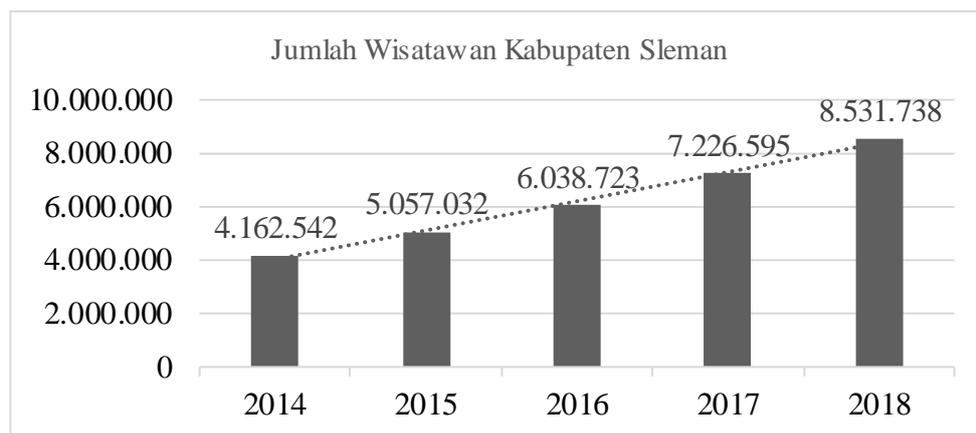


I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah salah satu daerah yang memiliki potensi wisata yang berkembang pesat sehingga menjadi tujuan utama wisata mancanegara yang populer. Berikut merupakan Tabel data jumlah wisatawan khususnya di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Sumber : Buku Statistik Pariwisata Kabupaten Sleman Tahun 2018



Gambar 1. Jumlah Wisatawan Kabupaten Sleman Tahun 2014-2018

Salah satu faktor yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta adalah dengan mengemas sebuah konsep yang berbasis “*back to nature*” yang di dalamnya terdapat keindahan alam pedesaan, keanekaragaman budaya yang unik, harga yang relatif murah, sentuhan nilai kearifan lokalnya, serta masyarakat yang ramah menjadi daya tarik tersendiri. Kabupaten Sleman merupakan salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki perkembangan sektor pariwisata yang cukup baik. Terdapat 46 destinasi wisata yang kemudian dikemas dalam 3 produk wisata, yaitu wisata alam, budaya, museum, dan objek wisata lainnya. Selengkapnya terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Potensi dan Daya Tarik Wisata Kabupaten Sleman Tahun 2017

No	Produk Wisata	Jumlah	Persentase (%)
1	Budaya	9	19,57
2	Museum	10	21,74
3	Alam dan Wisata Lainnya	27	58,69
	Jumlah	46	100

Sumber : Dinas Pariwisata, 2018

Tabel 1 menunjukkan bahwa persentase terbesar pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah wisata Alam dan wisata lainnya. Hal tersebut di kabupaten ini berpotensi mengembangkan pariwisata khususnya wisata alam, salah satu wisata alam yang berada di Kabupaten Sleman adalah Agrowisata Sabila Farm.

Agrowisata merupakan wisata berbasis agrokomplek memperkenalkan dunia pertanian, peternakan, dan perikanan kepada pengunjung sehingga pengunjung dapat mengetahui arti dari seluk beluk kegiatan agrokomplek mulai dari hulu hingga hilir. Agrowisata atau wisata pertanian adalah sebagai rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor pertanian mulai dari awal produksi hingga diperoleh berbagai produk pertanian dalam berbagai system dan skala dengan tujuan memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, dan rekreasi bidang pertanian (Utama, 2016).

Dalam sebuah agrowisata tidak lepas dari kualitas pelayanan yang dimiliki, pelayanan merupakan sebuah aktivitas seseorang, sekelompok, atau organisasi baik langsung mau pun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan yang dijalankan orang lain secara langsung (Moenir, 2014). Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai upaya pembakuan pelayanan yang baik. Pelayanan merupakan sebuah proses, proses tersebut menghasilkan produk yang berupa pelayanan hingga diberikan kepada pelanggan (Pasolong, 2017).

Sabila Farm merupakan agrowisata yang terletak di Jalan Kaliurang Km. 18.5 Pakembinangun, Kertodadi, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman,

Daerah Istimewa Yogyakarta. Bapak Muhammad Gunung Soetopo dan istrinya bernama Ibu Elly Mulyati merupakan pemilik dari Agrowisata Sabila Farm. Komoditas buah naga menjadi komoditas unggulan di Sabila Farm karena teknik penanamannya menggunakan pupuk semi organik. Selain kegiatan penanaman di Sabila Farm juga terdapat agrowisata yang memiliki beragam paket wisata untuk pengunjung, diantaranya (1) Keliling kebun dan melihat koleksi tanaman yang ada di Sabila Farm. (2) Mari menanam. (3) Pelatihan intensif. (4) Motivasi kewirausahaan pertanian. (5) Motivasi kewirausahaan agrowisata. (6) Edukasi kelas. (7) Pengolahan sampah menjadi pupuk organik.

Di samping itu penelitian yang dilakukan oleh Eviliani Ratna Pertiwi tahun 2018 mengenai persepsi pengunjung Agrowisata di Sabila Farm berkesimpulan bahwa persepsi dari pengunjung menunjukkan produk paket wisata bervariasi, paket wisata sesuai keinginan dan paket wisata bermanfaat. Persepsi pengunjung menyatakan bahwa paket wisata yang ditawarkan terjangkau, harga paket wisata sesuai fasilitas dan harga sesuai kualitas. Lokasi Sabila Farm mudah dijangkau, fasilitas sudah memadai dan lokasi indah dan nyaman. Selain itu terdapat beberapa kekurangan dari analisis penelitian yang dilakukan yaitu khususnya di bidang Agrowisata Sabila Farm, seperti (1) Strategi tempat petunjuk lokasi ukurannya terlalu kecil dan kurang strategis penempatannya (2) Media promosi yang kurang aktif karena keterbatasan jumlah produksi buah.

Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan bukan hal yang mudah. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa tersebut. Salah satu upaya yang dapat diterapkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai cara namun yang perlu diperhatikan kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang mana membutuhkan komitmen, baik yang menyangkut dana perusahaan maupun menyangkut sumber daya manusia. Dalam jangka panjang kualitas seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan serta kebutuhan konsumen, dengan demikian pihak agrowisata dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara memaksimalkan pengalaman

menyenangkan yang didapatkan oleh konsumen. Menurut Suryawan dan Dharmayanti (2013) kepuasan pelanggan adalah suatu persepsi yang ditentukan sendiri oleh pelanggan atas kinerja produk atau jasa yang dibeli. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas layanan dan kinerja perusahaan. Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai seorang pegawai dalam melaksanakan tugas-tugasnya atas kecakapan, usaha, pengalaman dan kesungguhan serta waktu menurut standar kriteria yang telah diterapkan sebelumnya.

Berdasarkan kondisi tersebut di atas, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung agrowisata. Penilaian pengunjung merupakan hal penting bagi suatu perusahaan, karena berkaitan dengan promosi, jika penilaian pengunjung terhadap obyek daya tarik wisata rendah maka menyebabkan ketidakpuasan dan menyebabkan pengunjung enggan untuk datang lagi. Selain itu alasan lain perlu dilakukan penelitian ini terhadap penelitian sebelumnya adalah adanya penambahan paket wisata baru, harga paket yang berbeda, pengunjung berbeda, dan perluasan yang dilakukan pihak Agrowisata yang semula 1,5 hektar menjadi 2,5 hektar. Kemudian terdapat kenaikan jumlah pengunjung agrowisata Sabila Farm, hal ini mengindikasikan terdapat hal yang menarik minat pengunjung untuk berwisata. Berikut data jumlah pengunjung Agrowisata Sabila Farm.

Tabel 2. Data Jumlah Pengunjung Agrowisata Sabila Farm

Tahun	Rombongan	Individu	Wisatawan		Total
			Lokal	Asing	
2015	3.695	1.050	4.745	13	4.758
2016	4.530	1.159	5.689	44	5.733
2017	5.219	1.527	6.746	150	6.896
2018	5.186	1.607	6.793	166	6.959
Total	18.630	5.343	23.973	373	24.166

Berdasarkan Tabel 2 di atas diketahui bahwa jumlah pengunjung dari tahun 2015 hingga 2018 mengalami peningkatan yang signifikan. Pengunjung terbanyak terjadi pada tahun 2018 yang berjumlah 6.793 diikuti jumlah wisatawan asing berjumlah 6.959. Di samping jumlah pengunjung yang meningkat terdapat banyak layanan dan fasilitas di Sabila Farm seperti beragam paket wisata yang lebih banyak dibandingkan dengan paket wisata lainnya khususnya di Kabupaten Sleman, lahan pertanian yang luas, tempat parkir, meja, tempat duduk, stand penjualan, aula, mushola, dan toilet.

Dari sekian banyak paket yang ditawarkan, paket keliling kebun yang paling banyak diminati karena pengunjung dapat berkesempatan melihat koleksi kebun Sabila Farm, sembari berkeliling kebun pengunjung dapat penjelasan oleh pemandu mengenai tata cara merawat komoditas buah yang ada di kebun Sabila Farm. Selain itu pengunjung dapat memetik buah yang sudah layak panen dengan prosedur yang telah diberikan oleh pihak Sabila Farm. Sebagian besar rombongan yang memesan memilih paket keliling kebun karena setiap kalangan mulai dari anak-anak hingga usia pensiun dapat menikmati paket ini, dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penilaian pengunjung terhadap paket keliling kebun Agrowisata di Sabila Farm dengan variabel menurut pendapat yang dikemukakan oleh Cooper dkk dalam Sunaryo (2013) yakni dinilai dari *Attraction*, *Ancillary*, *Accessibility*, dan *Amenities*. Berdasarkan hal tersebut maka analisis penilaian pengunjung menjadi topik penting dalam penelitian ini. Harapannya perusahaan dapat mengambil keputusan dari informasi tanggapan pengunjung dan menjadi sebuah kritikan terhadap perkembangan agrowisata.

B. Tujuan

1. Mendeskripsikan penilaian pengunjung terhadap aspek A4 pada paket keliling kebun Agrowisata Sabila Farm.
2. Mendeskripsikan faktor yang berkorelasi kecenderungan menyukai tanaman, tingkat kepemilikan akun media social, pengalaman eksplorasi agrowisata, dan tingkat keseringan *searching* (Bidang pertanian) di internet dengan penilaian pengunjung Agrowisata Sabila Farm.

C. Kegunaan

1. Bagi Sabila Farm untuk meningkatkan pelayanan dengan memperhatikan hal-hal yang dinilai masih kurang.
2. Bagi masyarakat bermanfaat sebagai referensi dan bahan bacaan mengenai daya tarik wisata di Agrowisata Sabila Farm.