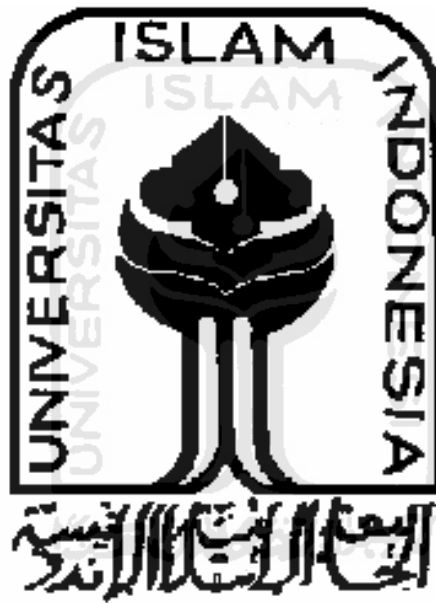


**Peningkatan Kinerja Layanan dan Penentuan Strategi
Pengembangan Pengelolaan Tempat Wisata
(Studi Kasus pada Agro Mina Wisata Karang Asri, di Desa Karanggeneng,
Purwobinangun, Pakem, Sleman)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri**



Disusun Oleh :

Nama : BEFRI BUDI HERTANTO

NIM : 06 522 083

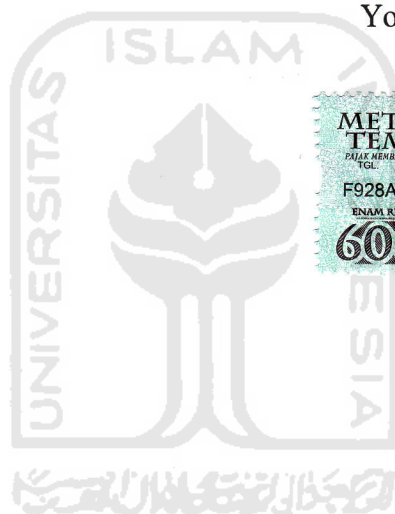
**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2011

PENGAKUAN

Demi Allah, Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Agustus 2011



Befri Budi Hertanto



**AGRO MINA WISATA
KARANGASRI**
Outbond Camping Fishing
Karanggeneng Purwobinangun Pakem Sleman Yogyakarta

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini kami atas nama Karangasri Adventure Service (KAS), menerangkan bahwa :

Nama : Befri Budi Hertanto

NIM : 06 522 083

Jurusan : Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia

Bahwa nama tersebut telah melaksanakan penelitian di Karangasri Adventure Service (KAS), dari bulan Februari – Mei 2011.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Karanggeneng, 30 Mei 2011

Bendahara



Suryana

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**Peningkatan Kinerja Layanan dan Penentuan Strategi
Pengembangan Pengelolaan Tempat Wisata
(Studi Kasus pada Agro Mina Wisata Karang Asri, di Desa Karanggeneng,
Purwobinangun, Pakem, Sleman)**

TUGAS AKHIR



Oleh :

Nama : Befri Budi Hertanto

No. Mhs : 06 522 083

Yogyakarta, Agustus 2011

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Eskartrimurti', is written over a horizontal line.

Eskartrimurti, Hj, Dra, MM

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Peningkatan Kinerja Layanan dan Penentuan Strategi

Pengembangan Pengelolaan Tempat Wisata

(Studi Kasus pada Agro Mina Wisata Karang Asri, di Desa Karanggeneng,
Purwobinangun, Pakem, Sleman)

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Befri Budi Hertanto
No. Mahasiswa : 06 522 083

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri
Yogyakarta, Agustus 2011

Tim Penguji

Eskartrimurti, Hj. Dra, MM

Ketua

Drs. M. Ibnu Mastur, MSIE

Anggota I

Yuli Agusti Rochman, ST., M.Eng.

Anggota II

Mengetahui,
Ketua Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia



Drs. M. Ibnu Mastur, MSIE

9/8/2011

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk :

Kedua Orang Tua saya Bapak Sunardi dan Ibu Sri Suharni yang telah memberikan do'a dan kasih sayang tak terbatas.

Mbak Fitri, yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk tetap berusaha dan pantang menyerah....

MOTTO

لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا

Allah tidak menyukai ucapan buruk, (yang diucapkan) dengan terus terang kecuali oleh orang yang dianiaya. Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

(QS. 4:148)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾
وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَأَرْغَبْ ﴿٨﴾

“Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan;
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan; Maka apabila kamu telah selesai
(dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain;
dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap..”

(QS Alam Nasyrh : 5-8)

“Kau gagal tetapi masih bisa mampu bangkit kembali, karena itu menurutku arti dari
kuat yang sebenarnya”

(Hinata Hyuuga)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, dan Syukur Alhamdulillah atas segala rahmat dan anugerah-Nya yang telah memberikan ilmu, kekuatan dan kesempatan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Di dalam pelaksanaan dan penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan, dan bantuan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Gumbolo H. S., M.Sc. Selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. H. M. Ibnu Mastur, Msie. Selaku Ketua Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Eskartrimurti, Hj, Dra, MM. Selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan.
4. Karangasri Adventure Service (KAS). Selaku perusahaan tempat penelitian berlangsung.
5. Kedua orang tua dan keluarga yang telah banyak memberikan doa serta dukungan moril dan materiil.
6. Semua teman-teman Teknik Industri yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

7. Sahabat, saudara serta teman-teman bermain bersama : Hasta, Bay, Ventry, Shiddiq, Puji, Aji, Enggar, Arbie, Doni, Ima, Wahyu dan penghuni kost Jebot.
8. Segenap pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, walaupun demikian penulis berharap semoga laporan tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi semua pihak, dan semoga seluruh bantuan yang telah disumbangkan kepada penulis dapat diterima Allah SWT sebagai amal sholeh dan mendapatkan balasan pahala besar.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb



Yogyakarta, Juli 2011

Befri Budi Hertanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGAKUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Karang Asri Adventure Service	7
2.2 Pariwisata	7

2.3 Prinsip-Prinsip Pengelolaan Pariwisata	9
2.4 Peran Strategis Pengelolaan Pariwisata	10
2.5 Jenis-Jenis Pariwisata.....	11
2.6 Kinerja Perusahaan	12
2.7 Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	14
2.8 Konsep Strategi	15
2.9 <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>	16
2.10 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	19
2.11 Analisis SWOT	21
2.12 Alat dan Teknik Pengumpulan Data	28
2.12.1 Kuisisioner	28
2.12.2 Sampling	29
2.12.3 Teknik Pengujian Instrumental	29
2.13.3.1 Uji Validitas	29
2.13.3.2 Uji Reliabilitas	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian dan Waktu Penelitian	31
3.2 Alat dan Sasaran Penelitian	31
3.3 Jenis Data dan Informasi.....	32
3.4 Penentuan Jumlah Sampel	33
3.5 Penggunaan Skala Likert	34
3.6 Metode Pengumpulan Data	35
3.7 Pengolahan Data	36
3.7.1 Uji validitas	36

3.7.2	Uji Reabilitas	37
3.7.3	<i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>	38
3.7.4	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	39
3.7.5	Analisa SWOT	40
3.7.6	Matrik SWOT	40
3.8	Analisis dan Pembahasan.....	40
3.9	Kesimpulan dan Saran	40
3.10	Diagram Alir Penelitian	41

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Pengumpulan Data.....	43
4.1.1	Profil Perusahaan.....	43
4.1.2	Struktur Organisasi.....	43
4.1.3	Produk dan Fasilitas yang Ditawarkan	44
4.2	Pengolahan Data	45
4.2.1	Penentuan Jumlah Sampel	45
4.2.2	Uji Validitas	46
4.2.3	Uji Reliabilitas	54
4.2.4	<i>Important Performance Analysis (IPA)</i>	55
4.2.5	Diagram Kartesius.....	57
4.2.6	<i>Costumer Satisfaction Index (CSI)</i>	57
4.2.7	<i>Strenght Weakness Opportunity Threat (SWOT)</i>	59
4.2.7.1	<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)</i>	59
4.2.7.2	<i>External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)</i>	60

4.2.7.3	Rekomendasi Analisa SWOT.....	61
4.2.8	Analisis <i>Matriks Strenght Weakness Opportunity Threat</i> (SWOT)	62

BAB V PEMBAHASAN

5.1	Analisis Data Hasil Kuesioner	65
5.1.1	Uji Kecukupan Data	65
5.1.2	Pengujian Validitas	65
5.1.3	Pengujian Realibilitas	65
5.2	<i>Important Performance Analysis (IPA)</i>	66
5.3	<i>Analisis Diagram Kartesius IPA</i>	67
5.3.1	Kuadran I	67
5.3.2	Kuadran II	69
5.3.3	Kuadran III	70
5.3.4	Kuadran IV	71
5.4	<i>Costumer Satisfaction Index (CSI)</i>	71
5.5	<i>Analisis Matriks Strenght Weakness Opportunity Threat (SWOT)</i>	72
5.5.1	Analisis Matriks IFAS	72
5.5.2	Analisis Matriks EFAS	73
5.5.3	Rekomendasi Analisa SWOT	74
5.5.4	Formulasi Strategi Perusahaan	74

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	78
6.2	Saran	78

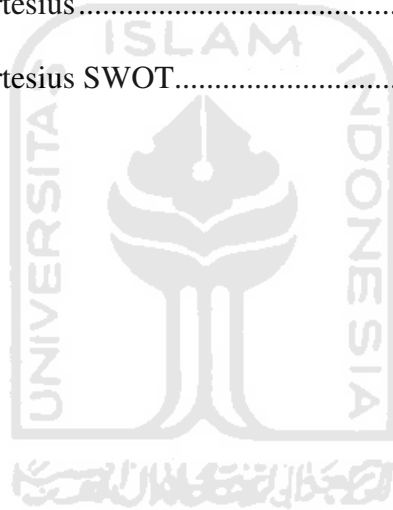
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Diagram Kartesius	18
Gambar 2.2	Analisis SWOT.....	22
Gambar 2.3	Diagram Matrik SWOT.....	27
Gambar 3.1	Diagram Kartesius dalam metode IPA.....	39
Gambar 3.2	Diagram Alir Pemecahan Masalah.....	42
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	43
Gambar 4.2	Diagram Kartesius.....	57
Gambar 4.8	Diagram Kartesius SWOT.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Skala untuk Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Terhadap Atribut.....	17
Tabel 2.2	Kriteria Index Kepuasan	21
Tabel 2.3	Matrik <i>SWOT</i>	27
Tabel 4.1	Perhitungan Uji <i>Validitas</i> Untuk Pertanyaan 1 (X_1)	47
Tabel 4.2	Hasil Uji <i>Validitas</i> Kinerja.....	51
Tabel 4.3	Hasil Uji <i>Validitas</i> Kepentingan	52
Tabel 4.4	Perhitungan <i>Importance-Performance Analysis</i>	55
Tabel 4.5	Perhitungan <i>Costumer Satisfaction Index</i>	57
Tabel 4.6	Perhitungan <i>IFAS</i>	59
Tabel 4.7	Perhitungan <i>EFAS</i>	60
Tabel 4.8	Analisis <i>SWOT</i>	62

ABSTRAK

Karangasri Adventure Service (KAS) adalah pihak yang serius mengelolah usaha pariwisata alam di Agro Mina Wisata Karang Asri dan senantiasa meningkatkan kinerja perusahaan demi tercapainya tujuan perusahaan yang diinginkan sehingga dapat tercapainya keuntungan perusahaan dan kesejahteraan masyarakat sekitarnya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kinerja Karangasri Adventure Service (KAS) terhadap tingkat kepuasan pengunjung menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) disetiap atribut yang ditawarkan, lalu mengukur tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa yang ditawarkan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui index kepuasan pengunjung, serta merumuskan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT (Strength-Weakness-Opportunity-Threat).

Hasil penelitian kinerja Karangasri Adventure Service (KAS) yang menjadi perhatian pengelola dalam memperbaiki kinerja pelayanan yaitu atribut-atribut pada kuadran I yaitu sarana jalan yang memadai, tersedianya fasilitas tempat ibadah, dan fasilitas danau buatan. Untuk index kepuasan pengunjung sebesar 0,77 yang artinya pengunjung yang datang menikmati produk/jasa yang ditawarkan pada level puas. Strategi yang dapat dilakukan oleh Karangasri Adventure Service (KAS) berdasarkan analisis SWOT adalah strategi SO (Strengths-Opportunities) yaitu memberikan/memperbaiki fasilitas yang sesuai dengan keinginan konsumen, dan meningkatkan pelayanan prima terhadap pengunjung yang datang.

Kata Kunci : Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), Analisis SWOT.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepadatan penduduk yang terus meningkat di kota-kota besar dengan rutinitas sehari-hari, membuat masyarakat selalu mencari suasana baru yang lebih segar dan alami untuk menghilangkan kejenuhannya. Oleh sebab itu, kegiatan wisata diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan rekreasi masyarakat kota meningkat karena adanya kecenderungan efisiensi kerja, rutinitas kerja, kejenuhan pikiran sehingga pada saat waktu luang terutama pada hari libur, mereka akan melakukan rekreasi (Winarno, 2007). Pariwisata yang berbasis kepada lingkungan alam telah menjadi bentuk wisata yang sangat diminati oleh masyarakat. Sehingga pemilihan tempat rekreasi akan cenderung ke alam yang jauh dari polusi udara dan kebisingan.

Minat masyarakat terhadap kunjungan dari hari ke hari semakin meningkat terutama pada akhir pekan. Ada banyak ciri khas yang membedakan satu tempat wisata dengan wisata lainnya diantaranya adalah penekanan pada aspek alam dan pertanian, budaya dan kerajinan. Meski berakar dari basis yang sama, namun pengembangannya berbeda-beda. Pada masa mendatang nilai dari usaha pariwisata ini semakin meningkat, oleh karena itu usaha yang berbasis pada bidang pariwisata harus lebih ditingkatkan kembali. Terutama kinerja pengelola agar wisatawan yang datang bisa merasa puas akan pelayanan yang diberikan.

Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya (Wibowo, 2007). Pencapaian tujuan organisasi menunjukkan hasil

kerja atau prestasi kerja organisasi dan menunjukkan sebagai kinerja atau performa organisasi. Definisi tersebut menunjukkan bahwa pencapaian tujuan suatu organisasi tergantung daripada kinerja suatu organisasi tersebut dalam mewujudkannya. Apabila kinerja suatu organisasi tersebut tidak optimal maka tujuan pun akan tidak tercapai secara maksimal, begitupun sebaliknya.

Agro Mina Wisata Karang Asri merupakan salah satu tempat wisata di daerah istimewa Yogyakarta, tempat wisata ini memiliki potensi yang tinggi dan tentu saja memerlukan suatu pengembangan secara-terus menerus. Hal ini dimaksudkan agar tempat wisata ini memiliki daya saing yang tinggi terhadap objek-objek wisata lain dan juga ditujukan agar usaha pariwisata ini dapat terus berlanjut. Peran dari objek wisata selain mempunyai keuntungan dalam penggunaan sumber daya alam secara berkelanjutan, juga berpotensi untuk meningkatkan kegiatan ekonomi lokal (Sabda, 2003).

Karangasri Adventure Service (KAS) adalah salah satu pihak yang serius mengelola usaha pariwisata alam di Agro Mina Wisata Karang Asri dalam meningkatkan kinerja perusahaan demi tercapainya tujuan perusahaan yang diinginkan, sehingga keuntungan perusahaan dan kesejahteraan masyarakat sekitarnya dapat terwujud.

Masalah utama pengembang dan pengelola objek wisata terhadap pesaing yang lebih terdahulu berdiri adalah apakah pelayanan yang di berikan sudah sesuai harapan konsumen atau belum terhadap atribut-atribut yang diberikan, konsumen dalam konteks ini merupakan pengunjung objek wisata. Pengunjung tersebut nantinya akan menilai atribut-atribut mana saja yang kinerja pelayanannya kurang sehingga menjadi prioritas yang harus diperbaiki. Dengan demikian, objek wisata Agro Mina Wisata Karang Asri dituntut untuk selalu memberikan pelayanan yang baik dengan

meningkatkan kinerja layanan dan penentuan strategi pengembangan yang baik. Apabila keadaan ini terus berlanjut tanpa ada pengolahan dan pelayanan yang baik terhadap sumber daya yang ada, maka dikhawatirkan akan berdampak negatif terhadap keberlanjutan objek wisata dan kegiatan ekonomi disekitar wilayah objek wisata tersebut.

Oleh karena itu perlu dilakukan penilaian terhadap atribut-atribut apa saja yang secara prioritas harus diperbaiki untuk memenuhi kepuasan konsumen. Dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*, *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan Analisis SWOT dilakukan analisis yang berupaya memperbaiki skala prioritas terhadap atribut-atribut yang kurang sesuai dengan harapan konsumen. Hal tersebut nantinya akan digunakan sebagai penentuan alternatif – alternatif strategi pengembangan bagi perusahaan dalam upaya peningkatan kinerja dan kepuasan layanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Atribut – atribut apa saja yang secara prioritas harus diperbaiki dalam memenuhi kepuasan konsumen dan peningkatan kinerja pelayanan?
2. Seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut – atribut atau fasilitas produk/jasa secara menyeluruh?
3. Alternatif strategi terbaik apa saja yang dapat digunakan untuk memperbaiki layanan serta kinerja berdasarkan hasil analisis SWOT pada perusahaan?

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan tidak meluas, maka dalam penelitian ini perlu adanya batasan-batasan agar lebih terarah dan mengenai sasaran. Batasan masalah yang diambil untuk penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan di objek wisata Agro Mina Wisata Karang Asri.
2. Pengukuran kinerja dan kepuasan pelanggan menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).
3. Rancangan strategi menggunakan analisis SWOT.
4. Kuisisioner disebarakan pada pengunjung Agro Mina Wisata Karang Asri.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui atribut – atribut apa saja yang secara prioritas harus diperbaiki dalam memenuhi kepuasan konsumen dan peningkatan kinerja pelayanan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut – atribut atau fasilitas produk/jasa secara menyeluruh
3. Untuk mengetahui alternatif – alternatif strategi terbaik yang dapat dilakukan dilihat dari skala prioritas dari sisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat yaitu:

1. Bagi perusahaan, dapat memberikan masukan agar perusahaan dapat mengantisipasi ancaman maupun peluang yang akan terjadi, dan sebagai masukan untuk menciptakan kondisi bisnis yang lebih baik.
2. Bagi peneliti, dapat menerapkan ilmu yang didapat selama di bangku kuliah dengan kondisi di lapangan.
3. Bagi masyarakat umum, sebagai referensi pada penelitian-penelitian berikutnya terutama pada penyelesaian kasus yang berkaitan dengan kualitas layanan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan hasil penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Meliputi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori memuat penjelasan tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian dan untuk merumuskan hipotesis, landasan teori berbentuk uraian kuantitatif, model matematis, atau persamaan-persamaan yang langsung berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian meliputi uraian tentang bahan atau materi penelitian, alat, tata cara penelitian data yang dikaji, serta alat analisis yang dipakai dan bagan penelitian.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini memuat data-data yang diperlukan untuk penelitian beserta pengolahan datanya serta memuat hasil pengolahannya, hasil penelitian ini ditampilkan dalam bentuk tabel.

BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini memuat pembahasan yang sifatnya terpadu sesuai dengan hasil yang diperoleh dalam pengolahan data.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan pernyataan singkat, jelas dan tepat tentang apa yang di peroleh, dapat dibuktikan, dan dijabarkan dari hipotesis. Saran memuat berbagai usulan atau pendapat yang di benarkan oleh peneliti dari melihat hasil penelitian.

1.7 Daftar Pustaka

1.8 Lampiran

Gambar

Tabel

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Karang Asri Adventure Service

Karang Asri Adventure Service (KAS) adalah pengelola di tempat wisata Agro Mina Wisata Karang Asri yang bertempat di Desa wisata Srowolan. Karang Asri Adventure Service (KAS) didirikan oleh warga sekitar yang tergabung dalam pemilik saham dimana tanahnya adalah milik desa. Didalam perkembangannya pengelola memfokuskan diri dalam pariwisata alam dan minat khusus. Karena potensi yang ada dalam Desa Wisata Srowolan sangat memungkinkan akan pariwisata tersebut. Dan, tidak dipungkiri bila kedepan akan lebih berkembang lagi.

2.2 Pariwisata

Pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan pariwisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah (Suwanto, 2002).

Batasan pariwisata bisa ditinjau dari berbagai sudut panjang dimana belum ada keseragaman sudut pandang. Salah satunya dikemukakan oleh E. Guyer Freuler yang dikutip oleh Yoeti (1983) yang menyatakan pariwisata dalam artian modern adalah merupakan fenomena hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada

perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan.

Sedangkan Pitana dan Diarta (2009) mengungkapkan bahwa, pariwisata adalah jumlah dari fenomena dan hubungan yang timbul dari interaksi antara wisatawan, pemasok bisnis, pemerintah, masyarakat setempat, asal-usul pemerintah, universitas, perguruan tinggi, dan lembaga swadaya, dalam proses menarik, transportasi dan mengelolah wisatawan dan pengunjung lain.

Pengertian lain tentang pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dan yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti, 1983).

Banyak metode yang telah digunakan untuk mengembangkan potensi objek wisata seperti yang dilakukan Sukmana (2007) melakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif, dan teknik analisa data menggunakan teknik deskriptif-kualitatif pada model pengembangan lingkungan kota ekowisata, Hartanto (2004) melakukan penelitian menggunakan metode analisis data sekunder untuk analisis potensi objek wisata di kecamatan selo, Hastuti (2005) melakukan penelitian menggunakan metode survai dan analisis data sekunder untuk analisis potensi wisata alam. Namun metode tersebut hanya memberikan gambaran terhadap permasalahan, tidak ada langkah yang diambil untuk meningkatkan pariwisata yang berpotensi untuk pengembangan.

Salah satu metode yang bisa digunakan untuk merancang pengembangan pariwisata adalah dengan analisis SWOT berupa analisis deskriptif kualitatif, dengan

pendekatan analisis SWOT yang mendeskripsikan, menggambarkan, atau melukiskan hubungan antar fenomena yang diteliti secara sistematis, faktual dan akurat, seperti yang dilakukan oleh Widyanto et.al (2008) dalam pengembangan pariwisata pedesaan dengan mengidentifikasi potensi dan masalah yang terdapat didaerah penelitian. Asso et. al. (2009) mengenai kajian strategis pengembangan potensi ekowisata di lembah balen sebagai suatu alternatif pengelolaan pariwisata berkelanjutan, serta Latifah (2004) mengenai analisis faktor-faktor pendukung pengembangan pariwisata alam taman hutan raya bukit barisan tongkoh.

2.3 Prinsip-Prinsip Pengelolaan Pariwisata

Pengelolaan pariwisata haruslah mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan nilai-nilai kelestarian lingkungan alam, komunitas, dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal. Menurut Cox yang dikutip oleh Pitana dan Diarta (2009), pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah berdasarkan pada kearifan lokal dan *special local sense* yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.
2. Preservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan basis pariwisata.
3. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada khasanah budaya lokal.
4. Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.

Memberikan dukungan dan legitimasi pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif, tetapi sebaliknya mengendalikan atau menghentikan aktivitas pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas (*carrying capacity*) lingkungan alam atau akseptibilitas sosial walaupun disisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

2.4 Peran Strategis Pengelolaan Pariwisata

Secara lebih detail Liu (1994) dan Western (1992) seperti yang dikutip oleh Pitana dan Diarta (2009) mengemukakan bahwa, pengelolaan pariwisata dapat berperan strategis bagi fungsi-fungsi sebagai berikut:

1. Perlindungan terhadap sumber daya alam dan lingkungan. Umumnya pengembangan kawasan wisata akan diikuti oleh degradasi sumber daya yang diakibatkan oleh pertumbuhan dan pengembangan industri pariwisata yang ekstensif dan tidak terkendali, secepatnya pertumbuhan penduduk dikawasan tersebut sebagai konsekuensi logis dari kesempatan berusaha yang ditimbulkannya. Pariwisata jika dikelola dengan baik, mampu menyediakan solusi ekonomi untuk proteksi sumber daya alam dan lingkungan.
2. Keberlanjutan ekonomi. Kecendrungan industrialisasi dan perkembangan ekonomi global akan mengarah kepada kasaling tergantungan pada produk impor yang menguras devisa Negara. Pengembangan pariwisata menjadi salah satu solusi masalah tersebut dengan menyediakan produk ekspor yang tidak akan lari kemana-mana sebagai sumber devisa. Pengembangan pariwisata juga menyediakan keuntungan ekonomi bagi lapisan masyarakat bawah yang umumnya berada dikawasan pedesaan sehingga diharapkan

mampu menciptakan pendistribusian pendapat dan sumber daya ekonomi yang menjadi lebih baik.

3. Peningkatan integritas budaya. Aspek ekologi dalam pariwisata menyiratkan sebuah hubungan timbal balik antar wisatawan dan komunitas lokal yang melibatkan dialog budaya yang berdasarkan penghormatan terhadap eksistensi dan integritas masing-masing. Jika elemen integritas budaya hilang maka dapat dipastikan sebaik apapun kawasan wisata yang dibangun lambat laun akan ditinggalkan.

Nilai pendidikan dan pembelajaran. Keberlanjutan dan kelestarian sebuah kawasan wisata tergantung kepada bagaimana membangkitkan pemahaman dan kepedulian semua pemangku kepentingan terhadap pentingnya kontribusi, eksistensi, dan perlindungan terhadap sumber daya pendukung pariwisata. Pemahaman dan kepedulian ini hanya bisa dicapai melalui proses penanaman tata nilai (*value*) dan norma (*norm*) melalui proses pendidikan dan pembelajaran.

2.5 Jenis-Jenis Pariwisata

Jenis-Jenis Pariwisata antara lain sebagai berikut:

1. Pariwisata alam, adalah bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada upaya budidaya, sehingga memungkinkan memperoleh kesegaran jasmaniah dan rohaniyah, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta terhadap alam.
2. Pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang menggunakan sumber daya budaya sebagai modal utama dalam atraksi wisata. Jenis pariwisata ini memberikan variasi yang luas menyangkut budaya mulai dari seni

pertunjukan, seni rupa, festival, makanan tradisional, sejarah, pengalaman nostalgia dan cara hidup yang lain (Pitana dan Diarta, 2009)

3. Pariwisata pendidikan yaitu suatu jenis pariwisata yang menyediakan tempat-tempat seperti laboratorium penelitian, observatorium, planetarium, kebun raya, balai penelitian tanaman dan peternakan.
4. Pariwisata minat khusus, jenis pariwisata ini sangat berbeda dari jenis wisata tradisional karena calon wisatawan memiliki sebuah destiminasi wisata tertentu sehingga mereka dapat mengikuti minat khusus dan spesifikasi yang diminati (Pitana dan Darta, 2009)
5. Pariwisata industri, yaitu pariwisata berupa daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar debfan maksud dab tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian termasuk dalam golongan wisata industri ini. Hal ini banyak dilakukan dinegara-negara yang telah maju perindustriannya dimana masyarakat berkesempatan mengadakan kunjungan ke daerah-daerah atau komplek-komplek pabrik industry berbagai jenis barang yang dihasilkan secra masal di Negara itu.
6. Pariwisata kuliner, yaitu suatu jenis wisata yang menyajikan makanan khas daerah sebagai daya tarik utama pariwisata tersebut.

2.6 Kinerja Perusahaan

Kinerja menurut Amstrong dan Baron (1998) yang dikutip oleh Wibowo (2007) merupakan hasil kerja yang berhubungan kuat dengan tujuan strategi organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Wibowo (2007) mengatakan bahwa kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya. Pencapaian tujuan organisasi menunjukkan hasil kerja atau

prestasi kerja organisasi dan menunjukkan sebagai kinerja atau performa organisasi. Kinerja suatu organisasi, tim atau individu dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu. Tujuan dan sasaran kinerja tidak lain adalah untuk menjamin agar proses kinerja dapat berlangsung seperti diharapkan dan tercapainya prestasi kerja tinggi.

Standar kinerja merupakan tolok ukur terhadap mana kinerja diukur agar efektif. Standar kinerja harus dihubungkan dengan hasil yang diinginkan dari setiap pekerjaan. Terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan untuk suatu organisasi mempunyai kinerja yang baik, yaitu menyangkut pernyataan tentang maksud dan nilai-nilai, manajemen strategis, manajemen sumber daya manusia, pengembangan organisasi, konteks organisasi, desain kerja, fungsionalisasi, budaya dan kerja sama (Wibowo, 2007).

Produktivitas adalah hubungan antara keluaran atau hasil organisasi dengan masukan yang diperlukan. Hasil kinerja suatu organisasi secara kuantitatif dapat dinyatakan sebagai produktifitas. Namun ukuran produktifitas saja semakin lama dirasakan tidak cukup tanpa diikuti peningkatan kualitas sehingga melahirkan konsep *Total Quality Management*. *Total Quality Management* bermaksud melakukan perbaikan di semua bidang pekerjaan dengan orientasi pada kepuasan pelanggan (Wibowo, 2007).

Total Quality Management adalah suatu strategi organisasi untuk memberikan komitmennya pada peningkatan kepuasan pelanggan dengan secara berkelanjutan memperbaiki proses organisasional. *Total Quality Management* menjadi kepentingan berbagai bidang dalam organisasi, antara lain : *accounting, finance, human resources, management information systems, marketing* dan *operation* (Wibowo, 2007). Untuk memahami kualitas, dapat dilihat dari perspektif konsumen maupun produsen.

Pelanggan melihat kualitas dari dimensi: kesesuaian dengan spesifikasi, nilai, cocok untuk digunakan, dukungan dan kesan psikologis. Dari perspektif produsen, yang penting adalah *quality of conformance* atau kualitas kecocokan, dalam arti kesesuaian terhadap spesifikasi dan biaya.

Ukuran kinerja berkaitan dengan tipe ukuran yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut: produktivitas, kualitas, ketepatan waktu, *cycle time*, pemanfaatan sumber daya dan biaya. Klasifikasi ukuran lain yang dapat digunakan untuk pengukuran kinerja yang bersifat pelayanan, antara lain: *productivity indicators, utilization rates, time targets, volume of services, demand/service provision* (Wibowo, 2007).

2.7 Tingkat Kepuasan Pelanggan

Kotler (1994) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan. Rangkuti (2006) menyatakan bahwa pengukuran kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Tingkat kepentingan pelanggan didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan – sebelum mencoba atau membeli suatu produk jasa yang akan dijadikannya standar acuan dalam menilai kinerja produk jasa tersebut. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2006).

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, harga, kualitas produk dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Metode penelitian yang dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung adalah dengan menggunakan metode survei. Pengukurannya dilakukan dengan cara berikut:

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung melalui pertanyaan kepada pelanggan dengan ungkapan sangat tidak puas, kurang puas, cukup puas, puas dan sangat puas.
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
3. Responden diminta menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi yang berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan dimintaa untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
4. Responden diminta meranking elemen atau atribut penawaran berdasarkan derajat kepentingan setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan pada masing-masing elemen.

2.8 Konsep Strategi

Chandler (1962) seperti dikutip oleh Rangkuti (2006) mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan menjadi tiga tipe, yaitu:

1. Strategi manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya: strategi pengembangan produk, penerapan harga, strategi akuisisi, pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.

2. Strategi investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

3. Strategi bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Misalnya, strategi pemasaran, distribusi, organisasi, produksi atau operasional, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan (Rangkuti 1997).

2.9 Importance-Performance Analysis (IPA)

Important Performancen Analysis adalah suatu metode yang menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan seseorang terhadap kinerja suatu perusahaan. *Important* mengacu pada tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan. Dari berbagai persepsi tingkat kepentingan pelanggan dapat merumuskan tingkat kepentingan yang paling dominan. Penggunaan konsep tingkat kepentingan ini dapat menangkap

persepsi yang lebih jelas mengenai pentingnya variabel (atribut) dimata pelanggan. Sebagai indikator skala ukuran kuantitatif untuk tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan dan tingkat kinerja secara nyata dari suatu produk dinyatakan dalam bentuk tanggapan konsumen terhadap kepuasan digunakan skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan atau harapan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut yang ditanyakan. Skala Likert dapat dilihat pada Tabel.

Tabel 2.1 Skala untuk Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Terhadap Atribut

Nilai Skala	Arti dalam Tingkat Kepentingan	Arti dalam Tingkat Kepuasan
1	Tidak Penting	Tidak Puas
2	Kurang Penting	Kurang Puas
3	Cukup Penting	Cukup Puas
4	Penting	Puas
5	Sangat Penting	Sangat Puas

Hasil dari perhitungan pembobotan yang dihasilkan kemudian di rata- ratakan dan formulasikan dalam diagram kartesius. Masing-masing atribut diposisikan dalam sebuah diagram. Skor rata-rata penilaian terhadap tingkat kinerja (\bar{X}) menunjukkan posisi atribut pada sumbu X, sementara posisi atribut pada sumbu Y ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut (\bar{Y}).

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana :

\bar{X}_i = Nilai rata-rata tingkat kinerja atribut ke i

\bar{Y}_i = Nilai rata-rata kepentingan atribut ke i

X_i = Total skor Tingkat Kinerja Atribut ke i

Y_i = total skor Tingkat Kepentingan Atribut ke i

n = jumlah data konsumen

Diagram kartesius merupakan suatu bagan yang di bagi menjadi empat bagian dan di batasi oleh dua batas garis yang berpotongan tegak lurus pada titik- titik (\bar{X} , \bar{Y}) . Nilai \bar{X} dan \bar{Y} digunakan sebagai pasangan koordinat titik atribut yang memposisikan suatu atribut terletak pada diagram kartesius, titik tersebut diperoleh dari rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}}{k} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}}{k}$$

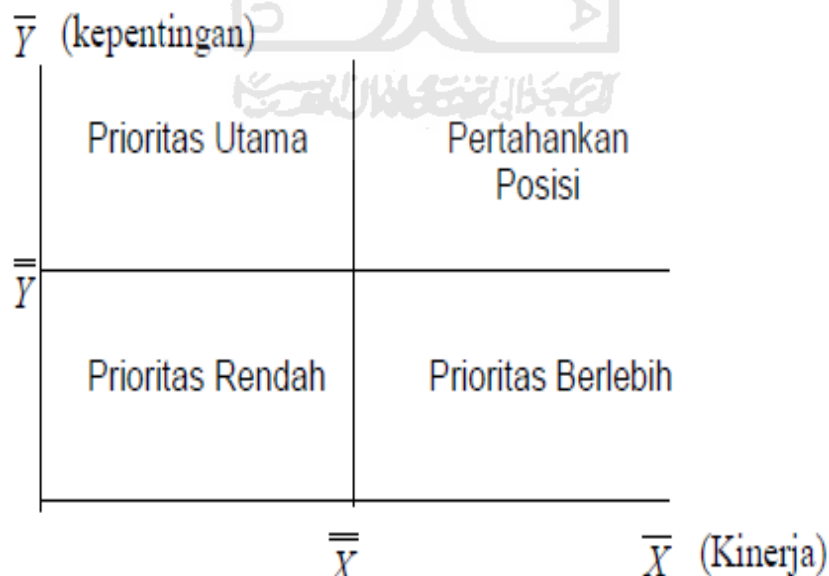
Dimana :

\bar{X} = Skor rata – rata dari tingkat kinerja seluruh atribut

\bar{Y} = Skor rata-rata dari tingkat kepentingan seluruh atribut

k = Banyaknya atribut yang diteliti

Selanjutnya setiap atribut-atribut tersebut dijabarkan dalam diagram kartesius pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.1 Diagram Kartesius

Keterangan:

1. Kuadran I (Prioritas Utama): Kinerja suatu faktor/ variabel adalah lebih rendah dari keinginan konsumen sehingga perusahaan harus meningkatkan kinerjanya agar optimal.
2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi): Kinerja dan keinginan konsumen pada suatu faktor/variabel berada pada tingkat tinggi dan sesuai, sehingga perusahaan cukup mempertahankan kinerja variabel tersebut.
3. Kuadran III (Prioritas Rendah): Kinerja dan keinginan konsumen pada suatu faktor/variabel berada pada tingkat rendah, sehingga perusahaan belum perlu melakukan perbaikan.
4. Kuadran IV (Berlebihan): Kinerja produk berada pada tingkat tinggi tetapi keinginan konsumen akan kinerja dari faktor/ variabel tersebut rendah, sehingga perusahaan perlu mengurangi hasil yang dicapai agar dapat mengefisienkan.

2.10 Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa.

Adapun cara untuk mengukur CSI dilakukan melalui empat tahap (Aritonang & Lerbin, 2005).

1. Menentukan *mean importance score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). Nilai ini didapat dari nilai rata-rata tingkat kepentingan dan rata-rata kinerja tiap responden.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Dimana:

Y_i = nilai kepentingan atribut ke i

X_i = nilai kinerja atribut ke i

n = jumlah responden

2. Membuat *weight factors* (WF)

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Dimana:

p = jumlah atribut kepentingan

i = atribut ke i

3. Membuat *weight score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kinerja (*mean satisfaction score* = MSS)

$$WS_i = WF_i \times MSS$$

4. Menentukan CSI

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS}$$

dimana:

p = atribut kepentingan ke- p

HS = (*Highest scale*) skala maksimum yang digunakan yaitu 5.

Kriteria index kepuasan menggunakan kisaran 0,00 hingga 1,00 (tidak puas hingga sangat puas), yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.2. Kriteria Index Kepuasan

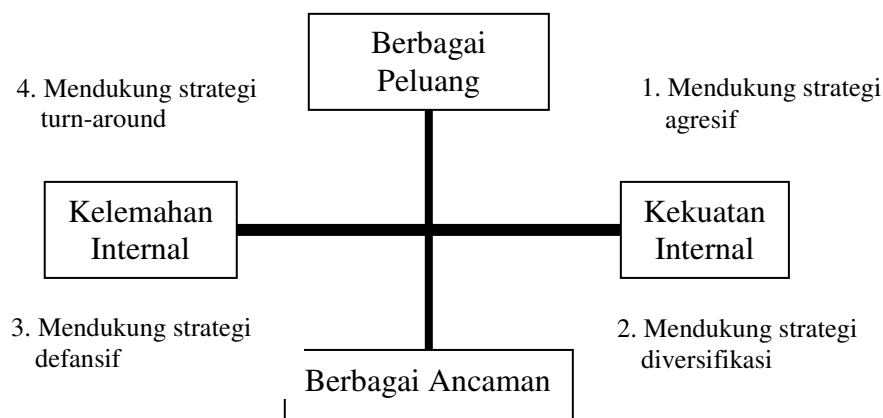
Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81-1,00	Sangat Puas
0,66-0,80	Puas
0,51-0,65	Cukup Puas
0,35-0,50	Kurang Puas
0,00-0,34	Tidak Puas

Sumber : Aritonang dan Lerbin (2005)

2.11 Analisis SWOT

Analisis *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi, berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Opportunity*), dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Jadi, analisis *SWOT* membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan (Rangkuti, 1997).

Analisis *SWOT* sering menunjukkan sebagai metode yang cepat dalam melangkah ke depan dengan strategi yang disetujui. Hal tersebut tentu saja dapat membantu menghasilkan strategi baru, tetapi sebuah proses pengembangan strategi juga membutuhkan analisis yang sungguh-sungguh dan pengujian inisiatif baru sebelum diadopsi.



Gambar 2.2 Analisis *SWOT*

Dalam analisis *SWOT* data eksternal dapat diperoleh dari lingkungan luar perusahaan, seperti:

- a. Analisis pasar
- b. Analisis pesaing
- c. Analisis komunitas
- d. Analisis pemasok
- e. Analisis pemerintah
- f. Analisis kelompok kepentingan tertentu

Data internal dapat diperoleh dari lingkungan dalam perusahaan, seperti:

- a. Laporan keuangan
- b. Laporan kegiatan sumber daya manusia
- c. Laporan kegiatan operasional
- d. Laporan kegiatan pemasaran

Penjelasan tentang faktor-faktor strategis perusahaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Faktor Kekuatan (*Strenght*)

Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Contoh dari bidang-bidang itu antara lain : Kekuatan pada sumber keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan di pasar, hubungan dengan pemasok, loyalitas pengguna produk dan kepercayaan para pihak yang berkepentingan.

2. Faktor Kelemahan (*Weakness*)

Faktor kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktik, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut biasa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

3. Faktor Peluang (*Oppurtunity*)

Definisi sederhana tentang peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Situasi tersebut antara lain:

- a. Kecenderungan penting yang terjadi di kalangan pengguna produk.
- b. Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian.
- c. Perubahan dalam kondisi persaingan.
- d. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan perusahaan.
- e. Hubungan dengan para konsumen yang akrab.

f. Hubungan dengan pemasok yang harmonis.

4. Faktor Ancaman (*Threat*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun masa depan. Contohnya antara lain:

- a. Masuknya pesaing baru.
- b. Pertumbuhan pasar yang lambat.
- c. Meningkatnya posisi tawar pembeli produk yang dihasilkan.
- d. Menguatnya posisi tawar pemasok.
- e. Perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai.
- f. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang sifatnya restriktif.

Tujuan dari analisis *SWOT* adalah mempertemukan kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan kesempatan dan ancaman yang ada (Rangkuti, 1997). Penggunaan analisis *SWOT* memungkinkan perusahaan merumuskan dan menerapkan strategi yang ingin dicoba sehingga sesuai dengan tujuan dan misi perusahaan. Selanjutnya untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal-internal yang dihadapi oleh perusahaan, sehingga dapat diasumsikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki maka digunakan matriks *SWOT*.

Model yang dipakai pada tahap perencanaan strategis (tahap input perumusan strategi) terdiri dari tiga model, yaitu:

a. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (*EFAS*). Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (Rangkuti, 1997):

1. Susunlah dalam kolom 1 (tentukan beberapa faktor peluang dan ancaman).
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, membagi nilai pada kolom skor dengan jumlah faktor yang ada. Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 5 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor berpeluang positif (peluang yang semakin besar diberi rating +5), tetapi jika kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya, yaitu bersifat negatif. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, ratingnya adalah -5. Sebaliknya, jika nilai ancaman sedikit ratingnya -1.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.
5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

b. Matrik Faktor Strategi Internal

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel *IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary)* disusun untuk

merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strengths* dan *Weakness* perusahaan. Tahapnya adalah:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, caranya dengan membagi nilai pada kolom skor dengan jumlah faktor yang ada. Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 5 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +5 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.
5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Selanjutnya, sebelum suatu perencanaan strategis dikembangkan, manajemen puncak perlu menganalisis hubungan antara fungsi-fungsi manajemen perusahaan dengan mempelajari struktur, budaya perusahaan dan sumber daya perusahaan.

Menurut Rangkuti (1997), setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut ke dalam model kuantitatif perumusan strategi, model yang dipergunakan adalah Matrik *SWOT*. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 2.1 Matrik *SWOT*

IFAS	<i>Strengths</i> (S)	<i>Weakness</i> (W)
EFAS	– Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	– Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
<i>Opportunity</i> (O)	Strategi SO	Strategi WO
– Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Treaths</i> (T)	Strategi ST	Strategi WT
– Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Strategi SO atau strategi pencocokan kekuatan-peluang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Organisasi pada

umumnya akan menjalankan strategi WO, ST, atau WT agar memperoleh situasi mereka dapat menerapkan strategi SO.

Strategi WO atau strategi pencocokan kelemahan-peluang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Kadang-kadang peluang eksternal ada, tetapi sebuah perusahaan mempunyai kelemahan internal yang menghambatnya menggunakan peluang itu.

Strategi ST atau strategi pencocokan kekuatan-ancaman menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini tidak berarti bahwa organisasi yang kuat pasti selalu menghadapi ancaman frontal dalam lingkungan eksternal.

Strategi WT atau strategi pencocokan kelemahan-ancaman merupakan taktik yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman lingkungan.

Tujuan dari setiap alat pencocokan adalah menghasilkan strategi yang layak, bukan untuk memilih atau menetapkan strategi mana yang terbaik. Oleh karena itu tidak semua strategi yang dikembangkan dalam matriks *SWOT* akan dipilih untuk implementasi.

2.12 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

2.12.1 Kuisisioner

Kuisisioner merupakan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kumpulan pertanyaan yang berisi hal-hal yang ingin diteliti, dalam hal ini adalah tentang penilaian kepentingan konsumen dan kinerja layanan yang diberikan perusahaan. Pada penelitian ini menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang berisi 5 (lima) tingkat jawaban mengenai kepentingan responden

terhadap suatu pernyataan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan. Dalam skala *likert* tingkat kepentingan responden diklasifikasikan sebagai berikut: Sangat Penting (SP), Penting (P), Cukup Penting (CP), Kurang Penting (KP), dan Tidak Penting (TP). Sedangkan untuk tingkat kinerja diklasifikasikan sebagai berikut: Sangat Puas (SP), Puas (P), Cukup Puas (CP), Kurang Puas (KP), dan Tidak Puas (TP).

2.12.2 Sampling

Data dikumpulkan dengan cara mengambil sampel secara acak (sampling). Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subjek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi (Supardi, 2005). Sampel penelitian meliputi sejumlah responden yang lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 responden (Walpole dan Myers, 1986). Semakin besar sampel/ responden, maka akan memberikan hasil yang lebih akurat.

2.12.3 Teknik Pengujian Intrumen

Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah kuisisioner/angket, yaitu keharusan untuk sah (*valid*) dan handal (*reliable*).

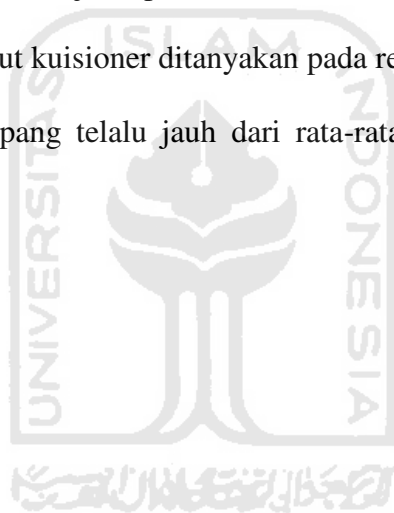
2.13.3.1 Uji validitas

Kesahihan (validitas) adalah tingkat kemampuan suatu instrument untuk mengungkapkan sesuatu menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan oleh instrument tersebut. Suatu kuesioner dikatakan sah (*valid*) jika pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Tinggi rendahnya validitas pertanyaan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas tersebut. Suatu atribut dikatakan sah jika korelasi atribut dengan faktor positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pengujian terhadap

validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 17.00.

2.13.3.2 Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban atau tanggapan responden terhadap keseluruhan item pertanyaan yang diajukan. Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat penukuran dapat memperlihatkan kemantapan atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan instrument tersebut dalam waktu berikutnya dengan kondisi yang tetap apabila diukur tidak terjadi perubahan. Keandalan berarti bahwa berapa kalipun atribut-atribut kuisioner ditanyakan pada responden yang lainnya, hasil tidak akan menyimpang telalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini akan dibahas mengenai pengukuran kinerja perusahaan terhadap tingkat kepuasan pengunjung pada pengelola objek wisata Agro Mina Wisata Karang Asri, di Desa Karanggeneng, Purwobinangun, Pakem, Sleman, dikawasan Desa Wisata Srowolan. Obyek dalam penelitian ini adalah para pengunjung (konsumen) dan karyawan Karang Asri Adventure Service. Pemilihan tempat didasarkan atas pertimbangan bahwa usaha pariwisata tersebut merupakan usaha yang memiliki potensi untuk terus dapat berkembang pada masa mendatang dan diharapkan dapat memberi kontribusi yang besar bagi perusahaan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-Mei 2011.

3.2 Alat dan Sasaran Penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Kuisisioner
2. Alat tulis
3. Kamera
4. Alat Hitung
5. Komputer dan Program Pengolahan Data

Sasaran dari penelitian ini adalah pihak pengelola dan pengunjung objek wisata yang datang pada saat dilakukan penelitian.

3.3 Jenis Data dan Informasi

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber-sumber data, dimana dalam hal ini adalah pihak pengelola dan pengunjung wisata melalui kuisisioner dan wawancara. Data primer yang diperlukan antara lain:

1. Karakteristik pengunjung
2. Penilaian pengunjung terhadap kinerja pengelola
3. Potensi wisata seperti
 - a. Objek wisata
 - b. Sarana-prasarana penunjang yang ada seperti: tempat parkir, musholla, toilet, sarana air bersih, *shelter*, mobil angkutan dan lain-lain
 - c. Paket wisata.
4. Data pengelolaan wisata.
 - a. Standar kerja yang ditetapkan pihak pengelola
 - b. Produser kerja dan koordinasi pengelola dan petugas di lapangan
 - c. Strategi pemasaran yang dilakukan
 - d. Bentuk promosi yang dilakukan.

Data sekunder adalah data yang menyangkut keadaan lingkungan, baik fisik, sosial ekonomi masyarakat, dan data lain yang berhubungan dengan objek penelitian.

Data sekunder yang diperlukan antara lain:

1. Data personalia
2. Data jumlah pengunjung dan harga tiket masuk
3. Data-data lain yang relevan dengan penelitian ini seperti
 - a. Profil perusahaan
 - b. Kondisi umum wilayah Agro Mina Wisata Karang Asri

- c. Faktor-faktor eksternal perusahaan seperti politik, pemerintah, sosial, budaya, lingkungan, ekonomi, keamanan, dan lain-lain.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pihak pengelola objek wisata, perpustakaan, internet serta buku-buku lain yang menjadi bahan literatur.

3.4 Penentuan Jumlah Sampel

Penentuan jumlah sampel merupakan tindakan yang sangat penting dan menentukan terhadap hasil penelitian. Agar diperoleh sampel yang representatif maka dapat dilakukan dengan sampel acak atau random, yaitu suatu teknik pengambilan sampel dengan mengambil individu-individu untuk sampel dari populasi acak. Cara ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap individu dalam populasi tanpa membedakan golongan atau status sosialnya untuk menjadi anggota sampel. Adapun untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dapat digunakan cara Cochran, yaitu sebagai berikut:

$$N' = \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right]^2 p \cdot (1-p)$$

Dimana:

N' = Jumlah *sampel* minimal

$(Z_{\alpha/2})^2$ = Nilai Distribusi Normal

P = Proporsi yang diduga

α = Tingkat Ketelitian

e = Tingkat Kesalahan maksimum yang diperbolehkan (*error*)

Pemilihan responden sebagai obyek penelitian untuk mengetahui kinerja pengelola yang dinilai oleh pengunjung dilakukan secara *accidental sampling* (Kumar 1999) dengan pendekatan *non-probability sampling*, yaitu pengunjung yang dijadikan

sampel sedang berada di lokasi penelitian. Hal ini dikarenakan orang tersebut telah mengerti pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner dan telah memiliki aksesibilitas pribadi dalam menentukan tempat wisata. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 50 orang.

Penarikan contoh untuk analisis SWOT dilakukan pula dengan memilih sebanyak beberapa orang informan kunci yang merupakan pengelola dari Agro Mina Wisata Karang Asri tersebut dari berbagai tingkat jabatan tertentu. Pertimbangan dari orang tersebut adalah bahwa orang tersebut merupakan orang-orang yang mengetahui dan mengerti tentang kondisi dan keadaan usaha pariwisata Agro Mina Wisata Karang Asri. Semua responden yang dipilih ialah sehat jasmani dan rohani, dapat berkomunikasi dengan baik dan bersedia diwawancarai serta dapat mengerti pertanyaan-pertanyaan yang diajukan melalui kuisisioner.

3.5 Penggunaan Skala Likert

Skala likert dirancang untuk memungkinkan pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap butir yang menguraikan produk/jasa. Skala ini mempunyai keuntungan yaitu memungkinkan pelanggan untuk mengekspresikan tingkat pendapat mendekati kenyataan. Dalam penelitian ini digunakan skala 5 tingkat (Likert) untuk kepentingan responden yaitu:

- a. Jawaban sangat penting diberi bobot 5
- b. Jawaban penting diberi bobot 4
- c. Jawaban cukup diberi bobot 3
- d. Jawaban kurang penting diberi bobot 2
- e. Jawaban tidak penting diberi bobot 1

Untuk kinerja pengelola diberi penilaian dengan bobot sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat memuaskan diberi bobot 5
- b. Jawaban memuaskan diberi bobot 4
- c. Jawaban cukup memuaskan diberi bobot 3
- d. Jawaban kurang memuaskan diberi bobot 2
- e. Jawaban tidak memuaskan diberi bobot 1

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data yang berasal dari buku-buku dan hasil penelitian-penelitian yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Tujuannya untuk mendapatkan pengetahuan teoritis untuk menjadi bahan masukan dalam menganalisa permasalahan yang terjadi.

2. Wawancara

Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara langsung terhadap pihak pengelola dan pengunjung. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan menggunakan Kuesioner dan wawancara bebas.

3. Metode Observasi Lapangan

Data dikumpulkan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Pengamatan yang dilakukan mencakup pengamatan terhadap kondisi fisik Desa Wisata, sarana parasarana pengunjung, aktifitas penunjang, kordinasi dan kerjasama yang dilakukan oleh pihak pengelola, dan lain-lain.

3.7 Pengolahan Data

Data-data yang telah dikumpulkan kemudian diolah sehingga dapat menjadi data yang lebih berarti dan dapat dijadikan dasar bagi proses selanjutnya dalam pengukuran kinerja dan tingkat kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan dan penentuan strategi pengembangan dalam pengelola tempat wisata. Adapun langkah-langkah yang harus ditempuh adalah sebagai berikut:

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan Hipotesis

H_0 : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (valid).

H_1 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (tidak valid).

b. Menentukan Nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5 %, derajat kebebasan (df)=n-2, maka nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r.

c. Menentukan Nilai r_{hitung}

r_{hitung} dapat dihitung dengan menggunakan software SPSS 15.00, dengan langkah software sebagai berikut:

1. Memasukkan seluruh koefisien atau variabel pertanyaan yang ada didalam kuisisioner pada *variable view*
2. Melakukan *input* data menggunakan lambang X_1, X_2, \dots, X_{47} kedalam *data view*
3. Mengklik *Analyze- Scale-Relability Analysis*
4. Memasukkan semua atribut pertanyaan kuisisioner ke dalam item

5. Pada bagian *statistics* aktifkan kotak cek *item, Scale, Scale if item deleted*.
6. Abaikan pilihan lain.
7. Mengklik *continue- ok*.

Langkah-langkah ini dilakukan sampai sesuai data *Valid*. Hasil perhitungan r_{hitung} pada software SPSS 17.00 dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation*.

- d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

- e. Membuat kesimpulan

3.7.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan Hipotesis

H_0 : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (*reliable*).

H_1 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (*tidak reliabel*).

- b. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5 %, derajat kebebasan $(df)=n-2$, maka nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r

- c. Membandingkan besaran nilai r_{hitung}

Hasil perhitungan r_{hitung} pada *software* SPSS 15.00 dapat dilihat pada nilai *Cronch's Alpha*. Apabila koefisien reliabilitas mendekati 1, maka kuisisioner dikatakan mempunyai reliabilitas baik.

d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

e. Membuat kesimpulan

3.7.3 Importance-Performance Analysis (IPA)

Digunakan untuk mengetahui penilaian konsumen apakah tingkat kinerja masih dibawah tingkat kepentingan.

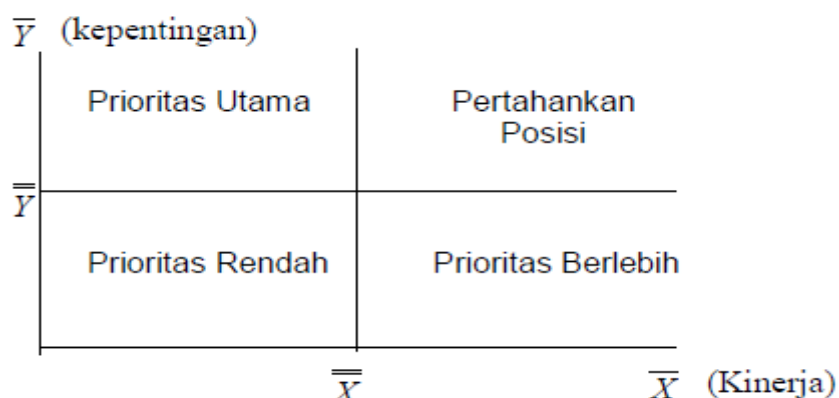
Langkah pertama untuk analisis kuadran adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut dengan rumus:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan atribut dengan rumus:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}}{k} \qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}}{k}$$

Setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan oleh gambar berikut



Gambar3.1. Diagram Kartesius dalam metode IPA (Rangkuti, 2006)

3.7.4 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Adapun cara untuk mengukur CSI dilakukan melalui empat tahap:

1. Menentukan *mean importance score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). nilai ini didapat dari nilai rata-rata tingkat kepentingan dan rata-rata kinerja tiap responden.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

2. Membuat *weight factors* (WF)

bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

3. Membuat *weight score* (WS)

bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kinerja (mean satisfaction score = MSS)

$$WS_i = WF_i \times MSS$$

4. Menentukan CSI

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS}$$

Kriteria index kepuasan menggunakan kisaran 0,00 hingga 1,00 (tidak puas hingga sangat puas)

3.7.5 Analisa SWOT

Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan)

3.7.6 Matrik SWOT

Menyusun faktor-faktor strategis perusahaan dengan Matrik SWOT.

3.8 Analisa dan Pembahasan

Setelah tahap pengolahan data, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis dan pembahasan terhadap hasil pengolahan data yang merupakan hasil pengukuran kinerja dan kepuasan konsumen dengan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) sehingga dapat diketahui kondisi kinerja perusahaan saat ini, dan kemudian merancang strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan Analisis SWOT.

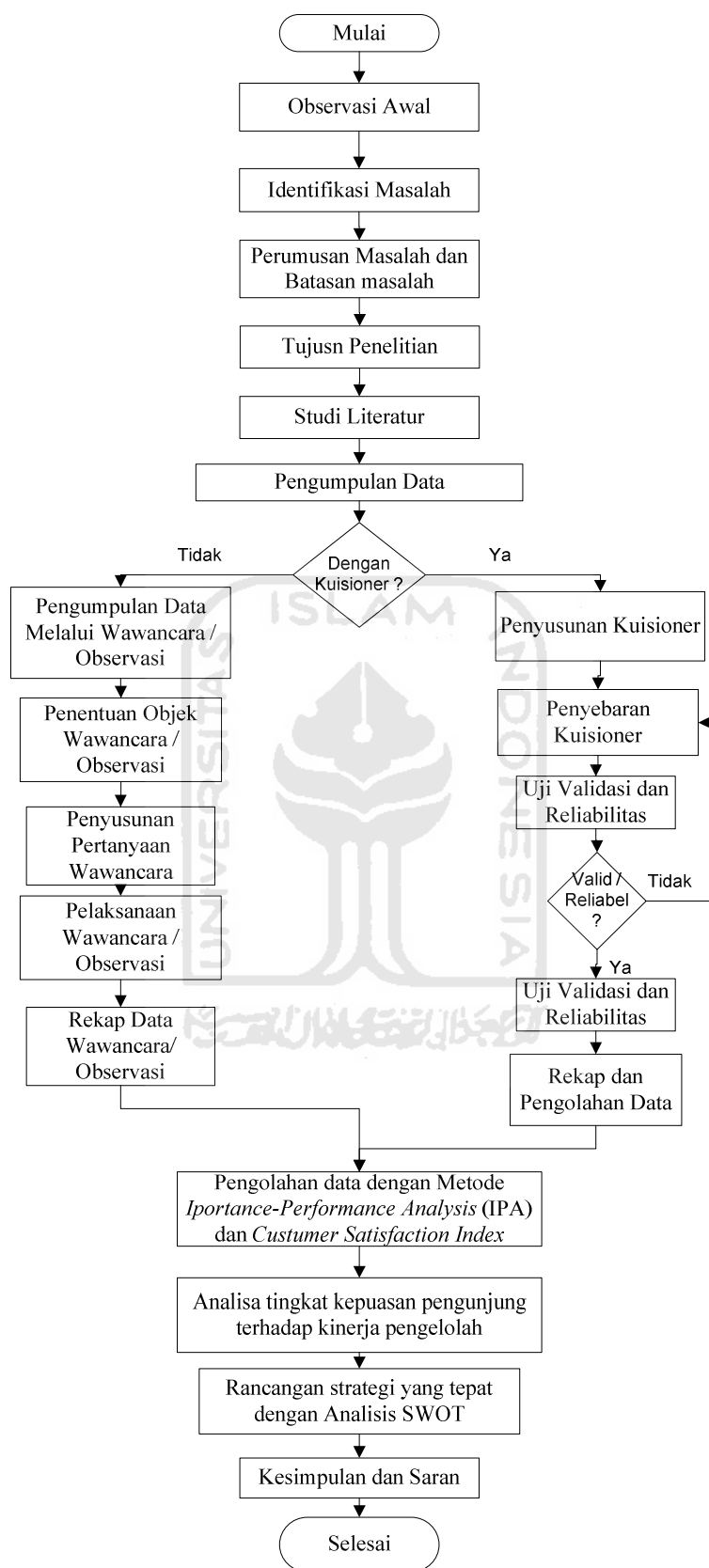
3.9 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan diambil didasarkan pada hasil analisa terhadap kinerja pengelola yang belum memadai dan tingkat kepuasan pengunjung kinerja sehingga dapat merancang strategi pengembangan yang sesuai. Berdasarkan kesimpulan tersebut maka dapat diberikan saran-saran kepada pengelolaan yang lebih optimal dan tercapainya tingkat kepuasan pengunjung yang tinggi.

3.10 Diagram Alir Penelitian

Langkah-langkah penelitian perlu disusun secara baik untuk mempermudah penyusunan laporan penelitian. Adapun langkah-langkah penelitian dapat dipresentasikan seperti gambar berikut:





Gambar 3.2 Diagram Alir Pemecahan Masalah

BAB IV

PENGUMPULAN DATA

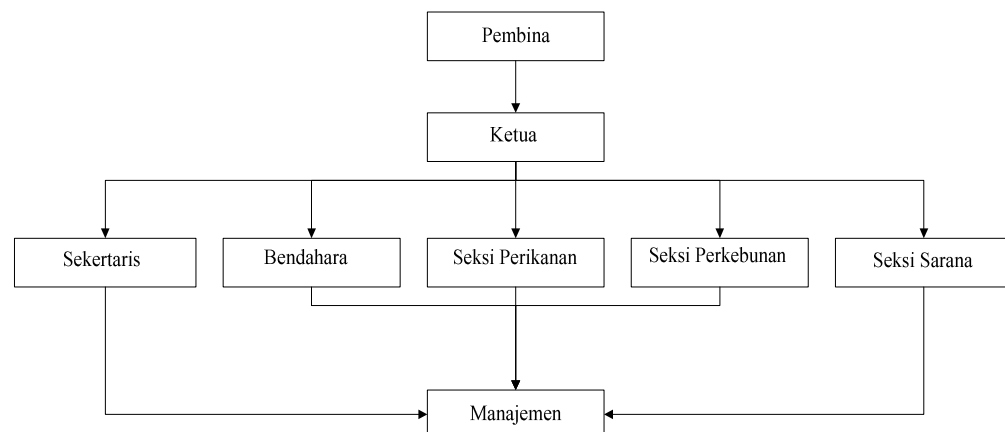
4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Profil Perusahaan

Karang Asri Adventure Service adalah pihak yang mengelola objek wisata Agro Mina Wisata Karang Asri yang terletak di desa wisata kawasan Pasar Perjuangan Srowolan. Desa Wisata Kawasan Pasar Perjuangan Srowolan sendiri merupakan integrasi tiga desa wisata yaitu desa wisata Gatep-Srowolan, Desa Wisata Karanggeneng, dan Desa Wisata Kadilobo-Gandok. Sementara itu Karangasri Adventure Service terletak di desa wisata karanggeneng, Kel. Purwobinangun, Kec. Pakem, Kab. Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

4.1.2 Struktur Organisasi

Untuk mencapai tujuan perusahaan, maka struktur organisasi yang tepat dan dilaksanakan dengan disiplin yang tinggi akan sangat berpengaruh bagi kesuksesan perusahaan. Adapun untuk struktur organisasi perusahaan yaitu:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

4.1.3 Produk dan Fasilitas yang Ditawarkan

Banyak paket dan fasilitas yang ditawarkan oleh pihak pengelola sehingga pengunjung bebas untuk memilih paket yang ditawarkan ataupun pengunjung menginginkan paket wisata minat khusus sesuai yang diinginkan baik itu perorangan ataupun secara kelompok dan keluarga. Adapun paket-paket yang sebagian ditawarkan yaitu:

- A. Outbond
- B. Susur Sungai
- C. Camping
- D. Home Stay
- E. Pemancingan
- F. Wisata Minat Khusus
- G. Kuliner
- H. Fasilitas pendukung Lainnya.
 - Desain Program Kegiatan
 - Wahana Bermain Anak (KB-TK)
 - *All Level Outdoor Games Activity*
 - Jasa Pendampingan Peserta (Instruktur)
 - Rumah Makan
 - Gazebo
 - *Sound System*
 - Standar Pelayanan P3K Lapangan (*Rescue*)
 - Aula
 - Mushola
 - Toilet

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Penentuan Jumlah Sampel

Setelah melakukan penyebaran kuesioner, terlebih dahulu dilakukan uji kecukupan data yang berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diambil cukup atau tidak untuk mewakili suatu populasi. Perhitungan ini dilakukan untuk mengetahui berapa jumlah data minimal yang dibutuhkan. Untuk menentukan jumlah data (*sample*) minimal yang harus diperoleh, digunakan perhitungan dengan menggunakan rumus Paul Leedy (Arikunto,1997) yaitu:

$$N' = \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right]^2 p \cdot (1 - p)$$

Dimana:

N' = Jumlah *sample* minimal

$(Z_{\alpha/2})^2$ = Nilai Distribusi Normal

P = Proporsi yang diduga

α = Tingkat Ketelitian

e = Tingkat Kesalahan maksimum yang diperbolehkan (*error*)

Tingkat Kepercayaan 95 %

Tingkat Ketelitian $\alpha = 5 \% = 0.05$; $\alpha/2 = 0.025$; $Z_{\alpha/2} = 1,96$; $e = 6 \%$

$$P = \left(\frac{50-1}{50} \right) = 0.98$$

Dengan jumlah kuisisioner yang disebar sebanyak 50 kuisisioner dan sah sebanyak 50 kuisisioner, maka diperoleh jumlah data (*sampel*) minimal sebesar:

$$N' = \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right]^2 p \cdot (1 - p)$$

$$N' = \left[\frac{1,96}{0,06} \right]^2 0,98.(1 - 0,98)$$

$$N' = 20,91 = 21$$

Jadi data (*sampel*) minimal yang dibutuhkan adalah 21 data.

Karena $N > N'$ maka data mencukupi

4.2.2 Uji Validasi

Uji ini dilakukan dengan menggunakan 50 sampel yang sah. Langkah – langkah uji *validitas* adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis : H_0 : Data butir kuisioner *valid*

H_1 : Data butir kuisioner tidak *valid*

b. Tingkat Signifikansi

$$\alpha = 0,05;$$

$$df = n - 2 = 50 - 2 = 48$$

Maka nilai r_{tabel} :

Df	r_{tabel}
40	0.304
48	X
50	0.273

r_{tabel} dicari dengan menggunakan interpolasi:

$$df \ 45, \ r_{\text{tabel}} = 0.304$$

$$df \ 48, \ r_{\text{tabel}} = X$$

$$df \ 50, \ r_{\text{tabel}} = 0.273$$

$$\frac{40 - 48}{40 - 50} = \frac{0.304 - X}{0.304 - 0.273}$$

$$\frac{-8}{-10} = \frac{0.304 - x}{0.031}$$

$$-0.248 = -3,04 + 10x$$

$$2,792 = 10 X$$

$$X = 0.279$$

Maka didapat nilai $r_{\text{tabel}} = 0.279$

c. Menentukan nilai r_{hitung}

Sebagai contoh untuk validasi instrument atau pertanyaan pertama dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.4 Perhitungan Uji *Validitas* Untuk Pertanyaan 1 (X_1)

N	X_1	Y	XY	X_1^2	Y^2
1	4	59	236	16	3481
2	4	64	256	16	4096
3	4	71	284	16	5041
4	5	77	385	25	5929
5	4	58	232	16	3364
6	4	72	288	16	5184
7	4	67	268	16	4489
8	4	71	284	16	5041
9	4	64	256	16	4096
10	4	71	284	16	5041
11	5	64	320	25	4096
12	4	45	180	16	2025
13	3	44	132	9	1936
14	3	34	102	9	1156
15	3	54	162	9	2916
16	3	58	174	9	3364
17	2	53	106	4	2809
18	5	68	340	25	4624

N	X ₁	Y	XY	X ₁ ²	Y ²
19	5	65	325	25	4225
20	4	61	244	16	3721
21	4	61	244	16	3721
22	5	62	310	25	3844
23	5	60	300	25	3600
24	5	60	300	25	3600
25	5	64	320	25	4096
26	4	61	244	16	3721
27	4	54	216	16	2916
28	5	67	335	25	4489
29	4	68	272	16	4624
30	3	63	189	9	3969
31	5	56	280	25	3136
32	4	63	252	16	3969
33	5	59	295	25	3481
34	4	64	256	16	4096
35	5	66	330	25	4356
36	5	59	295	25	3481
37	4	57	228	16	3249
38	4	66	264	16	4356
39	4	60	240	16	3600
40	5	66	330	25	4356
41	5	66	330	25	4356
42	4	64	256	16	4096
43	5	59	295	25	3481
44	4	61	244	16	3721
45	3	56	168	9	3136
46	4	64	256	16	4096
47	5	63	315	25	3969
48	4	63	252	16	3969
49	3	63	189	9	3969

N	X ₁	Y	XY	X ₁ ²	Y ²
50	3	67	201	9	4489
Total	207	3082	12864	885	192576

N : Jumlah Subjek (responden) : 50

ΣX : Jumlah x (skor butir) : 207

ΣX^2 : Jumlah skor butir kuadrat : 885

ΣY : Jumlah Y (skor faktor) : 3082

ΣY^2 : Jumlah skor faktor kuadrat : 192576

ΣXY : Jumlah perkalian x & y : 12864

a) Perhitungan Simpangan Baku

1. Jumlah kuadrat skor butir (JK_x): untuk mengetahui penyebaran data terhadap titik pusat (rata-rata x).

$$JK_x = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}$$

$$JK_x = 885 - \frac{(207)^2}{50}$$

$$JK_x = 28,02$$

2. Simpangan baku skor butir (SB_x) diperoleh untuk mengetahui besarnya rata-rata penyimpangan dari titik pusat (rata-rata x)

$$SB_x = \sqrt{\frac{JK_x}{N-1}}$$

$$SB_x = \sqrt{\frac{28,02}{50-1}} = 0,7562$$

b) Perhitungan Simpangan Baku Skor faktor

1. Jumlah kuadrat total skor faktor (JK_y) diperoleh untuk mengetahui penyebaran data terhadap titik pusat (rata-rata y)

$$JK_y = \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}$$

$$JK_y = 192576 - \frac{(3082)^2}{50}$$

$$JK_y = 2601.52$$

2. Simpangan baku skor butir (SB_y): untuk mengetahui besarnya penyimpangan dari titik pusat (rata-rata y), diperoleh dengan rumus

$$SB_y = \sqrt{\frac{JK_y}{N-1}}$$

$$SB_y = \sqrt{\frac{2601.52}{50-1}}$$

$$SB_y = 7,2864$$

- c) Perhitungan Koefisien *Korelasi Momen* Tangkar (r_{xy}) antara skor butir x dengan skor butir y

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{xy} = \frac{(50 \cdot 12864) - 207 \cdot 3082}{\sqrt{[50 \cdot 885 - (207)^2][50 \cdot 192576 - (3082)^2]}}$$

$$r_{xy} = 0,3871$$

- d) Perhitungan koefisien *korelasi bagian total* (r_{hitung})

$$r_{hitung} = \frac{(r_{xy})(SB_y) - SB_x}{\sqrt{[(SB_x^2) + (SB_y^2) - 2(r_{xy})(SB_x)(SB_y)]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{(0,387)(7,2864) - 0,756}{\sqrt{\{(0,756^2) + (7,286^2) - 2(0,387)(0,756)(7,286)\}}}$$

$$r_{hitung} = 0,294$$

$r_{hitung} = 0,294$, sehingga didapat $r_{hitung} = 0,294$

d. Membandingkan r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_1 ditolak

e. Membuat kesimpulan

Karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ yaitu $0,294 \geq 0,279$ maka H_0 diterima artinya butir pernyataan *valid*. Sehingga butir kuisisioner mampu mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat. r_{hitung} pada penelitian ini dilakukan hanya dengan 1 (satu) iterasi karena data telah *valid* pada iterasi pertama . untuk melihat nilai r_{hitung} dari semua butir pertanyaan yang telah diolah menggunakan program SPSS 17 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji *Validitas* Kinerja

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
	<i>Tangible (Berwujud)</i>			
1	Tersedianya area parkir yang luas	0,294	0,279	Valid
2	Tersedianya fasilitas toilet yang bersih	0,405	0,279	Valid
3	Tersedianya kolam pemancingan dan penyewaan pancing	0,380	0,279	Valid
4	Tersedianya gazebo untuk bersantai	0,368	0,279	Valid
5	Sarana jalan yang memadai	0,345	0,279	Valid
6	Tersedianya fasilitas perkemahan	0,550	0,279	Valid
7	Tersedianya rumah makan	0,524	0,279	Valid
8	Tersedianya fasilitas tempat ibadah	0,321	0,279	Valid

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
9	Adanya danau buatan	0,383	0,279	Valid
	Reliability (Kehandalan)			
10	Kesesuaiaan pelayanan sesuai janji dan promosi	0,494	0,279	Valid
11	Adanya pendamping/instruktur disetiap kegiatan	0,284	0,279	Valid
	Assurance (Jaminan)			
12	Adanya jaminan keamanan fasilitas (<i>Standard Pelayanan P3K Lapangan / Rescue</i>)	0,348	0,279	Valid
13	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen	0,333	0,279	Valid
	Responsiveness (Daya Tanggap)			
14	Pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen	0,465	0,279	Valid
	Empathy (Empati)			
15	Karyawan berperilaku santun dan ramah dalam melayani pengunjung	0,352	0,279	Valid
16	Persamaan Perlakuan dalam pelayanan	0,453	0,279	Valid

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kepentingan

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
	Tangible (Berwujud)			
1	Tersedianya area parkir yang luas	0,309	0,279	Valid
2	Tersedianya fasilitas toilet yang bersih	0,484	0,279	Valid
3	Tersedianya kolam pemancingan dan penyewaan pancing	0,378	0,279	Valid
4	Tersedianya gazebo untuk bersantai	0,384	0,279	Valid
5	Sarana jalan yang memadai	0,548	0,279	Valid
6	Tersedianya fasilitas perkemahan	0,330	0,279	Valid
7	Tersedianya rumah makan	0,480	0,279	Valid

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
8	Tersedianya fasilitas tempat ibadah	0,402	0,279	Valid
9	Adanya danau buatan	0,555	0,279	Valid
	Reliability (Kehandalan)			
10	Kesesuaian pelayanan sesuai janji dan promosi	0,384	0,279	Valid
11	Adanya pendamping/instruktur disetiap kegiatan	0,357	0,279	Valid
	Assurance (Jaminan)			
12	Adanya jaminan keamanan fasilitas (<i>Standard Pelayanan P3K Lapangan / Rescue</i>)	0,443	0,279	Valid
13	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen	0,293	0,279	Valid
	Responsiveness (Daya Tanggap)			
14	Pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen	0,491	0,279	Valid
	Empathy (Empati)			
15	Karyawan berperilaku santun dan ramah dalam melayani pengunjung	0,377	0,279	Valid
16	Persamaan Perlakuan dalam pelayanan	0,389	0,279	Valid

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan software *SPSS 17 for Windows*

di atas, dapat dilihat bahwa r_{hitung} bernilai lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa atribut pertanyaan yang ada di dalam kuesioner telah *valid* dan mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

4.2.3 Uji Reliabilitas

Atribut pertanyaan yang telah *valid* kemudian dilakukan uji reliabilitas, yaitu kehandalan $\geq 0,6$. Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan menggunakan *Cronbach Alpha*.

Contoh Perhitungan Uji Reliabilitas seluruh dimensi

- Jumlah kuadrat total skor butir (JK_x)

$$\begin{aligned}\sum Jkxi &= 28,02 + 39,38 + 40,82 + \dots + 38,5 \\ &= 665,28\end{aligned}$$

- Jumlah kuadrat total skor faktor (JK_y)

$$JKy = \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}$$

$$JKy = 192576 - \frac{(3082)^2}{50}$$

$$JKy = 2601,52$$

- Maka koefisien reliabilitas yang dicari adalah:

$$r_{\text{Cronbach's Alpha}} = \frac{M}{M-1} \left(1 - \frac{JKx}{JKy} \right) = \frac{16}{16-1} \left(1 - \frac{665,28}{2601,52} \right) = 0,794$$

Uji reliabilitas dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis (dugaan sementara)

H_0 : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (*reliable*)

H_1 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (*tidak reliable*)

b. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5 %

Derajat kebebasan (df) = n - 2 = 50 - 2 = 48

Maka nilai $r_{\text{tabel}} = 0,279$

c. Hasil uji reliabilitas seluruh dimensi

Hasil perhitungan r_{alpha} pada *software SPSS 17 for Windows* dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*, yaitu sebesar 0,789.

d. Membandingkan besar nilai r_{alpha} dengan r_{tabel}

r_{alpha} bernilai positif dan $r_{alpha} = 0,789 \geq r_{tabel} (0,279)$, maka

H_0 diterima.

e. Membuat keputusan

Karena H_0 diterima, maka atribut-atribut kuesionernya *reliable*. Ini berarti atribut-atribut kuesioner dapat memperlihatkan kemantapan atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan atribut-atribut tersebut. Berapa kali pun atribut-atribut kuesioner ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut.

4.2.4 Important Performance Analysis (IPA)

Importance-performance analysis digunakan untuk menjawab perumusan masalah mengenai sejauh mana tingkat kepentingan pengunjung yang didasarkan atas persepsi nilai terhadap kinerja perusahaan (Rangkuti 2006). Digunakan untuk mengetahui posisi masing-masing atribut pada diagram kartesius. Berdasarkan hasil perhitungan kuadran, perhitungan liat lampiran didapat \bar{X} (kinerja rata-rata) dan \bar{Y} (kepentingan rata-rata) yang akan dipetakan dalam diagram kartesius. Maka hasil yang didapat sebagai berikut:

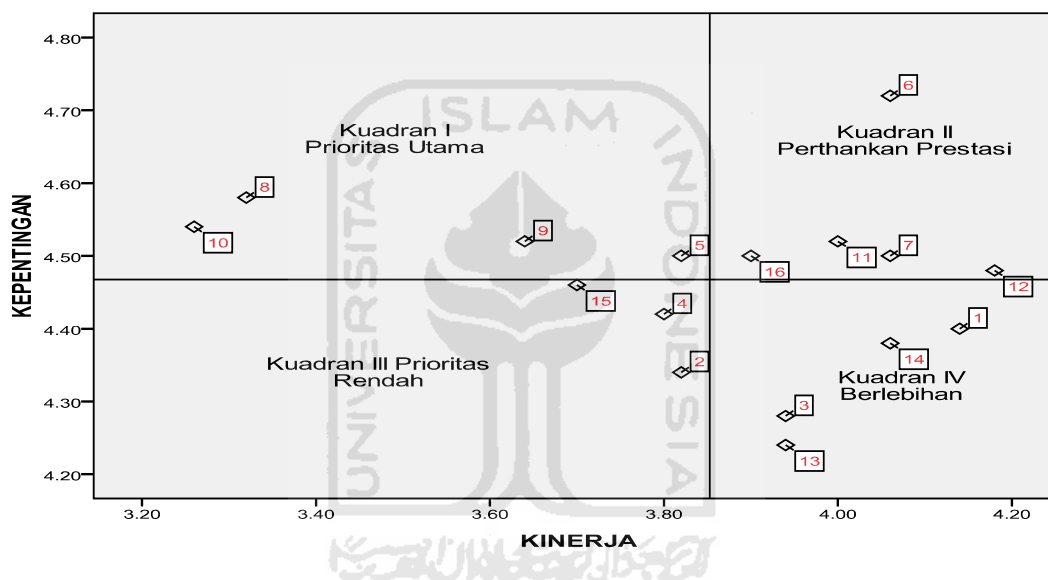
Tabel 4.8 Perhitungan *Importance-Performance Analysis*

No	Atribut	Tingkat Kinerja (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Kinerja (\bar{X})	Kepentingan (\bar{Y})
	Tangible (Berwujud)				
1	Tersedianya area parkir yang luas	207	220	4,14	4,40
2	Tersedianya fasilitas toilet yang bersih	191	217	3,82	4,34

No	Atribut	Tingkat Kinerja (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Kinerja (\bar{X})	Kepentingan (\bar{Y})
3	Tersedianya kolam pemancingan dan penyewaan pancing	197	214	3,94	4,28
4	Tersedianya gazebo untuk bersantai	190	221	3,80	4,42
5	Sarana jalan yang memadai	191	225	3,82	4,50
6	Tersedianya fasilitas perkemahan	203	236	4,06	4,72
7	Tersedianya rumah makan	203	225	4,06	4,50
8	Tersedianya fasilitas tempat ibadah	166	229	3,32	4,58
9	Adanya danau buatan	182	225	3,64	4,52
	Reliability (Kehandalan)				
10	Kesesuaian pelayanan sesuai janji dan promosi	163	229	3,26	4,54
11	Adanya pendamping/instruktur disetiap kegiatan	200	226	4,00	4,52
	Assurance (Jaminan)				
12	Adanya jaminan keamanan fasilitas (Standar Pelayanan P3K Lapangan / <i>Rescue</i>)	209	224	4,18	4,48
13	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen	197	212	3,94	4,24
	Responsiveness (Daya Tanggap)				
14	Pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen	203	219	4,06	4,38
	Empathy (Empati)				
15	Karyawan berperilaku santun dan ramah dalam melayani pengunjung	185	223	3,70	4,46
16	Persamaan Perlakuan dalam pelayanan	195	225	3,90	4,5
Rata-rata (\bar{X} dan \bar{Y})				3,8525	4,4613

4.2.5 Diagram Kartesius

Langkah selanjutnya adalah pemetaan tiap-tiap atribut kedalam diagram Kartesius IPA. Diagram kartesius dibagi menjadi empat kuadran dengan garis pembagi berdasarkan nilai total rata-rata kepentingan (\bar{Y}) yaitu sebesar 4,4613 nilai total rata-rata tingkat kinerja (\bar{X}) sebesar 3,8525. Sehingga posisi masing-masing atribut yang ada di Agro Mina Wisata Karang Asri sesuai dengan kuadrannya masing-masing seperti gambar dibawah ini:



Gambar 4.7 Diagram Kartesius

4.2.6 Costumer Satisfaction Index (CSI)

Tabel 4.9 Perhitungan *Costumer Satisfaction Index*

No	Atribut	MIS	WF	MSS	WS
	<i>Tangible (Berwujud)</i>				
1	Tersedianya area parkir yang luas	4,40	0,06	4,14	0,26
2	Tersedianya fasilitas toilet yang bersih	4,34	0,06	3,82	0,23
3	Tersedianya kolam pemancingan dan penyewaan pancing	4,28	0,06	3,94	0,24

No	Atribut	MIS	WF	MSS	WS
4	Tersedianya gazebo untuk bersantai	4,42	0,06	3,80	0,24
5	Sarana jalan yang memadai	4,50	0,06	3,82	0,24
6	Tersedianya fasilitas perkemahan	4,72	0,07	4,06	0,27
7	Tersedianya rumah makan	4,50	0,06	4,06	0,26
8	Tersedianya fasilitas tempat ibadah	4,58	0,06	3,32	0,21
9	Adanya danau buatan	4,52	0,06	3,26	0,21
	Reliability (Kehandalan)				
10	Kesesuaiaan pelayanan sesuai janji dan promosi	4,54	0,06	4,00	0,25
11	Adanya pendamping/instruktur disetiap kegiatan	4,52	0,06	4,18	0,26
	Assurance (Jaminan)				
12	Adanya jaminan keamanan fasilitas (Standar Pelayanan P3K Lapangan / Rescue)	4,48	0,06	3,94	0,25
13	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen	4,24	0,06	4,06	0,24
	Responsiveness (Daya Tanggap)				
14	Pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen	4,38	0,06	3,64	0,22
	Empathy (Empati)				
15	Karyawan berperilaku santun dan ramah dalam melayani pengunjung	4,46	0,06	3,70	0,23
No	Atribut	MS	WF	MSS	WS
16	Persamaan Perlakuan dalam pelayanan	4,50	0,06	3,90	0,25
Total		71,38			3,85
CSI		0,77 (PUAS)			

Keterangan :

1. *Mean Importance Score (MIS)*
2. *Weight Factors (WF)*

3. *Weight Score (WS)*

4. *Costumer Satisfaction Index (CSI)*

Hasil perhitungan kepuasan keseluruhan pengunjung terhadap kinerja Agro Mina Wisata Karang Asri didapat hasil index kepuasan pengunjung yaitu sebesar 0,77 yang artinya pengunjung yang datang dan menikmati produk yang ditawarkan merasa puas.

4.2.7 *Strenght Weakness Opportunity Threat (SWOT)*

Informasi yang telah didapatkan dari hasil identifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal Karangasri Adventure Service (KAS) maka dirumuskan faktor-faktor kunci yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Faktor-faktor tersebut dievaluasi dalam matriks IFAS dan matriks EFAS. Matriks-matriks tersebut digunakan sebagai data masukan untuk menentukan alternatif-alternatif strategi pengembangan usaha.

4.2.6.1 *Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)*

Tabel 4.10 Perhitungan *IFAS*

	Faktor-Faktor Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Adanya pemandu/instruktur dan petugas P3K.	0,11	4	0,44
2	Pelayanan yang berorientasi pada keinginan konsumen (konsumen bebas memilih kegiatan wisata dan konsep yang di inginkan/minat khusus)	0,10	3	0,3
3	Pelayanan karyawan yang baik pada konsumen	0,11	4	0,44
4	Tersedianya fasilitas perkemahan	0,09	3	0,27
5	Adanya danau buatan	0,10	3	0,3
	TOTAL			1,75

	Faktor-Faktor Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Akses jalan ketempat tujuan yang sulit dan jalan yang rusak	0,09	1	0,09
2	Kuantitas SDM masih kurang.	0,10	1	0,10
3	Kualitas produk sebagian masih rendah dan belum dimanfaatkan secara maksimal	0,09	2	0,18
4	Keterbatasan modal untuk pembangunan	0,11	1	0,11
5	Kurangnya promosi rutin yang dilakukan	0,10	3	0,3
	TOTAL	1,00		0,78

Selisih antara kekuatan dan kelemahan:

$$S - W = 1,75 - 0,78$$

$$= 0,97$$

4.2.6.2 *External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)*

Tabel 4.11 Perhitungan *EFAS*

No.	Faktor-Faktor Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Tren kunjungan wisatawan saat ini cenderung ke obyek wisata alam dan petualangan.	0,11	3	0,33
2	Keadaan alam yang mendukung (view merapi, sungai, kolam pemancingan, danau buatan,dll)	0,10	2	0,2
3	Pengembangan objek wisata dan penambahan produk masih bisa dikembangkan karena wilayah yang cukup luas.	0,10	4	0,4
4	Kesan positif yang ditularkan oleh wisatawan yang pernah berkunjung (dari mulut kemulut)	0,10	3	0,3
5	Pemasaran malalui media masa cetak ataupun elektronik	0,10	2	0,2
	TOTAL			1,43

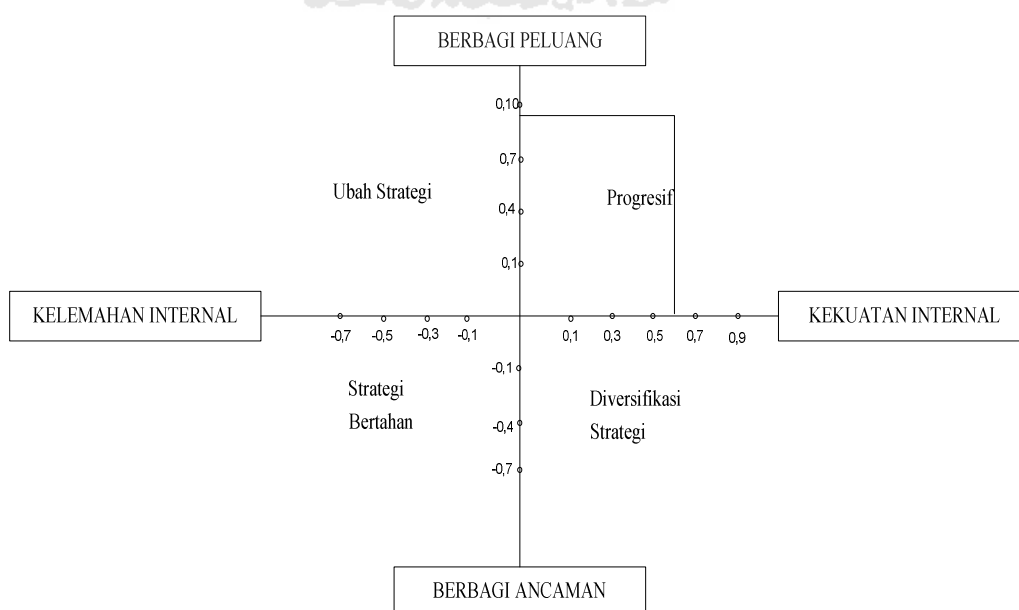
No.	Faktor-Faktor Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1	Adanya pesaing disekitar lokasi yang dikelola lebih dulu.	0,10	1	0,10
2	Menurunnya kunjungan wisatawan saat bencana alam merapi	0,11	1	0,11
3	Perilaku wisatawan yang tidak berpihak terhadap fasilitas yang disediakan.	0,09	2	0,18
4	Lokasi yang berdekatan dengan pesaing	0,10	3	0,3
5	Adanya persaingan harga dengan pesaing	0,09	2	0,18
	TOTAL	1,00		0,87

Selisih antara Peluang dan Ancaman:

$$\begin{aligned}
 O - T &= 1,43 - 0,87 \\
 &= 0,56
 \end{aligned}$$

4.2.6.3 Rekomendasi Analisa SWOT

Dari perhitungan diatas didapatkan hasil selisih antara kekuatan dengan kelemahan sebesar 0,97 dan selisih antara peluang dengan ancaman sebesar 0,56. Dari hasil selisih tersebut perusahaan berada pada kuadran 2 dimana perusahaan harus mendukung strategi agresif.




Gambar 4.8 Diagram Kartesius SWOT

4.2.8 Analisis Matriks Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT)

Tabel 4. 12 Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">Faktor Strategi Internal</p> <p>Faktor Strategi Eksternal</p>	<p>Kekuatan – kekuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Adanya pemandu/instruktur dan petugas P3K b. Pelayanan yang berorientasi pada keinginan konsumen (konsumen bebas memilih kegiatan wisata dan konsep yang di inginkan/minat khusus) c. Pelayanan karyawan yang baik pada konsumen d. Tersedianya fasilitas perkemahan e. Adanya danau buatan 	<p>Kelemahan – kelemahan</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Akses jalan ketempat tujuan yang sulit dan jalan yang rusak. b. Kuantitas SDM masih kurang. c. Kualitas produk sebagian masih rendah dan belum dimanfaatkan secara maksimal d. Keterbatasan modal untuk pembangunan. e. Kurangnya promosi rutin yang dilakukan.
--	--	--

<p>Peluang – peluang</p> <p>a. Tren kunjungan wisatawan saat ini cenderung ke-obyek wisata alam dan petualangan.</p> <p>b. Keadaan alam yang mendukung (view merapi, sungai, kolam pemancingan, danau buatan,dll).</p> <p>c. Pengembangan objek wisata dan penambahan produk masih bisa dikembangkan karena wilayah yang cukup luas..</p> <p>d. Kesan positif yang ditularkan oleh wisatawan yang pernah berkunjung (dari mulut kemulut).</p> <p>e. Pemasaran malalui media masa cetak ataupun elektronik</p>	<p>Strategi memakai kekuatan untuk memanfaatkan peluang (SO)</p> <p>a. Memberikan/memperbaiki fasilitas yang sesuai dengan keinginan konsumen.</p> <p>b. Meningkatkan pelayanan prima terhadap pengunjung yang datang</p> 	<p>Strategi meminimasi kendala/kelemahan dengan memanfaatkan peluang (WO)</p> <p>a. Peningkatan promosi pariwisata.</p> <p>b. Adanya pelatihan bagi karyawan dalam upaya peningkatan kinerja SDM / karyawan</p>
<p>Ancaman – ancaman</p> <p>a. Adanya pesaing disekitar lokasi yang dikelola lebih dulu.</p> <p>b. Menurunnya kunjungan wisatawan saat bencana alam merapi.</p> <p>c. Perilaku wisatawan yang tidak berpihak terhadap fasilitas yang disediakan..</p>	<p>Strategi memakai kekuatan untuk mengatasi tantangan/ancaman (ST)</p> <p>a. Adanya inovasi wahana secara berkelanjutan guna menjadi nilai beda antara pesaing</p> <p>b. Tersedianya tata cara penggunaan wahana yang baik dan benar .</p>	<p>Strategi memperkecil kelemahan dan mengatasi tantangan/ancaman (WT)</p> <p>a. Memberikan pelayanan yang terbaik, sehingga konsumen akan loyal dan memberikan kesan yang positif</p> <p>b. Merawat wahana yang ada sebaik mungkin guna mengurangi biaya perawatan.</p>

d. Lokasi yang saling berdekatan dengan pesaing. e. Adanya persaingan harga dengan pesaing	c. Meningkatkan pengetahuan karyawan terhadap informasi-informasi terbaru dari luar perusahaan	
---	--	--



BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Data Hasil Kuesioner

5.1.1 Uji Kecukupan Data

Berdasarkan perhitungan Uji Kecukupan Data yang terdapat pada pengolahan data, dengan menggunakan $\alpha = 5\%$, $error = 6\%$, didapat jumlah data (sampel) minimal yaitu $20,91 \approx 21$ data dianggap sudah mewakili sebagai sampel dari suatu populasi pengambilan data sebanyak 50 kuesioner dan semua kuesioner sah.

5.1.2 Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS 17 for Windows* yang hasilnya dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*. Uji validitas data pada penelitian ini dilakukan hanya 1 (satu) iterasi saja, karena pada iterasi tersebut atribut pertanyaan sudah *valid* seluruhnya. Hal ini berarti atribut-atribut kuesioner telah mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

5.1.3 Pengujian Realibilitas

Pengolahan data dengan bantuan *Software SPSS 17 for Windows* menghasilkan r_{alpha} sebesar 0,794 (dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*). Apabila koefisien reliabilitas mendekati 1, maka kuesioner dikatakan mempunyai reliabilitas yang sangat baik. Selain itu, nilai $r_{alpha} (0,794) \geq r_{tabel} (0,279)$. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut kuesioner *reliabel*. Ini berarti atribut-

atribut kuesioner dapat memperlihatkan kemantapan atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan atribut-atribut tersebut. Berapa kali pun atribut-atribut kuisisioner ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut.

5.2 *Important Performance Analysis (IPA)*

Dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa atribut yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi adalah atribut nomer 6 yaitu tersedianya fasilitas perkemahan sebesar 4,72. Responden menilai faktor tersebut sangat penting dalam melakukan kunjungan. Sedangkan atribut dengan nilai rata-rata kepentingan terendah menurut pengunjung adalah atribut nomer 13 yaitu Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen sebesar 4,24. Pada perhitungan tingkat kinerja menunjukkan bahwa atribut yang memiliki tingkat kinerja tertinggi adalah nomer 12 yaitu adanya jaminan keamanan fasilitas (Standar Pelayanan P3K Lapangan / *Rescue*) sebesar 4,18. Dan atribut dengan nilai rata-rata kinerja terendah adalah atribut nomer 9 yaitu Kesesuaian pelayanan sesuai janji dan promosi sebesar 3,26.

Hasil yang didapat setelah melakukan perhitungan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan melalui metode IPA (*Importance Performance Analysis*) yang dinilai oleh pengunjung menunjukkan bahwa tingkat kinerja masih dibawah tingkat kepentingan. Pengunjung menilai bahwa masih ada beberapa atribut-atribut yang kinerjanya jauh dibawah harapan pengunjung. Sehingga kedepanya diharapkan pengelola lebih meningkatkan lagi kinerja yang diharapkan pengunjung.

5.3 Analisis Diagram Kartesius IPA

Hasil perhitungan nilai (\bar{X}) rata-rata skor kinerja dan (\bar{Y}) rata-rata skor kepentingan kemudian dipetakan dalam diagram kartesius, yang bertujuan untuk mengetahui letak atribut terdapat pada kuadran berapa. Pemetaan ini bertujuan untuk menitik beratkan usaha-usaha perbaikan untuk hal-hal atau atribut yang dapat mempengaruhi persepsi pengunjung terhadap kinerja pengelola.

Berdasarkan pemetaan dari diagram kartesius pada gambar 4.7, atribut-atribut pernyataan dapat dikelompokkan kedalam kuadran masing-masing, yaitu sebagai berikut:

5.3.1 Kuadran I

Kuadran 1 (Prioritas Utama) yaitu kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kinerja dari atribut tersebut lebih rendah daripada tingkat kepentingan pengunjung terhadap atribut tersebut. Atribut-atribut dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan pelanggan.

Pada gambar 4.7 diatas seluruh atribut pada kuadran I adalah:

- a. Sarana jalan yang memadai.

Sarana jalan yang dirasakan oleh pengunjung masih sangat jauh dari harapan. Medan jalan yang sempit bila dilalui oleh bus-bus besar dan jalan yang tidak rata membuat pengunjung merasa tidak nyaman ketika perjalanan menuju Agro Mina Wisata Karang Asri. Sehingga perusahaan harus cepat mengambil tindakan untuk mengatasinya dengan cara memperbaiki akses jalan menuju lokasi tidak hanya

menunggu bantuan pemerintah, dengan melibatkan seluruh masyarakat sekitar.

b. Tersedianya fasilitas tempat ibadah.

Fasilitas yang berada di Agro Mina Wisata Karang Asri hanyalah tempat ibadah untuk umat muslim atau yang disebut Musholla. Musholla ini berdasarkan penilaian pengunjung kurang terlalu besar, perlengkapan sholat masih kurang dan tempat untuk wudlunya pun hanya ada sedikit dan tidak dipisahkan antara wudlu perempuan dan laki-laki sehingga pengunjung harus mengantri bila menunaikan ibadah shalat ketika ramai. dalam hal ini pengelola harus menyediakan tempat wudlu khusus antara laki-laki dan perempuan. Dan menambah perlengkapan sholat sehingga pengunjung tidak perlu lagi mengantri ketika tidak membawa perlengkapan sholat.

c. Adanya fasilitas danau buatan.

Agro Mina Wisata Karang Asri memiliki fasilitas danau buatan dimana danau ini fungsi utamanya unuk peresapan air. Tetapi juga digunakan untuk sarana memancing, *flying fox*, dll. Akan tetapi danau buatan ini belum dimanfaatkan secara maksimal karena air yang ada didanau tidak bisa penuh dikarenakan adanya kebocoran atau keretakan pondasi yang belum diperbaiki oleh pengelola sehingga terkesan seadanya. Padahal danau buatan ini bisa menjadi prioritas yang menjadi keunggulan di Agro Mina Wisata Karang Asri karena pesaing tidak memiliki danau buatan.

- d. Kesesuaian pelayanan sesuai janji dan promosi.

Dalam hal ini konsumen merasa adanya fasilitas yang dirasa masih kurang sehingga tidak bisa dimanfaatkan secara maksimal. Misalnya wahana permainan perahu yang sebagian sudah rusak dikarenakan kurangnya perawatan. Perusahaan dalam hal ini perlu selalu melakukan perawatan dan perbaikan sarana-prasarana secara keseluruhan sehingga fasilitas yang ada bisa dioptimalkan pemakaiannya secara maksimal dan pengunjung yang menikmati fasilitas Agro Mina Wisata Karang Asri tidak merasa dikecewakan.

5.3.2 Kuadran II

Kuadran 2 (Pertahankan Prestasi) yaitu atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Atribut ini perlu dipertahankan untuk waktu selanjutnya.

Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang berhasil dilaksanakan pengelola dan sesuai yang diharapkan oleh konsumen, untuk itu wajib dipertahankan karena merupakan kekuatan perusahaan untuk dapat bersaing dengan yang lain.

Seluruh atribut yang terdapat pada kuadran II ini, harus dipertahankan prestasinya sehingga para konsumen akan terus setia (loyalitas) dalam menggunakan jasa yang dimiliki oleh Agro Mina Wisata Karang Asri adapun yang termasuk atribut ini adalah:

- a. Tersedianya fasilitas perkemahan.

Konsumen Agro Mina Wisata Karang Asri menyatakan bahwa perkemahan sangat diperlukan pada pariwisata alam.

- b. Tersedianya rumah makan.

Di Agro Mina Wisata Karang Asri terdapat rumah makan “Karangasri” yang menyediakan aneka olahan ikan dengan aneka variasi olahan dan masih banyak menu-menu lainnya.

- c. Adanya pendamping/instruktur disetiap kegiatan.

Konsumen merasakan adanya pendamping/instruktur yang diberikan oleh Agro Mina Wisata Karang Asri sangat membantu dalam kegiatan pariwisata.

- d. Adanya jaminan keamanan fasilitas (Standar Pelayanan P3K Lapangan / *Rescue*).

Dengan adanya jaminan keamanan pengunjung dalam menggunakan fasilitas yang disediakan merasa nyaman.

- e. Persamaan Perlakuan dalam pelayanan.

Konsumen tidak merasakan perbedaan perlakuan ketika berkunjung di Agro Mina Wisata Karang Asri baik perorangan maupun secara kelompok.

5.3.3 Kuadran III

Kuadran 3 (Prioritas Rendah) yaitu atribut yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pengunjung dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan terhadap atribut yang masuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Yang termasuk kuadran III yaitu:

- a. Tersedianya fasilitas toilet yang bersih.
- b. Tersedianya gazebo untuk bersantai.
- c. Karyawan berperilaku santun dan ramah dalam melayani pengunjung.

Perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik diantara kompetitor yang lain, sehingga atribut tersebut menjadi tuntutan dalam menjalankan kinerja kualitas pelayanannya.

5.3.4 Kuadran IV

Kuadran 4 yaitu kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung dan dirasakan terlalu berlebihan. Peningkatan kinerja pada atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini hanya akan menyebabkan terjadinya pemborosan sumberdaya, yang termasuk kuadran ini yaitu:

- a. Tersedianya area parkir yang luas.
- b. Tersedianya kolam pemancingan dan penyewaan pancing.
- c. Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen
- d. Pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen

5.4 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa konsumen yang didapat dengan membandingkan antara kesan atau persepsinya terhadap kinerja produk/jasa dengan harapan akan kinerja produk/jasa tersebut. Apabila kenyataannya sama dengan atau lebih dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas, begitupun sebaliknya, apabila kinerja kurang dari harapan maka akan timbul rasa tidak puas dari konsumen. Sehingga, hal ini haruslah diperhatikan oleh pihak pengelola karena mungkin saja pada saat nanti pengunjung yang telah datang tidak ingin lagi berkunjung ke Agro Mina Wisata Karang Asri.

Hasil perhitungan kepuasan pelanggan keseluruhan pengunjung terhadap kinerja Agro Mina Wisata Karang Asri didapat hasil indek kepuasan pengunjung

sebesar 0,77 yang artinya pengunjung yang datang dan menikmati produk yang ditawarkan pada level puas. Hal ini tidaklah menjadikan pengelola berpuas diri karena masyarakat yang semakin pintar dapat menilai tempat wisata alam mana saja yang dirasa lebih menarik dengan fasilitas yang ditawarkan. Sehingga pengelola harus selalu melakukan suatu inovasi produk wisata, baik dari segi produk jasa maupun sarana-prasarana penunjang wisata agar pengunjung tidak merasa bosan dan kecewa. Pengelola harus bertindak cepat untuk atribut-atribut yang terasa kurang layak dinilai oleh pengunjung haruslah lebih ditingkatkan kembali dan atribut yang telah baik penilaiannya oleh pengunjung haruslah dipertahankan dan juga ditingkatkan kembali.

5.5 Analisis Matriks Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT)

5.5.1 Analisis Matriks IFAS

Dalam matrik IFAS terdapat dua jenis faktor yang mempengaruhi strategi internal perusahaan yaitu:

1. Kekuatan-kekuatan (*Strenghts*)
 - a. Adanya pemandu/instruktur dan petugas P3K.
 - b. Pelayanan yang berorientasi pada keinginan konsumen (konsumen bebas memilih kegiatan wisata dan konsep yang di inginkan/minat khusus).
 - c. Pelayanan karyawan yang baik pada konsumen.
 - d. Tersedianya fasilitas perkemahan.
 - e. Adanya danau buatan.
2. Kelemahan-kelemahan (*Weaknesses*)
 - a. Akses jalan ketempat tujuan yang sulit dan jalan yang rusak.

- b. Kuantitas SDM masih kurang.
- c. Kualitas produk sebagian masih rendah dan belum dimanfaatkan secara maksimal.
- d. Keterbatasan modal untuk pembangunan.
- e. Kurangnya promosi rutin yang dilakukan.

Total nilai kekuatan (1,75) dan nilai kelemahan (0,78), sehingga selisih nilai antara kekuatan dan kelemahan sebesar (0,97). Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan didalam usahanya menjalankan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal dan menghindari kelemahan.

5.5.2 Analisis Matriks EFAS

Dalam matrik EFAS terdapat dua jenis faktor yang mempengaruhi strategi eksternal perusahaan yaitu:

1. Peluang-peluang (*Opportunities*)
 - a. Tren kunjungan wisatawan saat ini cenderung ke obyek wisata alam dan petualangan.
 - b. Keadaan alam yang mendukung (view merapi, sungai, kolam pemancingan, danau buatan,dll).
 - c. Pengembangan objek wisata dan penambahan produk masih bisa dikembangkan karena wilayah yang cukup luas.
 - d. Kesan positif yang ditularkan oleh wisatawan yang pernah berkunjung (dari mulut kemulut).
 - e. Pemasaran melalui media masa cetak ataupun elektronik.

2. Ancaman-ancaman (*Threats*)
 - a. Adanya pesaing disekitar lokasi yang dikelola lebih dulu.
 - b. Menurunnya kunjungan wisatawan saat bencana alam merapi.
 - c. Perilaku wisatawan yang tidak berpihak terhadap fasilitas yang disediakan.
 - d. Lokasi yang berdekatan dengan pesaing.
 - e. Adanya persaingan harga dengan pesaing.

Total nilai peluang (1,43) dan nilai ancaman (0,87), sehingga selisih nilai antara peluang dan ancaman sebesar (0,56). Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan didalam usahanya menjalankan strategi yang memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari ancaman.

5.5.3 Rekomendasi Analisa SWOT

Pada gambar 4.8 menunjukkan perusahaan berada pada kuadran pertama dimana ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Dengan menciptakan produk jasa yang berkualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen, meningkatkan pelayanan prima terhadap pengunjung yang datang.

5.5.4 Formulasi Strategi Perusahaan

Berbagai alternatif strategi dapat dirumuskan berdasarkan model analisis matrik SWOT. Keunggulan model ini adalah mudah memformulasikan strategi berdasarkan gabungan faktor internal dan eksternal. Empat strategi utama yang disarankan yaitu staregi SO (*Strengths-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), WO (*Weaknesses-Oppourtunities*), dan WT (*Weaknesses-Threats*). Analisis ini

menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks EFAS dan IFAS sebelumnya. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel 4.12.

Berikut ini merupakan penjelasan dari hasil matriks SWOT (Tabel 4.12) yaitu didapat alternatif strategi sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan pada lingkungan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada pada lingkungan eksternal perusahaan sehingga memperoleh keuntungan bagi perusahaan.

Strategi yang dapat digunakan yaitu:

- a. Memberikan/memperbaiki fasilitas yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Dari fasilitas yang telah diberikan oleh pengelola masih adanya salah satu fasilitas yang belum maksimal dimanfaatkan oleh konsumen sehingga kedepan diharapkan pengelola dapat memberikan fasilitas yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga bisa menjadi kekuatan yang ada dalam perusahaan.

Terutama pada diagram kartesius IPA pada kuadran I yaitu: sarana jalan yang memadai, tersedianya fasilitas tempat ibadah, fasilitas danau buatan.

- b. Meningkatkan pelayanan prima terhadap pengunjung yang datang. Pelayanan terhadap pengunjung yang datang merupakan suatu hal yang sangat penting karena usaha wisata ini merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang jasa. Wisatawan yang datang akan semakin meningkat untuk berkunjung ke Agro Mina Wisata Karang Asri sehingga pihak pengelola harus lebih meningkatkan aspek

pelayanan terhadap pengunjung dengan harapan pengunjung memiliki kesan yang baik terhadap kinerja pengelola setelah meninggalkannya. Dan wisatawan yang membludak pada hari-hari tertentu haruslah dapat diantisipasi akan pelayanannya. Yang perlu menjadi perhatian pengelola adalah kesesuaian pelayanan sesuai dengan janji dan promosi karena konsumen merasa fasilitas/wahana yang diharapkan tidak sesuai dengan dilapangan sehingga pengelola jangan terlalu banyak mengumbar janji tetapi harus menjelaskan seadanya dilapangan tanpa mengurangi nilai dari promosi.

2. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada dari lingkungan eksternal perusahaan. Strategi yang dapat diterapkan antara lain :

- a. Adanya inovasi wahana secara berkelanjutan guna menjadi nilai beda antara pesaing.
- b. Tersedianya tata cara penggunaan wahana yang baik dan benar.
- c. Meningkatkan pengetahuan karyawan terhadap informasi-informasi terbaru dari luar perusahaan.

3. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi WO adalah strategi yang memperkecil kelemahan yang dimiliki perusahaan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada yang berada di luar lingkungan perusahaan. Strategi yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Peningkatan promosi pariwisata.

- b. Adanya pelatihan bagi karyawan dalam upaya peningkatan kinerja SDM/ karyawan.
- c. tinggi haruslah lebih ditingkatkan kembali keberadaannya.

4. Strategi WT (Weaknesses- *Threats*)

Strategi WT yaitu strategi untuk meminimalkan kelemahan dalam lingkungan internal perusahaan dan mengatasi ancaman yang ada di lingkungan eksternal perusahaan. Strategi yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Memberikan pelayanan yang terbaik, sehingga konsumen akan loyal dan memberikan kesan yang positif.
- b. Merawat wahana yang ada sebaik mungkin guna mengurangi biaya perawatan.



BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan, beberapa hal yang dapat disimpulkan, antara lain:

1. Atribut-atribut yang menjadi prioritas perbaikan terdapat pada kuadran I yaitu sarana jalan yang memadai, tersedianya fasilitas tempat ibadah, dan fasilitas danau buatan.
2. Dari hasil perhitungan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut atau fasilitas produk/ jasa secara menyeluruh yaitu sebesar 0,77 yang artinya pengunjung yang datang menikmati produk/ jasa yang ditawarkan pada level puas.
3. Alternatif strategi yang dapat digunakan untuk memperbaiki layanan serta kinerja berdasarkan hasil analisis SWOT adalah strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yaitu memberikan/memperbaiki fasilitas yang sesuai dengan keinginan konsumen seperti sarana jalan yang memadai, tersedianya fasilitas tempat ibadah, fasilitas danau buatan. Dan meningkatkan pelayanan prima terhadap pengunjung yang datang.

6.2 Saran

Saran yang dikemukakan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan kualitas produk wisata sangat diperlukan seperti perbaikan sarana-prasarana penunjang yang sudah tidak layak agar tercapainya suatu tingkat kepuasan pengunjung yang tinggi.



DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, R. dan Lerbin, R., (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Asso, B., Manuaba, IB. Adnyana, Sunarta, dan I Nyoman., (2009). *Kajian Strategis Pengembangan Potensi Ekowisata Dilembah Balem Sebagai Salah Satu Alternatif Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan*. Echotrophic Jurnal 4 (1) : 31-37
- Hartanto, W., (2004). *Analisa Potensi Obyek Wisata Di Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali*. Skripsi, tidak diterbitkan. Universitas Muhamadiyah Surakarta.
- Hastuti, R., (2005). *Analisis Potensi Wisata Alam Potensi Di Daerah Pesisir Selatan Kabupaten Gunung Kidul*. Skripsi, tidak diterbitkan. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Latifah, S., (2004). *Faktor-Faktor Pendukung Pengembangan Wisata Alam Taman Hutan Raya Bukit Barisan Tongkoh*. Program Ilmu Kehutanan, Fakultas Pertanian Universitas Sumatra Utara.
- Kotler, P., (1994). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Pitana, I. G., dan Diarta., (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Ansi Yogyakarta
- Rangkuti, F., (1997). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F., (2006). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Sabda, A., (2003). *Aplikasi Metode Biaya Perjalanan Untuk Menduga Fungsi Permintaan dan Manfaat Rekreasi di Objek Wisata Pasir Putih Kabupaten Situbondo Jawa Timur* [tesis]. Bogor: Program Pascasarjana. IPB.
- Sukmana, O., (2007). *Model Pengembangan Lingkungan Kota Ekowisata* (studi di wilayah kota baru). Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial, FISIP-UMM
- Suwantoro, G., (2002). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta, Andi.
- Umar, H., (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo., (2007). *Manajemen Kinerja*. Jakarta, Rajagrafindo Persada.
- Widiyanto, D., Handoyo, J., Purwo, dan Fajarwati, A., (2008). *Pengembangan Pariwisata Pedesaan* (Suatu Usulan Strategi Bagi Desa Wisata Ketingan). *Jurnal Bumi Lestari*, Vol. 8, No.2, Agustus 2008, hlm 205-210
- Winarno, G., (2007). *Kajian Pengembangan Wisata di Taman Hutan Raya Wan Abdul Rachman Propinsi Lampung* [tesis]. Bogor, sekolah Pascasarjana
- Yoeti, O., (1983). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung, Angkasa.





Peningkatan Kinerja Layanan dan Penentuan Strategi Pengembangan Pengelolaan Tempat Wisata

(Studi Kasus pada Agro Mina Wisata Karang Asri)

Kepada Yth :

Saudara/Sdri Responden

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang Saya lakukan dalam menyelesaikan Tugas Akhir Pogram Strata-1 pada Jurusan Teknik Industri di Universitas Islam Indonesia, Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri Responden untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuisioner ini. Saya berharap jawaban yang diberikan dapat membantu, baik bagi penyusun tugas akhir ini maupun untuk meningkatkan fasilitas kinerja dan layanan yang diberikan oleh pengelola Agro Mina Wisata Karang Asri sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal.

Pertanyaan-pertanyaan ini berkaitan preferensi konsumen tentang fasilitas dan kinerja pengelola yang diberikan kepada konsumen. Jawaban yang diberikan sesuai dengan pendapat pribadi, maka tidak ada jawaban yang dianggap salah.

Atas kesediaan dan kerjasamanya, Saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Befri Budi Hertanto

Penilaian Tingkat Kepentingan Pelanggan terhadap Kinerja Pengelola

Nama Responden :.....
Umur :..... tahun
Jenis Kelamin : a. laki-laki b. perempuan
pekerjaan :.....

Petunjuk Pengisian

- a. Lingkari salah satu angka yang paling mewakili perasaan atau penilaian anda tentang kriteria Pengelola Agro Mina Wisata Karang Asri sesuai pengalaman anda sebelumnya!
- b. Ada 5 alternatif jawaban, yaitu :

Skala Jawaban

Angka	Skala Kinerja Pengelola	Skala Harapan Konsumen
1	Tidak Memuaskan (TM)	Tidak Penting (TP)
2	Kurang Memuaskan (KM)	Kurang Penting (KP)
3	Cukup Puas (CM)	Cukup Penting (CP)
4	Memuaskan (M)	Penting (P)
5	Sangat Memuaskan (SM)	Sangat Penting (SP)

Untuk Kinerja Pengelola Jika anda memilih angka 1, berarti atribut fasilitas pelayanan yang tertulis Tidak Memuaskan anda. Dan jika anda memilih angka 5, atribut fasilitas pelayanan yang tertulis Sangat Memuaskan anda.

Untuk Harapan konsumen, jika anda memilih angka 1, berarti anda menganggap atribut yang tertulis Tidak Penting. Dan jika anda memilih angka 5, berarti menganggap atribut yang tertulis Sangat Penting.

No	Atribut	Kinerja					Kepentingan				
	Tangible (Berwujud)										
1	Tersedianya area parkir yang luas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2	Tersedianya fasilitas toilet yang bersih	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3	Tersedianya kolam pemancingan dan penyewaan pancing	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4	Tersedianya gazebo untuk bersantai	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5	Sarana jalan yang memadai	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6	Tersedianya keanekaragaman jenis wahana	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7	Tersedianya rumah makan	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8	Tersedianya fasilitas tempat ibadah	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9	Adanya danau buatan	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Reliability (Kehandalan)										
10	Kesesuaiaan pelayanan sesuai janji dan promosi	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11	Adanya pendamping/instruktur disetiap kegiatan	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Assurance (Jaminan)										
12	Adanya jaminan keamanan fasilitas (Standar Pelayanan P3K Lapangan / Rescue)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
13	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Responsiveness (Daya Tanggap)										
14	Pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Empathy (Empati)										
15	Karyawan berperilaku santun dan ramah dalam melayani pengunjung	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
16	Persamaan Perlakuan dalam pelayanan	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Lampiran 7.

Pengurus Agro Mina Wisata Karang Asri

Pembina : Kepala Desa Purwobinangun
Kepala Dusun Karanggeneng

Ketua : Bambang Agus Hermawanto, SPd.

Sekretaris : Aris Eko Sasmiyanto

Bendahara : Suryana
Suyono

Seksi :

1. Pengembangan Bidang Perikanan : Bambang Istiono
Heri Supriyanto
2. Pengembangan Bidang Perkebunan : Suparno
Sudarjo
3. Pengembangan Bidang Sarana : Ketua RW 32
Ketua RW 31
Ketua RT 01
Ketua RT 02
Ketua RT 03
Ketua RT 04

Managemen : Akhmad Junaidi

Pembagian hasil :

1. Desa : 10 %
2. Dusun : 10 %
3. Pengurus : 20 %
4. Sosial Agama : 10 %
5. Invenstor : 50 %

LAMPIRAN. 4.

PENGOLAHAN SPSS UJI VALIDITAS KINERJA

```
RELIABILITY /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13
X14 X15 X16 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Output Created		06-Jun-2011 11:53:46
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	50
	File	
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 X16 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	0:00:00.062
	Elapsed Time	0:00:00.079

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	16

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1	4.1400	.75620	50
X2	3.8200	.89648	50
X3	3.9400	.91272	50
X4	3.8000	.90351	50
X5	3.8200	.87342	50
X6	4.0600	.89008	50
X7	4.0600	.86685	50
X8	3.3200	1.20272	50
X9	3.6400	.98478	50
X10	3.2600	1.06541	50
X11	4.0000	.83299	50
X12	4.1800	.77433	50
X13	3.9400	.93481	50
X14	4.0600	.86685	50
X15	3.7000	.99488	50
X16	3.9000	.88641	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	57.5000	49.398	.294	.789
X2	57.8200	47.293	.405	.782
X3	57.7000	47.480	.380	.784
X4	57.8400	47.688	.368	.785
X5	57.8200	48.151	.345	.786
X6	57.5800	45.677	.550	.772
X7	57.5800	46.167	.524	.774
X8	58.3200	46.385	.321	.791
X9	58.0000	45.918	.465	.777
X10	58.3800	46.404	.383	.784
X11	57.6400	46.766	.494	.776
X12	57.4600	49.396	.284	.790
X13	57.7000	47.724	.348	.786
X14	57.5800	48.330	.333	.787
X15	57.9400	47.282	.352	.786
X16	57.7400	46.809	.453	.779

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
61.6400	53.092	7.28644	16

LAMPIRAN. 5.

PENGOLAHAN SPSS UJI VALIDITAS KEPENTINGAN

```
RELIABILITY /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13
X14 X15 X16 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes

Output Created		06-Jun-2011 11:58:52
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	50
	File	
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 X16 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	0:00:00.047
	Elapsed Time	0:00:00.048

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	16

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1	4.4000	.63888	50
X2	4.3400	.68839	50
X3	4.2800	.83397	50
X4	4.4200	.67279	50
X5	4.5000	.73540	50
X6	4.7200	.45356	50
X7	4.5000	.61445	50
X8	4.5800	.78480	50
X9	4.5200	.67733	50
X10	4.5400	.54248	50
X11	4.5200	.67733	50
X12	4.4800	.73512	50
X13	4.2400	.82214	50
X14	4.3800	.80534	50
X15	4.4600	.70595	50
X16	4.5000	.61445	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	66.9800	29.408	.309	.805
X2	67.0400	27.958	.484	.794
X3	67.1000	27.929	.378	.802
X4	66.9600	28.733	.384	.800
X5	66.8800	27.210	.548	.789
X6	66.6600	30.107	.330	.804
X7	66.8800	28.434	.480	.795
X8	66.8000	28.000	.402	.799
X9	66.8600	27.551	.555	.789
X10	66.8400	29.402	.384	.801
X11	66.8600	28.898	.357	.802
X12	66.9000	27.969	.443	.796
X13	67.1400	28.694	.293	.808
X14	67.0000	27.184	.491	.793
X15	66.9200	28.606	.377	.801
X16	66.8800	29.006	.389	.800

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
71.3800	31.955	5.65285	16

Lampiran 3. Tabel r

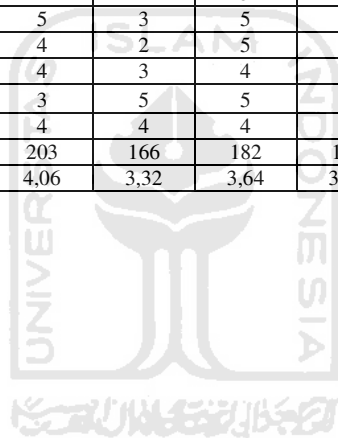
Tabel r untuk df = 1 - 50					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran. 1. Rekap Data Kuisisioner Kinerja

no	nomer atribut															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3
2	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	5
6	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
7	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4
8	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	5
9	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3
10	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5
11	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
12	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3
13	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	2	2	2
14	3	3	3	2	3	1	2	1	2	1	2	3	2	3	1	2
15	3	2	4	3	4	3	4	5	2	3	4	4	3	3	3	4
16	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	5	4	4	4
17	2	5	3	3	1	3	3	2	3	5	3	4	4	4	4	4
18	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3
19	5	3	4	4	5	5	5	2	4	3	5	5	2	5	4	4
20	4	3	4	2	5	4	5	2	3	3	5	5	4	5	4	3
21	4	4	3	3	4	3	4	1	3	3	4	5	5	5	5	5
22	5	5	5	3	3	5	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4
23	5	4	5	3	5	4	3	2	3	3	5	4	4	3	3	4
24	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	5
25	5	3	4	5	4	5	4	3	5	4	5	5	3	4	1	4
26	4	4	5	5	4	3	4	5	3	3	3	4	5	3	3	3
27	4	3	4	4	3	3	2	2	2	1	4	5	5	5	5	2
28	5	5	4	2	5	5	5	5	4	5	3	3	4	3	4	5
29	4	5	4	5	4	5	5	1	3	3	5	5	5	5	5	4
30	3	5	3	3	5	5	4	4	5	2	4	4	4	5	3	4
31	5	4	2	3	4	5	3	3	3	2	3	4	5	4	3	3
32	4	4	4	4	3	4	5	3	3	2	4	5	5	5	4	4
33	5	3	5	5	3	3	5	2	2	3	3	4	4	4	4	4
34	4	4	4	5	3	4	5	3	4	2	5	5	4	5	4	3
35	5	3	3	5	3	4	5	3	3	4	5	5	5	3	5	5

Lanjutan Rekap Data Kuisisioner Kinerja

36	5	3	4	3	4	3	3	4	2	3	5	3	3	5	4	5
37	4	2	2	4	4	5	4	4	2	2	4	5	4	2	5	4
38	4	5	5	4	4	4	3	5	5	3	3	5	5	4	4	3
39	4	4	3	4	4	5	3	5	4	1	5	4	3	5	2	4
40	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	4	3	4
41	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4
42	4	4	2	2	3	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5
43	5	3	3	4	5	4	4	2	4	3	4	3	2	5	4	4
44	4	4	4	4	2	5	5	2	5	2	3	5	4	4	5	3
45	3	2	3	4	4	5	4	4	3	3	4	5	3	3	4	2
46	4	5	4	4	4	4	5	3	5	3	4	2	5	4	4	4
47	5	3	4	4	3	5	4	2	5	3	4	4	4	4	3	5
48	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
49	3	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	5	3	4
50	3	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	2	4
total	207	191	197	190	191	203	203	166	182	163	200	209	197	203	185	195
rata-rata	4,14	3,82	3,94	3,80	3,82	4,06	4,06	3,32	3,64	3,26	4,00	4,18	3,94	4,06	3,70	3,90

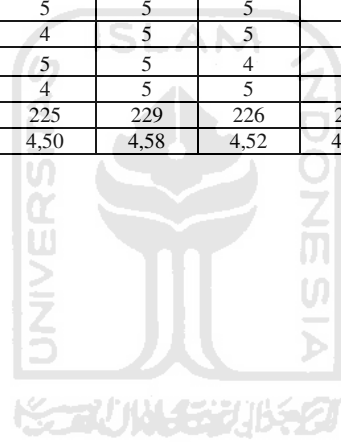


Lampiran. 2. Rekap Data Kuisisioner Kepentingan

no	nomer atribut															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	4	4	3	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	2	3	4
2	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4
3	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	3	5	4	5	5	5	3	4	4	5	3	5
5	5	3	3	4	5	4	4	5	3	4	3	2	4	4	4	4
6	4	4	4	4	2	5	5	2	4	3	5	4	4	5	3	3
7	3	2	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4
8	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	5	4
9	5	3	4	4	3	5	4	2	3	4	4	4	5	3	5	4
10	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5
11	3	4	5	4	4	4	3	5	4	4	3	3	5	3	5	4
12	3	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	2	2	4	4
13	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3
14	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
15	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
17	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
19	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
20	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
22	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4
23	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
25	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
26	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5
27	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
28	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4
29	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	3	5	3	5
30	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5
31	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
33	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5
35	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5

Lanjutan Rekap Data Kuisisioner Kepentingan

36	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
37	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
38	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5
39	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5
41	3	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
42	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
43	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5
44	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
45	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4
46	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
48	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
49	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4
total	220	217	214	221	225	236	225	229	226	227	226	224	212	219	223	225
rata-rata	4,40	4,34	4,28	4,42	4,50	4,72	4,50	4,58	4,52	4,54	4,52	4,48	4,24	4,38	4,46	4,50



OUT BOUND

Kawasan Agro mina Wisata Karangasri terletak di daerah pedesaan dengan pemandangan hamparan kebun salak dan persawahan dengan



latar belakang Gunung Merapi. Sangat cocok untuk kegiatan Outing / Outbound. Dengan wahana terinstal dan alam bebas, di dampingi oleh fasilitator / instruktur yang berpengalaman akan menemani dan memandu dalam kegiatan Outbound. Kami melayani kegiatan outbound dalam berbagai program

- Fun Kids Outbound
- Smart Outbound
- Outbound Management Training
- Family Gathering.

SUSUR SUNGAI

Bernostalgia akan Asiknya bermain air waktu masih kecil dapat kita lakukan di karang asri dengan menyusuri aliran sungai danggung yang melintas di kawasan karangasri, air yang jernih di padu dengan pemandangan yang masih alami



CAMPING

Agro Mina Wisata Karangasri melayani juga untuk kegiatan Camping untuk Siswa - siswi sekolah maupun untuk keluarga dengan fasilitas

- Aula
- Camping Ground
- Listrik
- M C K
- Air Bersih

HOME STAY

Di Agromina Wisata Karangasri Kami juga menyediakan fasilitas Home stay bagi anda yang ingin merasakan suasana dan hiruk pikuk warga di pedesaan, dengan suasana yang tenang, udara yang sejuk karena berada di kaki gunung merapi,

PEMANCINGAN

Bagi yang mempunyai hobby mancing, di kawasan Agromina Wisata Karangasri juga tersedia kolam untuk pemancingan dengan aneka jenis ikan, Nila, Bawal, Grasscap, Patin, Tawes dll. Dengan system kiloan. Tersedia juga kolam bagi anda yang akan mengadakan event mancing.



WISATA MINAT KHUSUS

- Paket Pertanian
 - Membajak sawah
 - Menanam Padi/sayuran
 - Memanen Padi/sayuran
- Paket Perkebunan.
 - Pengetahuan cara budidaya tanaman salak
 - Memetik Buah Salak
- Paket Peternakan
 - Pengetahuan cara beternak sapi/kerbau/kambing
 - Memberi makan hewan ternak
 - Memandikan ternak
- Paket Budaya
 - Belajar karawitan memainkan alat music gamelan jawa
 - Menyaksikan pagelaran wayang kulit

KULINER

Di Agromina Wisata Karangasri terdapat juga Rumah Makan " Karangasri" yang menyediakan aneka olahan ikan dengan



aneka variasi olahan. Jika anda ingin bernostalgia atau mencicipi menu - menu Ndeso di Rumah makan ini juga melayani menu Megono, Gudangan, Trancam dan menu tradisional lainnya, yang mungkin sudah jarang ditemukan di tempat lain.

AGROMINA WISATA

KARANGASRI

OUT BOUND, CAMPING GROUND & FISHING

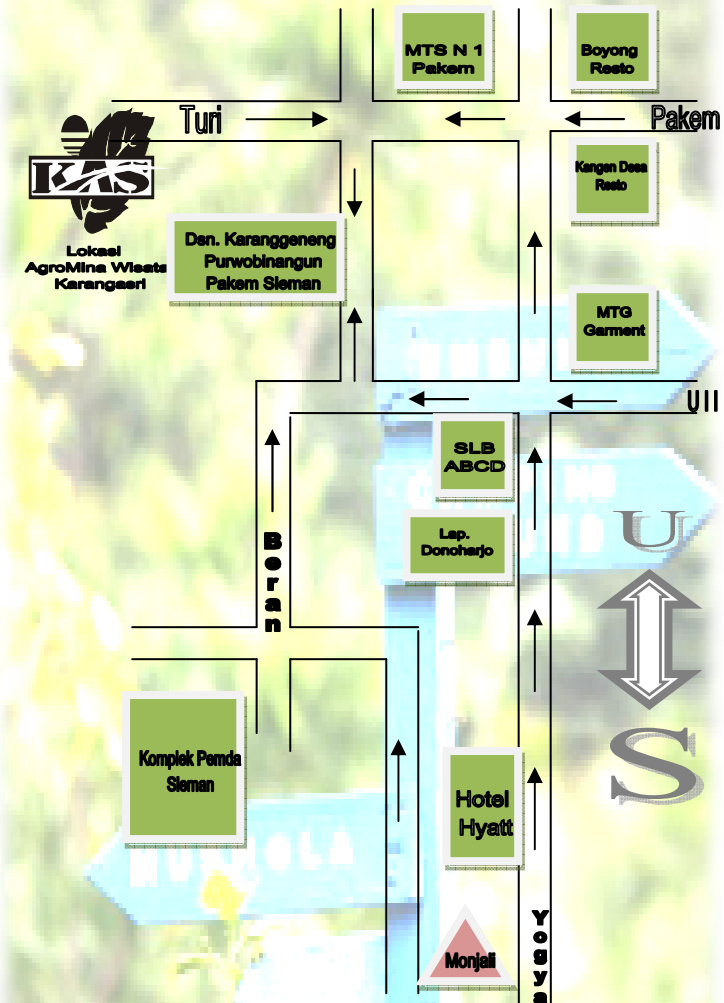


Karanggeneng Purwobinangun Pakem Sleman
Yogyakarta 55582

☎ 0274 701 9652, 0815 8484 8396

✉ karangasri@gmail.com

DENAH LOKASI KARANGASRI



Tanda Arah Menuju
Agromina Wisata Karangasri
Karanggeneng Purwobinangun
Pakem Sleman

