



Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Sajuta Janjang di Nagari Pakan Sinayan

Bunga Edelweiss^{1*}, LiseAsnur² 

^{1,2} Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received December 25, 2022

Revised January 06, 2023

Accepted June 10, 2023

Available online July 25, 2023

Kata Kunci:

Kepuasan Pengunjung, Daya Tarik Wisata, Pariwisata

Keywords:

Visitor Satisfaction, Tourist Attraction, Tourism



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Daya tarik wisata Sajuta Janjang ialah tidak tercapainya keinginan pengunjung untuk akses jalan menuju lokasi daya tarik wisata, ketidakpuasan pengunjung karena penumpukan sampah, tidak tercapainya kebutuhan pengunjung dengan fasilitas Toilet dan Mushola yang kurang bersih dan ketidak inginan untuk berkunjung kembali ke daya tarik wisata sajuta janjang. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Sajuta Janjang. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu pengunjung yang sedang dan pernah berkunjung ke daya tarik wisata Sajuta Janjang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan Teknik non probability sampling sehingga didapatkan 100 orang responden. Teknik pengumpulan data melalui angket dengan menggunakan skala likert berjumlah 32 pernyataan yang sudah di teruji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan SPSS versi 24.00. Analisis data yang mencakup nilai maksimal dan minimal, mean, median, standar deviasi dan tingkat pencapaian responden dengan menggunakan program SPSS versi 24.00 dan MS.Excel. Berdasarkan dari hasil dari Variabel Kepuasan Pengunjung, didapat indikator tercapainya harapan pengunjung 65%, terpenuhinya keinginan pengunjung 49%, tercapainya keinginan pengunjung 58%, keinginan untuk memakai produk/jasa itu kembali 65% dan keinginan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain 65%. Simpulan penelitian menunjukkan tingkat capaian kepuasan pengunjung sajuta janjang termasuk kedalam kategori puas.

ABSTRACT

The tourist attraction of Sajuta Janjang is that visitors' desires for road access to the tourist attraction location are not met, visitor dissatisfaction due to the accumulation of rubbish, visitors' needs are not met due to unclean toilet and prayer room facilities and the unwillingness to visit the Sajuta Janjang tourist attraction again. The aim of this research is to analyze visitor satisfaction at the Sajuta Janjang tourist attraction. This type of research is quantitative descriptive. The population of this research is visitors who are currently and have visited the Sajuta Janjang tourist attraction. The sampling method in this research was non-probability sampling technique so that 100 respondents were obtained. The data collection technique was through a questionnaire using a Likert scale totaling 32 statements whose validity and reliability had been tested using SPSS version 24.00. Data analysis including maximum and minimum values, mean, median, standard deviation and level of achievement of respondents using SPSS version 24.00 and MS.Excel. Based on the results of the Visitor Satisfaction Variable, the indicators obtained were 65% of visitors' expectations achieved, 49% of visitors' desires fulfilled, 58% of visitors' desires achieved, 65% of the desire to use the product/service again and 65% of the desire to recommend the product/service to others. The research conclusions show that the level of satisfaction achieved by Sajuta Janjang visitors is included in the satisfied category.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan serangkaian kegiatan yang terencana maupun tidak yang dilakukan oleh kelompok ataupun individu dari satu tempat ketempat untuk tujuan mendapatkan kepuasan (Abbas et al., 2022; Astiti, 2017). Pariwisata menjadi pilihan penting bagi suatu negara atau daerah karena multieffek yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata, pertumbuhan ekonomi merupakan dampak utama yang dicirikan oleh terbukanya lapangan kerja, stimulasi investasi sehingga berkembang produk wisata baik

*Corresponding author.

E-mail addresses: edelweissbung11@gmail.com (Bunga Edelweiss)

barang maupun berbagai jasa sehingga pariwisata terus berkembang (Arida & Pujani, 2017; Paramita, 2021; Riyadh et al., 2020). Daya tarik tempat wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata (Andrinata et al., 2016; Arida & Pujani, 2017).

Daerah yang memiliki potensi yang cukup besar dan sudah lama diproyeksikan untuk tujuan daerah pariwisata adalah Sumatra Barat. Sumatra Barat merupakan daerah yang dikenal dengan beragam wisata alam yang dimilikinya yang dapat menarik pengunjung. Salah satu daerah Sumatra Barat yang memiliki keindahan alam yang menarik adalah Nagari Pakan Sinayan. Nagari Pakan Sinayan ialah salah satu nagari yang terletak di Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam. Terdapat sebuah Daya Tarik Wisata yang dikenal Sajuta Janjang. Lokasi Sajuta Janjang sekitar 10Km dari pusat Kota Bukittinggi dengan estimasi waktu 20 menit. Daya Tarik wisata yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Pemuda Olahraga memiliki masalah tentang kepuasan pengunjung yang dilihat dari google ulasan dan Pra Observasi. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dan beberapa komentar pengunjung di google ulasan terdapat beberapa permasalahan pada daya tarik wisata Sajuta Janjang ialah tidak tercapainya keinginan pengunjung untuk akses jalan menuju lokasi daya tarik wisata, ketidakpuasan pengunjung karena penumpukan sampah, tidak terpenuhinya kebutuhan pengunjung karena kurang keramah tamahan pelayanan di gerbang masuk, tidak tercapainya kebutuhan pengunjung dengan fasilitas Toilet dan Mushola yang kurang bersih dan ketidak inginan untuk berkunjung kembali ke daya tarik wisata sajuta janjang.

Kepuasan pengunjung merupakan persepsi kinerja maupun jasa memenuhi harapan pengunjung. Jika kinerja produk rendah dari pada harapan pengunjung, maka pengunjung tidak puas, bila kinerja sesuai atau melebihi harapan pengunjung, maka pengunjung merasa puas (Baharuddin et al., 2017; Novarini, 2017; Nuraeni et al., 2020). Kepuasan pengunjung dicapai dengan lima indikator yaitu terpenuhi harapan pengunjung, tercapainya kebutuhan pengunjung, tercapainya keinginan pengunjung, keinginan untuk memakai produk/jasa itu kembali, keinginan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain (Hendra et al., 2017; Nasrih, 2016; Nuraeni et al., 2020). Prinsip utama kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara apa yang diharapkan dengan tingkat kinerja yang dirasakan wisatawan (Hermawan, 2017; Susetyarini & Masjhoer, 2018). Jika wisatawan merasa puas selama melakukan perjalanan wisata maka akan menciptakan gambaran yang positif terhadap jasa pariwisata tersebut dan mendorong penciptaan niat kunjungan ulang. Kemudian wisatawan yang memiliki niat untuk berkunjung ulang sangat logis untuk merekomendasikan destinasi wisata.

Temuan penelitian sebelumnya menyatakan daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap niat kunjungan ulang tanpa harus melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada tempat wisata (Nurmalinda & Illahi Manvi, 2022). Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk menganalisis kepuasan pengunjung Daya Tarik Wisata Sajuta Janjang di Nagari Pakan Sinayan, Kecamatan Banuhampu, Kabupaten Agam dengan mendeskripsikan indikator Kepuasan Pengunjung ialah tercapainya harapan pengunjung, terpenuhinya kebutuhan pengunjung, tercapainya keinginan pengunjung, keinginan untuk memakai produk/jasa itu kembali dan keinginan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain.

2. METODE

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang dinarasikan atau menceritakan data informasi yang diperoleh dengan mengelaborasi teori yang relevan. Populasi berdasarkan data kunjungan dalam rentang Agustus 2020 sampai Januari 2021 sebanyak 23.090 orang. Metode dalam penelitian ini menggunakan jenis *non probability sampling* dengan Teknik pertimbangan tertentu. Jumlah sampel di penelitian ini sebanyak 100 responden dengan di bantu menggunakan SPSS versi 24.00. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Data variabel kepuasan pengunjung dikumpulkan melalui 32 butir pernyataan yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya pernyataan tersebut disebarkan ke 100 orang responden yang terbagi dari 5 indikator yang kemudian dilakukan pemberian skor menurut skala *likert* berdasarkan setiap jawaban dari responden. Distribusi frekuensi data variabel kepuasan pengunjung N=100 disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Data Variabel Kepuasan Pengunjung N=100

Kategori	Rentang Skor	F	%
Sangat Puas	≥127,99	2	2%
Puas	106,66 - <127,99	83	83%
Cukup Puas	85,34 - < 100,66	15	15%
Kurang Puas	64,01 - < 85,34	0	0%
Tidak Puas	≤ 64,01	0	0%
Jumlah		100	100

Berdasarkan **Tabel 1**, dapat dijelaskan bahwa 100 responden untuk variabel kepuasan pengunjung dapat dikelompokkan sebanyak (2%) menunjukkan kategori sangat puas, (83%) menunjukkan kategori puas, (15%) menunjukkan kategori cukup puas. Frekuensi variabel kepuasan pengunjung dengan indikator tercapainya harapan pengunjung disajikan pada **Tabel 2**.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung Dengan Indikator Tercapainya Harapan Pengunjung

Kategori	Rentang Skor	F	%
Sangat Puas	≥ 55,99	8	8%
Puas	46,66 - < 55,99	65	65%
Cukup Puas	37,34 - < 46,66	27	27%
Kurang Puas	28,01	0	0%
Tidak Puas	≤ 28,01	0	0%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan indikator tercapainya harapan pengunjung, sebanyak (8%) menunjukkan kategori sangat puas, (65%) menunjukkan puas, (27%) menunjukkan kategori cukup puas. Distribusi frekuensi variabel kepuasan pengunjung dengan indikator terpenuhinya kebutuhan pengunjung disajikan pada **Tabel 3**.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung Dengan Indikator Terpenuhinya Kebutuhan Pengunjung

Kategori	Rentang Skor	F	%
Sangat Puas	≥ 24	7	7%
Puas	20 - < 24	49	49%
Cukup Puas	16 - < 20	44	44%
Kurang Puas	12	0	0%
Tidak Puas	≤ 12	0	0%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan indikator terpenuhinya kebutuhan pengunjung, sebanyak (7%) menunjukkan kategori sangat puas, (49%) menunjukkan puas, (44%) menunjukkan kategori cukup puas. Distribusi frekuensi variabel kepuasan pengunjung dengan indikator tercapainya keinginan pengunjung disajikan pada **Tabel 4**.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung Dengan Indikator Tercapainya Keinginan Pengunjung

Kategori	Rentang Skor	F	%
Sangat Puas	≥ 15,99	12	12%
Puas	13,33 - < 15,99	58	58%
Cukup Puas	10,67 - < 13,33	30	30%
Kurang Puas	8,01	0	0%
Tidak Puas	≤ 8,01	0	0%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan indikator tercapainya keinginan pengunjung, sebanyak (12%) menunjukkan kategori sangat puas, (58%) menunjukkan puas, (30%) menunjukkan kategori cukup puas. Keinginan untuk memakai produk/jasa itu kembali disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung Dengan Indikator Keinginan Memakai Produk/Jasa itu Kembali

Kategori	Rentang Skor	F	%
Sangat Puas	≥ 12	4	4%
Puas	10 - < 12	24	24%
Cukup Puas	8 - < 10	65	65%
Kurang Puas	6	7	7%
Tidak Puas	≤ 6	0	0%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan indikator tercapainya keinginan pengunjung, sebanyak (4%) menunjukkan kategori sangat puas, (24%) menunjukkan puas, (65%) menunjukkan kategori cukup puas, (7%) menunjukkan kategori kurang puas. Keinginan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung Dengan Indikator Keinginan Merekomendasikan Produk/Jasa Kepada Orang Lain

Kategori	Rentang Skor	F	%
Sangat Puas	≥ 19,99	65	65%
Puas	16,66 - < 19,99	35	35%
Cukup Puas	13,34 - < 16,66	0	0%
Kurang Puas	10,01	0	0%
Tidak Puas	≤ 10,01	0	0%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan indikator tercapainya keinginan pengunjung, sebanyak (65%) menunjukkan kategori sangat puas, (35%) menunjukkan puas.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dibuat pembahasan tentang variabel Kepuasan Pengunjung (X) dengan 5 indikator. Temuan pertama, tercapainya harapan pengunjung. Dalam hal ini terdapat 4 sub indikator, antara lain kondisi objek wisata sajuta janjang sesuai dengan harapan pengunjung, mendapatkan kenyamanan, fasilitas objek wisata sajuta janjang dan kesesuaian harga tiket masuk. Berdasarkan hasil pengkategorian persentase tertinggi berada pada kategori puas. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden puas terhadap indikator ini, dijadikan peluang dalam meningkatkan pengunjung dikawasan Daya Tarik Wisata Sajuta Janjang. Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Baharuddin et al., 2017; Efendi & Winenriandhika, 2021). Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Azman & Elsandra, 2020; Yulia et al., 2021).

Kedua, terpenuhinya kebutuhan pengunjung. Dalam hal ini terdapat 2 sub indikator, antara lain : Kebutuhan akan kepatan dan ketepatan layanan dan kebutuhan akan pertolongan. Berdasarkan hasil pengkategorian persentase tertinggi berada pada kategori puas. Maka dapat disimpulkan sebagian besar responden puas terhadap indikator terpenuhinya kebutuhan pengunjung dalam halnya pelayanan dan kebutuhan berekreasi di Daya Tarik Wisata Sajuta Janjang. Ketiga, tercapainya keinginan pengunjung. Dalam hal ini terdapat 2 sub indikator, antara lain: Keinginan terpenhi, dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan pengunjung. Berdasarkan pengkategorian persentase tertinggi berada pada kategori puas. Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa sebagian besar responden puas terhadap indikator tercapainya keinginan pengunjung di Daya Tarik Wisata Sajuta Janjang.

Keempat, keinginan untuk memakai produk/jasa itu kembali. Dalam hal ini terdapat 2 sub indikator, antara lain: Kembali berkunjung dan menikmati lagi sajuta janjang, keinginan untuk mengutamakan berkunjung di sajuta janjang dari pada objek wisata lain. Berdasarkan hasil pengkategorian persentase tertinggi berada pada kategori cukup puas, dengan nilai persentase 65%. Maka, sebagian besar

responden cukup puas terhadap indikator keinginan untuk memakai Produk/Jasa itu kembali, dikarenakan pengunjung ragu untuk kembali berkunjung dikarenakan letih untuk sampai puncak Sajuta Janjang. Kelima, keinginan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain. Dalam hal ini terdapat 3 sub indikator, antara lain: Memperkenalkan Sajuta Janjang kepada orang lain, menceritakan sajuta janjang kepada orang lain, adanya keinginan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain. Berdasarkan hasil pengkategorian persentase tertinggi berada pada kategori sangat puas. Maka, sebagian besar responden sangat puas terhadap indikator keinginan untuk merekomendasikan Produk/Jasa kepada orang lain. Hal ini akan mempengaruhi tingkat kunjungan dari Sajuta Janjang.

4. SIMPULAN

Kepuasan pengunjung Daya Tarik Wisata Sajuta Janjang bahwa tingkat capaian kepuasan pengunjung sajuta janjang termasuk kedalam kategori puas. Untuk tercapainya keinginan pengunjung penulis menyarankan agar pengelola dapat memperbaiki jalan menuju sajuta janjang, menambah tempat sampah, dan keramah tamahan pelayanan perlu ditingkat dan juga kebersihan Toilet dan Musholla. Kemudian dapat menambah fasilitas yang perlu seperti tambahan sarana olahraga.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, E. W., Rusmaniah, R., Mutiani, M., Putra, M. A. H., & Jumriani, J. (2022). Integration of River Tourism Content in Social Studies Teaching Materials as an Efforts to Strengthen Student Understanding. *The Innovation of Social Studies Journal*, 4(1), 11. <https://doi.org/10.20527/iis.v4i1.6312>.
- Andrinata, Sumarmi, & I Komang Astina. (2016). Pengembangan Modul Geografi Pariwisata Berbasis Paket Wisata Pulau Lombok Sebagai Upaya Memupuk Rasa Cinta Tanah Air Pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 1(10), 1999–2003. <https://doi.org/10.17977/jp.v1i10.7339>.
- Arida, I. N. S., & Pujani, L. K. (2017). Kajian Penyusunan Kriteria-Kriteria Desa Wisata Sebagai Instrumen Dasar Pengembangan Desawisata. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(1), 1–9.
- Astiti, N. K. A. (2017). Mengoptimalkan Sumber Daya Arkeologi Sebagai Daya Tarik Wisata Untuk Ketahanan Budaya. *Jurnal Penelitian Arkeologi Papua Dan Papua Barat*, 8(2), 162–178. <https://doi.org/10.24832/papua.v8i2.186>.
- Azman, H. A., & Elandra, Y. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial ke Bukittinggi. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.25077/amar.4.1.1-17.2020>.
- Baharuddin, A., Kasmita, M., & Salam, R. (2017). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Malioboro Kota Yogyakarta. *Jurnal Ad'ministrare*, 3(2), 107. <https://doi.org/10.26858/ja.v3i2.2571>.
- Efendi, S., & Winenriandhika, O. (2021). Pengaruh Rekrutmen, Pelatihan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kepuasan Kerja dan Dampaknya Pada kinerja Karyawan di PT. Marketama indah. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 3(1), 99–110. <https://doi.org/10.110915/jin.v3i1.383>.
- Hendra, T., Djawahir, A. H., & Djazuli, A. (2017). Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Giant Supermarket Sawojajar , Kota Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 129–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1694>.
- Hermawan, H. (2017). Pengaruh daya tarik wisata, keselamatan, dan sarana wisata terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan: studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Media Wisata*, 15(1). <https://doi.org/10.36276/mws.v15i1.57>.
- Nasrih, M. L. (2016). Analisis Hubungan Kepuasan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 2(1). <https://doi.org/10.15408/aiq.v2i1.2477>.
- Novarini, A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, dan Promosi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Pada Hidden Canyon Beji Guwang. *Ojs Stimihandayani*.
- Nuraeni, R., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 487. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i4.3795>.
- Nurmalinda, N., & Illahi Manvi, K. (2022). Analisis Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Talao Pauh Waterfront Kota Pariaman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 2270–2275. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i1.2925>.
- Paramita, I. B. G. (2021). Mengelola Komunikasi Efektif Public Relation Sektor Pariwisata Di Bali Pada Masa Pandemi Covid-19. *Communicare*, 2(2), 135–144.

- <https://doi.org/10.55115/communicare.v2i2.1821>.
- Riyadh, R., Wesnawa, I. G. A., & Citra, I. P. A. (2020). Dampak Potensi Pariwisata Terhadap Kualitas Air Danau Beratan. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 8(1), 23–32. <https://doi.org/10.23887/jjg.v8i1.23474>.
- Susetyarini, O., & Masjhoer, J. M. (2018). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Umum, Prasarana Umum, Dan Fasilitas Pariwisata Di Malioboro Pasca Revitalisasi Kawasan. *Jurnal Kepariwisataaan*, 12(1), 41–54.
- Yulia, C., Subekti, S., Nikmawati, E. E., & Maosul, A. (2021). Pengembangan Wisata Kulindes (Kuliner Pedesaan) Berbasis Pangan Lokal di Desa Pangauban Kecamatan Batujajar Kabupaten Bandung Barat. *Lentera Karya Edukasi*, 1(3), 153–159. <https://doi.org/10.17509/lentera.v3i1.42204>.