Sangat Puas
Jumlah				224	248.88	Sangat Puas
Rata-rata				74.6	82.88	Sangat Puas

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2022

Tabel 6 menunjukkan indikator-indikator harga kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tuur Ma’asing.

1. Harga tiket masuk sebesar 85.55% dengan kriteria Sangat Puas karena, harga tiket masuk sebesar Rp15.000 sebanding dengan keindahan dan pemandangan nuansa Pohon Enau di wisata Tuur Ma’asing.
2. Kesesuaian harga dengan kapasitas makanan sebesar 81.11% dengan kriteria sangat puas karena, makanan yang dipesan pengunjung sebanding dengan banyaknya setiap paket makan dengan harga jual makanan.
3. Kesesuaian harga dengan produk yang disajikan sebesar 82.22% dengan kriteria sangat puas karena, produk yang disajikan sebanding dengan harga yang dijual di supermarket dengan yang ada di wisata Tuur Ma’asing.

Tabel 6 menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap harga di wisata Tuur Ma’asing dengan rata-rata 82.88% dengan kriteria sangat puas. Hal ini disebabkan karena konsumen merasa masih terjangkau, dan sebanding mengenai harga jual produk maupun keindahan yang ada di wisata Tuur Ma’asing.

Tempat atau Lokasi

Tempat atau lokasi merupakan salah satu indikator yang penting dalam kepuasan konsumen. Lokasi yang strategis lebih menguntungkan karena dapat menarik pelanggan lebih banyak untuk berkunjung.

Tabel 7. Kepuasan Konsumen Wisata Tur Ma'asering Terhadap Variabel Tempat atau Lokasi

Indikator	Skor			Jumlah	Persentase (%)	Kriteria
	TP 1	P 2	SP 3			
Akses jalan menuju wisata	1	9	20	79	87.77	Sangat Puas
Kebersihan toilet	0	5	25	85	94.44	Sangat Puas
Lahan parkir	2	10	18	76	84.44	Sangat Puas
Kebersihan lokasi Tur Ma'asering	0	3	27	87	96.66	Sangat Puas
Jumlah				327	363.31	Sangat Puas
Rata-rata				81.7	90.77	Puas

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2022

Tabel 7 menunjukkan indikator-indikator tempat atau lokasi kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tur Ma'asering.

1. Akses jalan menuju wisata Tur Ma'asering sebesar 87.77% dengan kriteria sangat puas karena, akses jalan menuju wisata tidak berlubang dan jalannya bagus.
2. Kebersihan toilet sebesar 94.44% dengan kriteria sangat puas karena, toilet yang ada di wisata Tur Ma'asering sangat bersih dan airnya juga banyak.
3. Lahan parkir sebesar 84.44% dengan kriteria sangat puas karena, lahan parkir yang ada di wisata Tur Ma'asering termasuk luas dan juga ada penjaga parkir sehingga pengunjung merasa aman.
4. Kebersihan lokasi wisata sebesar 96.66% dengan kriteria sangat puas karena, wisata Tur Ma'asering bersih dan teratur, juga menyiapkan begitu banyak tempat sampah di samping-samping jalan masuk dan diberbagai tempat lainnya.

Tabel 7 menunjukkan bahwa tanggapan konsumen terhadap tempat yang ada di wisata Tur Ma'asering dengan rata-rata 90.77% dengan kriteria sangat puas.

Promosi

Promosi merupakan suatu bentuk upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen

untuk membeli atau mengkonsumsinya. Adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

Tabel 8. Kepuasan Konsumen Wisata Tur Ma'asering Terhadap Variabel Promosi

Indikator	Skor			Jumlah	Persentase (%)	Kriteria
	TP 1	P 2	SP 3			
Promosi melalui media sosial (Facebook & Instagram)	6	18	6	60	66.66	Puas
Promosi yang di tawarkan secara langsung	5	13	12	67	74.44	Puas
Promosi dari mulut ke mulut	9	18	3	54	60.00	Puas
Promosi melalui poster-poster	16	11	3	47	52.22	Tidak Puas
Jumlah				228	253.32	Puas
Rata-rata				57.0	63.33	

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2022

Tabel 8 menunjukkan indikator-indikator promosi kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tur Ma'asering.

1. Promosi melalui media sosial (Facebook & Instagram) sebesar 66.66% dengan kriteria puas karena, dengan adanya media sosial pengunjung bisa mendapatkan informasi melalui Facebook dan Instagram.
2. Promosi yang ditawarkan secara langsung sebesar 74.44% dengan kriteria puas karena, wisata mengadakan penawaran di lokasi dengan adanya paket-paket makanan yang dijadikan satu dengan harga jual lebih murah.
3. Promosi dari mulut ke mulut sebesar 60.00% dengan kriteria puas karena, yang diharapkan sesuai dengan realita.
4. Promosi melalui poster-poster sebesar 52.22% dengan kriteria tidak puas karena, wisata Tur Ma'asering tidak melakukan poster-poster melalui samping-samping jalan raya.

Tabel 8 menunjukkan bahwa rata-rata kepuasan konsumen terhadap promosi yaitu 63.33% dengan kriteria puas. Hal ini menyebabkan masih banyak pengunjung yang merasa kurang puas dengan promosi yang ada di tempat objek wisata Tur Ma'asering sehingga pengelola harus lebih meningkatkan hal yang belum tersedia di wisata Tur Ma'asering dan mempertahankan berbagai macam hal yang telah disediakan.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan pihak penjual untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh konsumen.

Tabel 9. Kepuasan Konsumen Wisata Tur Ma’asing Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator	Skor			Jumlah	Persentase (%)	Kriteria
	TP 1	P 2	SP 3			
Keramahan, kesopanan karyawan	0	4	26	86	97.77	Sangat Puas
Kesigapan menangani keluhan	0	10	20	80	94.44	Sangat Puas
Penampilan fisik karyawan	1	10	19	78	90.00	Sangat Puas
Kecepatan penyajian produk	1	8	21	80	94.44	Sangat Puas
Jumlah				324	376.65	Sangat Puas
Rata-rata				81.0	90.00	Puas

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2022

Tabel 9 menunjukkan indikator-indikator pelayanan kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tur Ma’asing.

1. Karamahan, kesopanan karyawan sebesar 97.77% dengan kriteria sangat puas karena, karyawan yang ada di wisata Tur Ma’asing sangat ramah dan sopan melayani pengunjung.
2. Kesigapan menangani keluhan sebesar 94.44% dengan kriteria sangat puas karena, karyawan diwisata selalu bersikap baik dan cepat memahami keluhan konsumen.
3. Penampilan fisik karyawan sebesar 90.00% dengan kriteria sangat puas karena, karyawan wisata Tur Ma’asing menggunakan pakaian yang berbeda dengan pengunjung sehingga dapat membedakan antara pengunjung dan karyawan.
4. Kecepatan dalam penyajian produk sebesar 94.44% dengan kriteria sangat puas karena, apabila pengunjung memesan makanan atau minuman penyajian produknya cepat dan konsumen tidak perlu menunggu terlalu lama.

Tabel 9 menunjukkan rata-rata pelayanan konsumen adalah 90.00% dengan kriteria sangat puas. Hal ini disebabkan karena konsumen merasa sangat dilayani dengan baik sehingga merasa puas dengan pelayanan di Tur Ma’asing, dengan demikian pengelola harus mempertahankan yang sudah ada di wisata Tur Ma’asing.

Rekapitulasi Kepuasan Konsumen Wisata Tur Ma’asing Berdasarkan Variabel Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Pelayanan

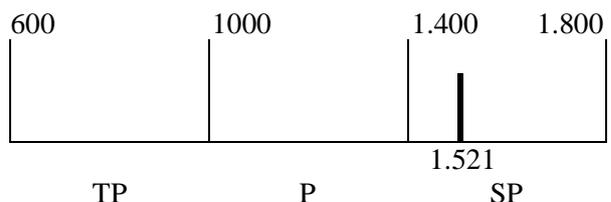
Penelitian ini mengukur kepuasan konsumen wisata Tur Ma’asing dengan 5 variabel terhadap 30 responden. Tabel 10 menunjukkan rekapitulasi kepuasan konsumen wisata Tur Ma’asing dari variabel produk, harga, tempat, promosi, dan pelayanan.

Tabel 10. Rekapitulasi Total Skor Kepuasan Konsumen dan Interpretasi

No.	Variabel	Total Skor	Indeks Kepuasan (%)	Interpretasi
1.	Produk	418	92.88	Sangat Puas
2.	Harga	224	82.88	Sangat Puas
3.	Tempat	327	90.77	Sangat Puas
4.	Promosi	228	63.33	Puas
5.	Pelayann	324	90.00	Sangat Puas

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2022

Jumlah skor ideal untuk keseluruhan pertanyaan adalah 1.521 (sangat puas), jumlah skor terendah adalah 600 (puas). Berdasarkan data yang diperoleh dari 20 pertanyaan yang diberikan kepada 30 responden, maka diperoleh total skor 1.521, dengan indeks kepuasan konsumen pengunjung:

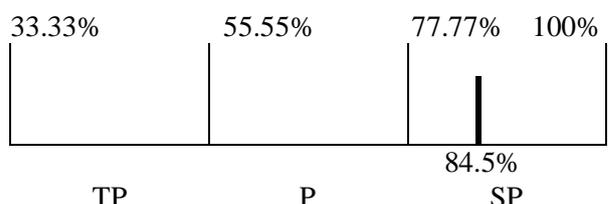


Gambar 4. Kepuasan Konsumen Wisata Tur Ma’asing Berdasarkan Data

Secara persentase, kepuasan konsumen wisata tur ma’asing adalah:

$$= \frac{1.521}{1.800} \times 100\% = 84.5\%$$

Dengan interprestasi nilai:



Gambar 5. Kepuasan Konsumen Wisata Tur Ma’asing Berdasarkan Persentase

Hasil analisis menggunakan skala likert menunjukkan bahwa angka indeks kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tuur Ma'asing dari variabel produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan sebesar 84.5% dengan persentase sangat puas. Berdasarkan 5 variabel tersebut yang memiliki indeks kepuasan konsumen paling tinggi yaitu produk sebesar 92.88%, kemudian diikuti tempat atau lokasi sebesar 90.77%, pelayanan sebesar 90.00%, harga sebesar 82.88%, promosi sebesar 63.33%. Hal ini menunjukkan secara keseluruhan wisata Tuur Ma'asing sudah mencapai kepuasan konsumen, walaupun masih ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dan ditingkatkan lagi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tuur Ma'asing di Kelurahan Kumelembuai dilihat dari hasil analisis menggunakan skala likert menunjukkan bahwa angka indeks kepuasan konsumen terhadap objek wisata Tuur Ma'asing dari variabel produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan sebesar 84.5% dengan persentase sangat puas yang artinya secara keseluruhan konsumen merasa puas dengan keindahan serta vasilitas yang di wisata Tuur Ma'asing.

Saran

Upaya meningkatkan kepuasan konsumen dilakukan di wisata Tuur Ma'asing, maka pengusaha harus memperbaiki hal yang perlu ditingkatkan dan yang harus dipertahankan, dengan demikian hal ini sangat penting untuk kepuasan konsumen objek wisata Tuur Ma'asing serta untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak sehingga tidak kalah bersaing dengan wisata lainnya yang berada di Kota Tomohon.

DAFTAR PUSTAKA

- Nawang Sari. 2018. Potensi pariwisata. Yogyakarta.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi penelitian kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Nurjanah, N. 2018. Perencanaan Komunikasi Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Dakwah Risalah*, 29(2), 96-115.
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.