

**ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP  
AGROWISATA DI PALOH NAGA DESA DENAI  
LAMA KECAMATAN PANTAI LABU  
KABUPATEN DELI SERDANG**

**SKRIPSI**

**OLEH:  
PUTRI NURSANTI  
188220201**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 1/7/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP  
AGROWISATA DI PALOH NAGA DESA DENAI  
LAMA KECAMATAN PANTAI LABU  
KABUPATEN DELI SERDANG**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**PUTRI NURSANTI  
188220201**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 1/7/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber  
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area  
Access From (repository.uma.ac.id)1/7/24

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Agrowisata Di  
Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu  
Kabupaten Deli Serdang

Nama : Putri Nursanti

NPM : 188220201

Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh :  
Komisi Pembimbing

Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, M.S Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc

Pembimbing I

Pembimbing II

Diketahui Oleh :



Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si  
Dekan



Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc  
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus 10 Oktober 2023

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 12 Agustus 2023

Putri Nursanti



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Nursanti

NPM ;188220201

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

JenisKarya : Skripsi


Demi membangun ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul : “Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Agrowisata di Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini, Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/ informatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/ skripsi/ tesis saya selama tetap mencantumkan nama sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 12 Agustus 2023

Yang menyatakan



Putri Nursanti

## ABSTRAK

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui kepuasan pengunjung terhadap agrowisata, mengetahui kelebihan dan kelemahan agrowisata yang harus diperbaiki dan dikembangkan sebagai guna peningkatan kepuasan pengunjung. Penelitian ini dilakukan di Agrowisata Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Tingkat kepuasan pengunjung Agrowisata Paloh Naga sebesar 82,33% diberartikan nilai csi yang diperoleh tersebut berada pada rentang index kepuasan 80-100%, hal ini berarti tingkat kepuasan pengunjung agrowisata paloh naga berada pada kisaran tingkat sangat puas terhadap atribut yang telah disediakan oleh pengelola.

**Kata Kunci:** Analisis, Agrowisata, Kepuasan



## ABSTRACT

*The aim of the research is to determine visitor satisfaction with agrotourism, to find out the strengths and weaknesses of agrotourism which must be improved and developed in order to increase visitor satisfaction. This research was conducted in the Agrotourism Village of Denai Lama, Pantai Labu District. In this research, the accidental sampling method was used, namely taking respondents as samples based on chance. The results of the research explain that the level of satisfaction of visitors to Paloh Naga Agrotourism is 82.33%, meaning that the CSI value obtained is in the satisfaction index range of 80-100%, this means that the level of satisfaction of visitors to Paloh Naga Agrotourism is in the range of very satisfied with the attributes that have been achieved. provided by the manager.*

**Keywords:** *Analysis, Agrotourism, Satisfaction*



## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Putri Nursanti yang dilahirkan pada tanggal 22 Mei 2000 di Kota Pantai Labu penulis merupakan anak ke tiga dari 5 bersaudara dari pasangan Bapak Muhammad Yusuf dan Ibu Zulaiha Sipayung.

Penulis mengawali pendidikan Sekolah Dasar (SD) Negeri 10537 Pantai Labu Pekan Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang dan selesai pada tahun 2012. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di MTS Al Washliyah Pantai Labu dan selesai pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Yayasan Perguruan Sinar Harapan Jl. Pantai Labu Sidodadi Ramunia Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang dan selesai pada tahun 2018. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi yaitu, Universitas Medan Area (UMA), Dan mengambil program studi Agribisnis di Fakultas Pertanian. Selama mengikuti perkuliahan, pada tahun 2021 penulis mengikuti praktek kerja lapangan (PKL) di PT. Socfin Indonesia Perkebunan Tanah Gambus.



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal/skripsi ini dengan judul "Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Agrowisata di Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang.

Proposal ini merupakan salah satu syarat kelulusan pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Dr. Ir. Zulheri Noer, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Prof. Dr.Ir. Retna Astuti K, M.S selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
3. Marizha Nurcahyani, S.ST,M.Sc selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah memberikan dukungan dan perhatiannya selama menempuh pendidikan di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Terkasih dan teristimewa Ayahanda Muhammad Yusuf dan Ibunda Zulaiha Sipayung yang telah mendo'akan dan memberikan dorongan moril maupun materil serta motivasi kepada penulis.
6. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area khususnya rekan-rekan satu angkatan stambuk 2018 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Penulis



(Putri Nursanti)

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Kerangka Pemikiran .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Agrowisata.....	14
2.1.1 Pengertian Agrowisata berdasarkan Perspektif Pertanian .....	16
2.1.2 Pengertian Agrowisata berdasarkan Perspektif Pariwisata.....	17
2.1.3 Karakteristik Agrowisata .....	18
2.1.4 Potensi Agrowisata.....	19
2.1.5 Daya Tarik Agrowisata.....	20
2.1.6 Keindahan Alam.....	21
2.1.7 Kebersihan Tempat.....	22
2.1.8 Jarak dan Waktu Tempuh.....	23
2.1.9 Manfaat Pengembangan Agrowisata .....	24
2.1.10 Sisi Positif dan Sisi Negatif Agrowisata.....	25
2.2 Kepuasan .....	28
2.2.1 Pengertian Kepuasan .....	28
2.2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	29
2.2.3 Strategi Kepuasan Pelanggan .....	31
2.3 Kepuasan Wisatawan.....	25
2.4 Alat Analisis Data.....	32
2.4.1 Skala Likert .....	38
2.4.2 Uji Validitas .....	38
2.4.3 Uji Reliabilitas .....	39
2.4.4 Customer Satisfaction Index (CSI).....	39
2.4.5 Analisis SWOT.....	39
2.5 Penelitian Terdahulu.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	48
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	51
3.3.1 Observasi .....	51

3.3.2 Wawancara .....	52
3.3.3 Kuesioner.....	53
3.3.4 Dokumentasi.....	54
3.4 Metode Analisis Data .....	55
3.4.1 Uji Validitas .....	55
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	56
3.4.3 Customer Satisfaction Index (CSI).....	59
3.4.4 Analisis SWOT.....	63
3.5 Defenisi Overasional Variabel .....	46
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>65</b>
4.1 Gambaran Umum Desa Denai Lama.....	65
4.2 Profil Agrowisata Desa Denai Lama.....	69
4.3 Objek Wisata yang ditawarkan di Agrowisata Desa Denai Lama.....	71
4.4 Karakteristik Responden .....	78
4.4.1 Umur Responden .....	78
4.4.2 Jenis Kelamin .....	79
4.4.3 Tingkat Pendidikan.....	80
4.4.4 Pekerjaan .....	81
4.4.5 Status Pernikahan .....	81
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>83</b>
5.1 Analisis Data.....	83
5.1.2 Uji Validitas .....	83
5.1.3 Uji Reliabilitas .....	85
5.1.4 Customer Satisfaction Index (CSI).....	89
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
5.2.1 Kepuasan Pengunjung terhadap Agrowisata di Desa Denai Lama ....	94
5.2.2 Kelebihan dan Kelemahan Agrowisata Agrowisata .....	98
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>113</b>
6.1 Kesimpulan.....	113
6.2 Saran.....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>



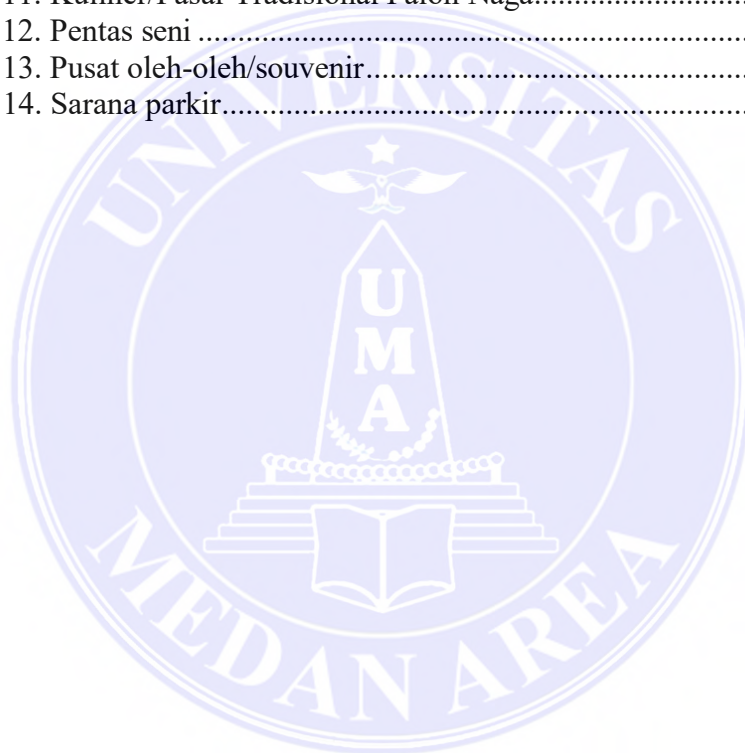
## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Provinsi Sumatera Utara Tahun 2013-2018 .....	3
Tabel 2. Data Jumlah Kunjungan Wisata Sumut pada Mei-November 2019....	4
Tabel 3. Jumlah Destinasi Menurut Kecamatan, Kabupaten Deli Serdang Tahun 2016-2018.....	5
Tabel 4. Jumlah Pengunjung Agrowisata Paloh Naga 2021.....	49
Tabel 5. Nilai dan Kriteria CSI.....	59
Tabel 6. Jumlah Penduduk Desa Denai Lama pada tahun 2022 .....	67
Tabel 7. Luas Areal Desa Denai Lama.....	68
Tabel 8. Jumlah Pengunjung berdasarkan tingkat umur di agrowisata paloh naga.....	79
Tabel 9. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	80
Tabel 10. Karakteristik berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	80
Tabel 11. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	81
Tabel 12. Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan .....	82
Tabel 13. Uji Validitas .....	83
Tabel 14. Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 15. Perhitungan Customer satisfaction indeks (CSI) pada tingkat Kepuasan.....	87
Tabel 16. Pembobotan Faktor Internal (IFAS).....	89
Tabel 17. Pembobotan Faktor Eksternal (EFAS).....	90
Tabel 18. Gabungan Faktor Internal dan Eksternal Agrowisata Paloh Naga ....	91



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran .....	13
Gambar 2. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	30
Gambar 3. Dokumentasi Penelitian .....	55
Gambar 4. Matriks SWOT .....	60
Gambar 5. Peta Desa Denai Lama.....	67
Gambar 6. Gapura pintu masuk wisata .....	72
Gambar 7. Jalur perjalanan dari parkir menuju lokasi .....	73
Gambar 8. Musholla .....	73
Gambar 9. Pondok saung bambu (gazebo).....	74
Gambar 10. Transaksi penukaran kayu .....	74
Gambar 11. Kuliner/Pasar Tradisional Paloh Naga.....	75
Gambar 12. Pentas seni .....	76
Gambar 13. Pusat oleh-oleh/souvenir.....	77
Gambar 14. Sarana parkir.....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	119
Lampiran 2. Surat Pengambilan Data Riset.....	131
Lampiran 3. Surat Selesai Pengambilan Data Riset .....	132
Lampiran 4. Identitas Responden .....	133
Lampiran 5. Jarak Pengunjung ke Agrowisata Paloh Naga .....	135
Lampiran 6. Pengalaman Responden .....	136
Lampiran 7. Uji Validitas .....	138
Lampiran 8. Uji Reliabilitas .....	146
Lampiran 9. Uji CSI .....	147
Lampiran 10. Uji SWOT .....	158
Lampiran 11. Dokumentasi Penelitian .....	160



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Agrowisata adalah rangkaian kegiatan aktivitas wisata yang memanfaatkan potensi pertanian menjadi objek wisata, baik potensial pertanian berupa pemandangan alam daerah pertaniannya juga kekhasan dan keanekaragaman kegiatan produksi dan teknologi pertanian serta budaya rakyat petaninya. Kegiatan agrowisata bertujuan buat memperluas wawasan pengetahuan, pengalaman rekreasi serta hubungan perjuangan pada bidang pertanian yang meliputi tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan serta peternakan. Di samping itu yang termasuk pada agrowisata adalah perhutanan dan asal daya pertanian. Perpaduan antara estetika alam, kehidupan warga pedesaan serta potensi pertanian jika dikelola dengan baik dapat membuat daya tarik wisata. Menggunakan berkembangnya agrowisata pada satu daerah tujuan wisata akan memberikan manfaat buat meningkatkan pendapatan rakyat serta pemerintah dengan kata lain bahwa fungsi pariwisata bisa dilakukan menggunakan fungsi budidaya pertanian dan pemukiman pedesaan serta sekaligus fungsi perlindungan (Sastrayuda, 2010).

Sebagai Negara agraris, Indonesia memiliki kekayaan alam dan hayati yang sangat beragam, dan jika dikelola dengan tepat, maka kekayaan tersebut mampu diandalkan menjadi andalan perekonomian nasional. Salah satu esensi pembangun pariwisata adalah membangun industri yang handal dan berdaya saing. Kondisi agroklimat di wilayah Indonesia sangat sesuai untuk pengembangan komoditas tropis dan sebagian subtropis pada ketinggian antara

nol sampai ribuan meter di atas permukaan laut. Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan agrowisata, karena citra Indonesia cukup kuat pada bidang pertanian. Objek agrowisata yang telah berkembang dan tercatat dalam basis data Direktorat Jenderal Pariwisata 1994 atau 1995 terdapat delapan provinsi yaitu Sumatera Utara, Riau, Jawa Barat, Jawa Tengah dan DIY, Jawa Timur, NTB, Kalimantan Tengah, dan Kalimantan Barat.

Perkembangan agrowisata di Indonesia sekarang ini semakin pesat. Hal ini dikarenakan agrowisata merupakan sektor yang di anggap menguntungkan untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang digunakan sebagai sumber penghasilan yang menjanjikan bagi pemerintah daerah, maupun masyarakat disekitar obek wisata. Oleh karena itu, banyak daerah yang berkeinginan untuk mengadakan pembangunan di bidang objek wisata (Budiasa, 2011)

Sumatera Utara menjadi salah satu provinsi yang menjadi destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan di Indonesia. Sumatera Utara merupakan provinsi yang terletak di Sumatera dengan Ibu Kota Medan, Medan memiliki jumlah penduduk sebanyak sekian yakni urutan keempat. Dengan jumlah penduduk yang demikian besar mempengaruhi kunjungan wisatawan ke berbagai tempat wisata.

Berikut data jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Sumatera Utara di Indonesia tahun 2013-2018:



**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan menurut Provinsi Sumatera Utara tahun 2013-2018:**

Tahun	Wisatawan Nusantara (orang)	Wisatawan Mancanegara (orang)	Jumlah kunjungan (orang)
2013	1.793.720	42.515	1.836.235
2014	1.788.774	1.504	1.790.278
2015	1.498.321	18.028	1.516.349
2016	1.747.584	23.397	1.770.981
2017	1.754.185	56.776	1.810.961
2018	1.155.702	24.259	2.179.961

*Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Utara, 2020*

Berdasarkan jumlah data pariwisata pada tahun 2018, jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Sumatera Utara saja sebesar 2.179.961 juta lebih wisatawan yang paling banyak Wisatawan Nusantara daripada Wisatawan Mancanegara. Wisatawan Nusantara terdapat 1.155.702 juta lebih dan Wisatawan Mancanegara terdapat sebesar 24.259 orang.

Provinsi Sumatera Utara memiliki banyak potensi untuk mengembangkan agrowisata salah satunya adalah Kabupaten Deli Serdang yang menarik untuk menjadi tujuan wisatawan dalam berwisata. Keadaan alam yang menunjang dengan berbagai konsep yang ditawarkan, menjadikan kawasan Kabupaten Deli Serdang memiliki banyak tempat wisata, terutama agrowisata yang terus dikembangkan. Beragam agrowisata di kawasan Kabupaten Deli Serdang yang memiliki keunikan potensi sendiri.

Berdasarkan data Dinas Parawisata Sumut Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Data jumlah kunjungan wisata Sumatera Utara pada Mei-November 2019**

NO	KAB/KOTA	KUNJUNGAN WISATAWAN	PERSENTASE
1	Deli Serdang	2.520	15,70%
2	Nias Utara	2.478	15,40%
3	Simalungun	2.430	15,10%
4	Gunung Sitoli	2.316	14,40%
5	Kota Medan	2.232	13,90%
6	Samosir	2.148	13,40%
7	Serdang Bedagai	1.875	11,70%
<b>Jumlah</b>		<b>15.996</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Utara, 2020*

Berdasarkan data BPS pada tabel 2 menunjukkan bahwasanya kunjungan wisata Sumatera Utara pada bulan Mei-november 2019 berjumlah 15.996 pengunjung. Urutan pengunjung yang paling banyak dikunjungi bulan Mei-November 2019 terdapat pada Kabupaten Deli Serdang dengan jumlah 2.520 dan pengunjung terendah pada tahun 2019 di Sumatera Utara terdapat pada Kota Serdang Bedagai yang berjumlah 1.875.

Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki banyak daerah tujuan objek agrowisata tanaman padi maupun tanaman pangan untuk dikembangkan, salah satu daerah yang banyak terdapat objek wisata tanaman padi adalah Kabupaten Deli Serdang.

Berikut data jumlah Destinasi Pariwisata Menurut Kecamatan di Kabupaten Deli Serdang, pada tahun 2016-2018:

**Tabel 3. Jumlah Destinasi Menurut Kecamatan, Kabupaten Deli Serdang, Tahun 2016-2018**

NO	KECAMATAN	2016	2017	2018
1	Percut Sei Tuan	4	4	4
2	Biru-Biru	3	3	4
3	Lubuk Pakam	3	3	3
4	Bangun Purba	4	4	2
5	Sunggal	2	2	1
	Deli Serdang	16	16	15

*Sumber: Data Dinas Pariwisata Kabupaten Deli Serdang, 2020*

Berdasarkan tabel 3 jumlah destinasi wisata menurut Kecamatan di Kabupaten Deli Serdang pada tahun 2016 terdapat 16 destinasi wisata, pada tahun 2017 berjumlah 16 destinasi wisata dan pada tahun 2018 destinasi wisata di Kabupaten Deli Serdang terdapat 15 destinasi wisata.

Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satu daerah pengembangan pariwisata di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki potensi pariwisata yang beraneka ragam, mulai dari wisata alamnya, wisata budaya, wisata buatan manusia, yang di dukung oleh lingkungan alam, lingkungan social budaya dan ketersediaan fasilitas yang dapat menompong kegiatan pariwisata di Kabupaten Deli Serdang. Dengan memiliki wilayah yang luas, dataran tinggi, dataran rendah, pesisir, serta sumber daya manusia yang unggul, potensi ini merupakan modal besarbagi pengembangan sektor pariwisata (disporabudpar.Deliserdang.kab.go.id,2020).

Terkait dengan banyaknya potensi pariwisata, Pemerintah Kabupaten Deli Serdang terus mengembangkan usaha sadar wisata salah satunya yaitu potensi wisata yang terdapat di desa. Wakil Bupati Kabupaten Deli Serdang dalam surat kabar online (infopublik.id,2020) menyatakan terdapat tiga desa yang telah

mengembangkan potensi wisatanya. Tiga desa tersebut berpotensi dijadikan desa wisata yaitu Desa Denai Lama ( Kecamatan Pantai Labu),Desa Pematang Johar (Kecamatan Labuhan Deli), serta Desa Punden Rejo (Kecamatan Tanjung Morawa).

Kawasan Desa Denai Lama merupakan salah satu desa wisata potensial yang dimiliki oleh Kabupaten Deli Serdang di Kecamatan Pantai Labu. Desa Denai lama ini memiliki lahan pertanian seluas 4.000 hektar yang dapat dijadikan sebagai objek wisata alam dan hasil pertanian bersama.Agrowisata Paloh Naga yang telah diresmikan pada tanggal 16 Desember 2018 dan sangat disambut antusias oleh warga masyarakatnya.Dari Medan menempuh jarak yang dibutuhkan untuk sampai ke lokasi sekitar 1,5 jam. Rute jalan yang di ambil mulai dari Medan lanjut ke Tanjung Morawa, Lubuk Pakam, lalu ke Desa Denai Lama. Lokasi wisata ini juga tidak terlalu jauh dari Bandara Kualanamu,jadi cukup mudah diakses. Agrowisata tersebut merupakan tempat rekreasi untuk menikmati panorama hamparan sawah, penataan jalan bambu dan joglo yang berada diatas sawah dapat menjadikan sebuah tempat untuk bersantai dan mengabdikan keindahan sawah tersebut melalui *handphone*.

Desa Denai Lama mempunyai perpaduan usaha budidaya pertanian. Jenis budidaya yang ada di Desa Denai Lama yaitu budidaya perikanan, sayuran, buah-buahan,tanaman pangan,dan budidaya hewan ternak. Selain itu, Desa Denai Lama juga memiliki keaslian, keunikan, dan keragaman sosial budaya yang terdiri dari budaya etnis Melayu, Jawa, dan Batak. Desa Denai Lama terpilih menjadi Desa Wisata karena kearifan lokal dan kebudayaannya sudah ditetapkan Kementrian



Pendidikan RI menjadi Desa lokasi pertama di Provinsi Sumatera Utara (beritasumut.com). (portal.deliserdangkab.go.id)

Pada saat berada dilokasi ini kita akan mendapatkan suguhan dari hijaunya petak-petak sawah yang membentang luas dan menyejukan mata. Area sawah yang luas jadi atraksi utama yang langsung mampu menarik minat banyak pengunjung. Wisata pertama yang ada di Kabupaten Deli Serdang, atas inisiatif kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Deli Serdang, H. Faisal Arif Nasution, M.Si, desa wisata ini terbentuk melibatkan pemerintah desa setempat serta stakeholder untuk menciptakan citra pariwisata baru pada Kabupaten Deli Serdang.

Desa wisata ini dikelola sang Badan perjuangan Milik Desa (BUMDES), pembangunan sarana dan prasarananya bersumber asal dana Desa serta partisipasi BUMD yang ada di Kabupaten Deli Serdang. Agrowisata Paloh Naga di Deli Serdang artinya objek wisata yang mengandalkan estetika alam menjadi daya tariknya. Area persawahan yang luas, jadi atraksi utama yang langsung bisa menarik minat banyak pengunjung. Berfoto menggunakan latar belakang sawah hijau yg menyegarkan, berpadu dengan birunya langit, benar-benar sangat instagenik. Pengelola menyediakan jembatan bambu sengaja dibangun buat menjadi spot tracking sekaligus selfie.

Desa Denai Lama juga terpilih dalam kegiatan sosialisasi “Anugerah Desa Wisata Indonesia 2021” pada kegiatan pengenalan hadiah Desa Wisata 2021 yang diselenggarakan sang Kementerian Pariwisata serta Ekonomi Kreatif dan dilakukan langsung oleh Sandiaga Salahuddin Uno ialah bukti bahwa DesaWisata

Denai Lama memiliki potensi. Desa Wisata Denai Lamadipilih dalam kegiatan pengenalan karena terkenal dengan literasi istiadat budayanya (liputan6.com).

Perkembangan objek wisata ketika ini sangat pesat, sehingga mengakibatkan daya saing buat meraih wisatawan antara objek wisata yang satu menggunakan objek wisata yang lainnya. Perubahan lingkungan usaha yang sangat cepat dan keadaan dunia perjuangan yang bersifat bergerak maju telah memaksa pengelola daerah wisata buat terus secara aktif dan kreatif dalam membuat lokasi wisata yang ada serta terus menerus melakukan pembaharuan terkait taktik pada memasarkannya.

Jumlah wisatawan yang berkunjung ke agrowisata paloh naga cukup ramai, apalagi disaat akhir pekan jumlah wisatawan yang berkunjung lebih dari 50 orang dari hari biasanya. Hal tersebut dikarenakan dari pihak desa selalu melakukan perbaikan serta pengembangan untuk tetap meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung (Durlee B.A, 2020).

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaian. Pelayanan disediakan kepada konsumen agar sesuai dengan harapan ataupun dapat melebihi sebuah harapan konsumen (Kotler, 2000).

Untuk meningkatkan kualitas layanan jasa pihak Agrowisata Paloh Naga terus melakukan pembaharuan serta terus melakukan pengembangan untuk menarik pelanggan agar pelanggan merasakan kepuasan dalam berkunjung di

agrowisata Paloh Naga. Salah satu pengembangan yang dilakukan pada agrowisata paloh naga ini yaitu membangun pasar tradisional paloh naga (Suherman, wawancara langsung, 31 Mei 2021). Sinkron dengan namanya, pasar tradisional paloh naga artinya wisata yang menyuguhkan jajanan dan minuman tempo dulu serta alunan musik gamelan khas Jawa dan pula disuguhkan menggunakan tarian tradisional. Pasar tradisional paloh naga hanya dibuka pada setiap hari Sabtu dan minggu. Keunikan berasal pasar tradisional ini pula terletak pada sistem pembayaran pada membeli kuliner ataupun minuman, yaitu wisatawan wajib menukarkan uang orisinil menggunakan kepingan kayu yang dianggap menggunakan keping, harga per kepingnya mulai berasal Rp 2.000.

Pengembangan pariwisata pedesaan adalah suatu akibat dari adanya perubahan minat wisatawan terhadap wilayah destinasi wisata. Berkembangnya motivasi serta tren dalam bepergian wisata mempunyai minat spesifik yang menginginkan wisata bertema “kembali ke alam”, interaksi dengan masyarakat lokal, dan tertarik untuk mengkaji budaya serta keunikan lokal sebagai akibatnya mendorong pengembangan wisata pedesaan. Perubahan tersebut pastinya membawa akibat tersendiri bagi kehidupan social, budaya bahkan ekonomi masyarakat pada sekitar denai lama. Hal ini terlihat dari beberapa perubahan-perubahan yang terjadi pada Desa Denai Lama, yang hanya berawal asal sebuah desa biasa tetapi kemudian berubah sebagai destinasi wisata yang dikelola secara apik dan membawa akibat baik yang tentunya akan berpengaruh secara eksklusif dalam tatanan kehidupan warga dilingkup Desa Denai Lama.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis sangat tertarik untuk mengangkat topik penelitian skripsi yang berhubungan dengan agrowisata yang berjudul **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Berapa besar tingkat kepuasan pengunjung terhadap agrowisata di Desa Denai Lama Kabupaten Deli Serdang?
2. Apa saja kelebihan dan kelemahan agrowisata yang harus diperbaiki dan dikembangkan sebagai guna peningkatan kepuasan pengunjung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap agrowisata di Desa Denai Lama Kabupaten Deli Serdang.
2. Untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan agrowisata yang harus diperbaiki dan dikembangkan sebagai guna peningkatan kepuasan pengunjung.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini dilakukan untuk saya sendiri agar lebih memperluas wawasan pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha dibidang pertanian guna untuk meingkatkan pariwisata terkhususnya di Sumatera Utara. Manfaat bagi masyarakat sekitar dengan adanya agrowisata di daerah dan banyaknya kunjungan wisatawan, mereka dapat memperoleh kesempatan guna



mengurangi pengangguran dan meningkatkan pendapatan petani/masyarakat sekitar, sedangkan manfaat agrowisata bagi pemilik sangat banyak diantaranya mengurangi pengangguran dikawasan tersebut, mengembangkan sumber daya alam yang ada, dan memanfaatkan lahan dengan baik.

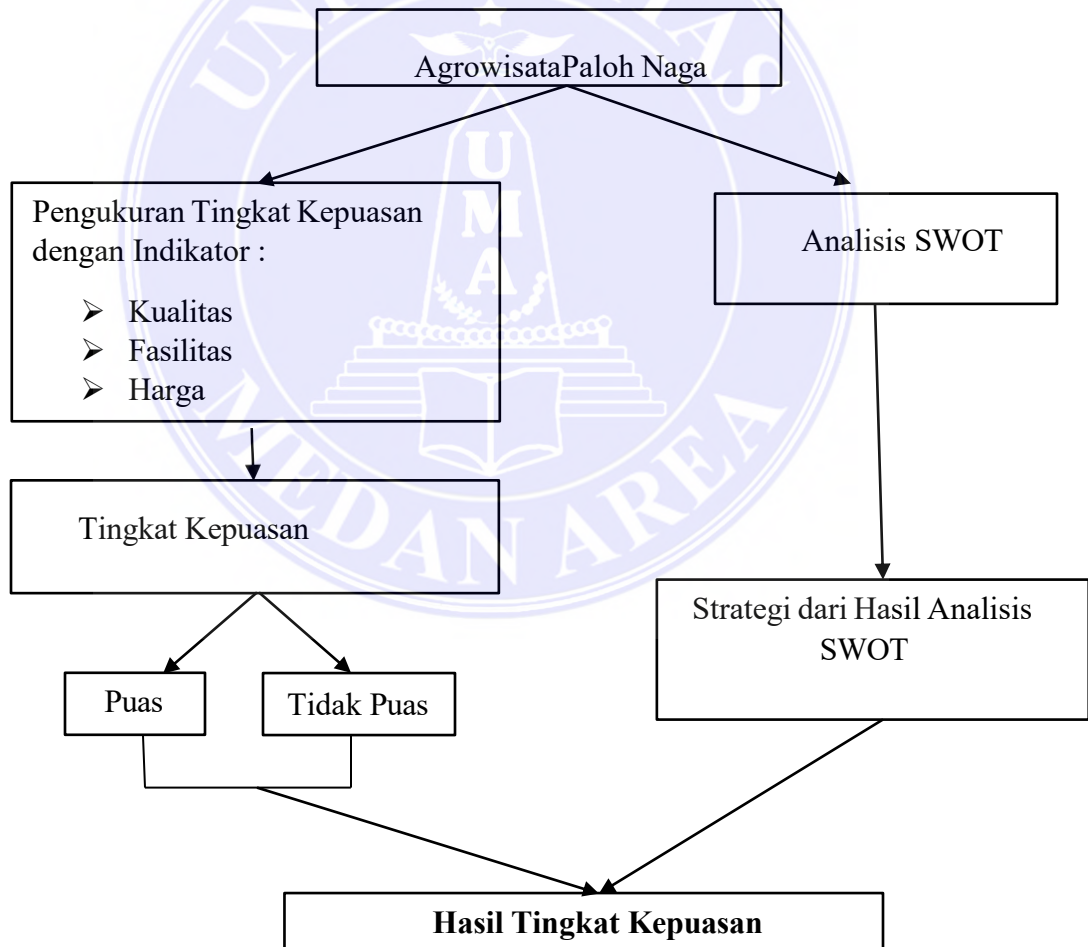
1. Dapat mengetahui kepuasan pengunjung terhadap agrowisata di Desa Denai Lama Kabupaten Deli Serdang.
2. Dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan agrowisata yang harus diperbaiki dan dikembangkan sebagai guna peningkatan kepuasan pengunjung.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Agrowisata Paloh Naga merupakan salah satu usaha pariwisata yang memanfaatkan kegiatan di bidang pertanian serbagai obyek wisata. Agrowisata Paloh Naga memiliki tujuan untuk meningkatkan profitabilitas petani serta berpotensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Tujuan-tujuan tersebut juga harus dibarengi dengan memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pengunjung yang berperan penting sebagai konsumen, sehingga pengunjung dapat merasakan kepuasan setelah datang. Kepuasan pengunjung merupakan aset yang sangat penting bagi suatu usaha, karena dengan kepuasan pengunjung tersebut para konsumen akan meninggalkan pesan dan kesan yang baik bagi suatu usaha sehingga hal ini dapat menguntungkan bagi pemilik usaha tersebut.

Tingkat kepuasan pengunjung adalah ukuran yang menentukan seberapa puas pengunjung terhadap agrowisata di Paloh Naga karena kepuasan pengunjung sangat berpengaruh terhadap kualitas agrowisata tersebut untuk mengetahui

tingkat puas atau tidak puasnya pengunjung serta kekuatan dan kelemahan agrowisata dapat dilihat dari fasilitas, kualitas, dan harga. untuk menganalisis tingkat kekuatan dan kelemahan agrowisata di Paloh Naga dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) yang dilihat dari faktor internal dan eksternalnya sehingga dapat mengetahui strategi dari analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman setelah mendapatkan hasil tingkat kepuasan serta kekuatan dan kelemahan Agrowisata Paloh Naga maka akan memperoleh kepuasan Agrowisata Paloh Naga sebagai berikut kerangka pemikiran;



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Agrowisata

Agrowisata merupakan terjemahan dari istilah bahasa Inggris, *Agrotourism*. *Agro* berarti pertanian dan *tourism* berarti pariwisata/kepariwisataan. Agrowisata adalah berwisata ke daerah pertanian. Pertanian dalam arti luas mencakup pertanian rakyat, perkebunan, peternakan, dan perikanan. Agrowisata merupakan salah satu alternatif potensial untuk dikembangkan di desa. Kemudian batasan mengenai agrowisata dinyatakan bahwa agrowisata adalah suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan (Suryawan, 2018).

Agrowisata juga didefinisikan sebagai sebuah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam, pertanian (agro), budaya, dan aktivitas masyarakat pedesaan sebagai daya tarik wisata, dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, area rekreasi, dan hubungan usaha agribisnis pedesaan. Agrowisata dikembangkan berdasarkan konsep pengembangan wilayah, melalui pemanfaatan potensi alam, pertanian, budaya, dan aktivitas masyarakat lokal dan mengacu pada prinsip-prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan (Gunawan, 2016).

Perkembangan agrowisata di Indonesia tidak lepas dari bergesernya trend pariwisata secara global. Selama beberapa dekade terakhir telah terjadi pergeseran yang besar dari minat manusia terhadap destinasi wisata. Dapat dilihat dari terjadinya pergeseran perputaran minat kunjungan wisatawan dari pengunjung

yang banyak mejadi suatu bentuk kunjungan individual/kelompok kecil yang dijalani pada kehidupan keseharian Machin dalam Dinas Pariwisata DIY (2014).

Di Indonesia pergeseran trend minat pariwisata tersebut ditanggapi dengan berkembangnya wisata yang sebagian besar dikelolah didalam berbasis pertanian. Karena wisata merupakan salah satu jawaban dari perkembangan kecenderungan pergeseran tersebut. Wisatawan dengan berbagai motivasi melakukan perjalanan wisata ke desa wisata untuk bisa menikmati kehidupan masyarakat, berinteraksi secara aktif dalam berbagai aktivitas di lokasi wisata dan belajar kebudayaan lokal setempat dimana sebagian besar kebudayaan lokal di daerah Indonesia ini merupakan kegiatan pertanian (Utama, 2015).

Perkembangan Agrowisata atau desa wisata akan menjalin silaturahmi yang bagus antara petani dengan pengunjung. Harapannya petani bisa lebih inovatif mengelola usaha taninya sehingga mampu menghasilkan produk yang diminati para wisatawan. Karena pada saat hasil pertanian bisa digunakan oleh perusahaan lain dengan harga yang bagus tentu akan sangat membantu meningkatkan pendapatan yang diterima petani tersebut.

Pengembangan bidang pertanian menjadi lokasi Agrowisata sangat memberikan dampak yang positif bagi lingkungan sekitar dan masyarakatnya, bukan hanya petani yang terlibat secara langsung dan merasakan manfaatnya, namun juga bagi perkembangan kawasan disekitarnya. Hasil penjualan tiket yang masuk ke kas dimanfaatkan untuk kepentingan bersama, seperti perbaikan jalan maupun pembangunan sarana prasarana umum lainnya. Hal ini tentunya akan sangat mendukung dengan terciptanya kesejahteraan masyarakat. Allifah (2014) menyatakan bahwa pengembangan agrowisata akan berdampak bagi lingkungan

dan masyarakat sekitarnya. Dengan adanya Agrowisata pasti akan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pelestarian lingkungan hidup, meningkatkan pendapatan petani, serta menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga tingkat urbanisasi dan pengangguran dapat berkurang secara drastis.

Selain itu, Agrowisata merupakan salah satu wahana yang bagus dalam rangka meningkatkan promosi produk-produk pertanian dan budaya Nusantara. Hal tersebut karena selain dapat menikmati hasil pertanian secara langsung, para pengunjung akan senang dengan sensasi wisata alam yang unik dan berkesan dihatinya yang akan terbawa hingga mereka kembali ke tempat asalnya ataupun ketempat lain yang kemudian menceritakannya kepada orang lain (Palit, 2017).

Agrowisata Paloh Naga merupakan salah satu destinasi yang terletak di Kabupaten Deliserdang. Tempat wisata yang bertemakan pertanian inidi resmikan pada hari Minggu tanggal 20 Januari 2021 oleh Bapak H Ashari Tambunan selaku Bupati aktif Kabupaten Deliserdang secara langsung Desa Wisata Kampoeng Lama di Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang.

### **2.1.1 Pengertian agrowisata berdasarkan persepektif pertanian**

Filosofi agrowisata adalah meningkatkan pendapatan kaum tani, dan meningkatkan kualitas alam pedesaanan menjadi hunian yang benar-benar dapat diharapkan sebagai hunian yang berkualitas, memberikan kesempatan masyarakat untuk belajar kehidupan pertanian yang menguntungkan dan ekosistemnya (Utama, 2017).

Agrowisata merupakan salah satu usaha agribisnis. Pembangunan sistem agribisnis dapat diartikan sebagai cara pandang baru dalam pengembangan pertanian dengan menekankan kepada tiga hal yaitu:



- a) adanya perubahan dari pendekatan produksi ke pendekatan, berdasarkan bisnis atau orientasi kepada bisnis.
- b) dalam pembangunan agribisnis, pembangunan pertanian bukan hanya sektoral namun juga terkait dengan lintas sektoral karena pembangunan pertanian sangat terkait dan ditentukan oleh agroindustri hilir, ke hulu.
- c) pembangunan pertanian bukan sebagai pembangunan parsial pengembangan komoditas, melainkan sangat terkait dengan pembangunan wilayah, khususnya perdesaan yang berkaitan erat dengan upaya-upaya peningkatan pendapatan masyarakat pertanian (Utama, 2012).

Konsep ini sesuai dengan kebutuhan dalam pengembangan agrowisata. Agrowisata menekankan pada penjualan jasa kepada konsumen yang berupa keindahan, kenyamanan dan pendidikan. Selain itu, komoditas pertanian yang mencakup tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan, dan perikanan merupakan potensi daya tarik untuk wisatawan agar berkunjung ke kawasan agrowisata.

### **2.1.2 Pengertian Agrowisata berdasarkan Perspektif Pariwisata**

Agrowisata atau wisata pertanian dapat didefinisikan sebagai rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor pertanian mulai dari awal produksi hingga diperoleh produk pertanian dalam berbagai sistem dan skala dengan tujuan memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, dan rekreasi di bidang pertanian (Budiarti, 2013). Di Indonesia, agrowisata atau agroturism didefinisikan sebagai sebuah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro (agribisnis) sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang

pertanian. Serta agrowisata adalah tuntutan akan pariwisata yang pro lingkungan, go green, dan bertanggung jawab (Utama, 2016).

### 2.1.3 Karakteristik Agrowisata

Karakteristik pemilihan lokasi agrowisata yang berdasarkan pada karakteristik alam perlu mempertimbangkan beberapa hal antara lain:

- a. *Dataran rendah*. Umumnya memiliki iklim kering dan suhu udara panas sehingga dataran rendah hampir tidak memiliki kenyamanan dan kehijauan yang luas. Karakteristik alam seperti ini dapat digunakan untuk mengembangkan agrowisata perternakan. Namun, bila hanya mengutamakan perternakan sebagai daya tarik wisata akan membuat wisatawan atau pengunjung tidak berminat mengunjungi agrowisata tersebut. Sehingga perlu adanya hal lain yang dikembangkan oleh pengelola tempat agrowisata sebagai daya tarik bagi wisatawan atau pengunjung.
- b. *Dataran tinggi*. Karakteristik dataran tinggi biasanya memiliki topologi berbukit-bukit, wilayah pegunungan yang dilatarbelakangi kehijauan yang sejuk serta nyaman. Dataran tinggi biasanya memiliki suhu yang sejuk dan tanah yang subur. Sehingga dapat ditanami beberapa komoditi seperti bunga, sayuran, perkebunan teh dan lainnya. Komoditas pertanian tersebut menarik wisatawan atau pengunjung untuk datang ke objek dan daya tarik agrowisata.
- c. *Kawasan sungai*. Masyarakat pedesaan kehidupannya akrab dengan sungai. Karena sungai dapat digunakan untuk kehidupan sehari-hari, seperti untuk pengairan sawah. Sehingga sungai sering diadakan

beberapa event, seperti event tradisional penangkapan ikan. Hal ini dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah sungai.

- d. *Kawasan danau* dan waduk Danau. Danau dan waduk dapat berfungsi sebagai objek dan daya tarik wisata agrowisata yang berkaitan dengan hasil ikan yang dipelihara baik di danau maupun di waduk. Upacara penangkapan ikan di danau maupun di waduk dapat menjadi daya tarik wisata apalagi bila ditambah dengan beberapa kegiatan, seperti memancing dan menjaring ikan. Dimana hasil dari memancing atau dapat dibeli wisatawan untuk dimasak dan dinikmati (Sastryuda, 2010).

#### 2.1.4 Potensi Agrowisata

Sub sektor pertanian yang dapat dikembangkan menjadi objek dan subjek agrowisata diuraikan sebagai berikut :

- a. Agrowisata perkebunan

Beberapa daya tarik perkebunan sebagai sumberdaya wisata antara lain: daya tarik historis, pemandangan alam yang indah serta berhawa segar, cara-cara tradisional dalam pola tanam, pemeliharaan, pengelolaan dan prosesnya, dan jenis tanaman langka. Untuk menciptakan unsur-unsur agrowisata perkebunan harus memperhatikan:

- (1) budidaya tanaman perkebunan yang mencakup pengelolaan tanah, pembibitan, pemeliharaan tanaman, pemetikan hasil (panen) dan
- (2) penataan kebun.

- b. Agrowisata tanaman bunga dan buah-buahan

(agrowisata hortikultura) Lingkup kegiatan wisata tanaman hortikultura yakni bunga, buah, sayur, dan jamu-jamuan. Berbagai proses kegiatan mulai dari prapanen, pasca panen berupa pengolahan hasil, sampai kegiatan pemasarannya dapat dijadikan obyek agrowisata. Unsur penting dalam menentukan agrowisata tanaman buahbuahan adalah lokasi dan manajemen produksi.

c. Agrowisata perikanan

Kegiatan perikanan yang memiliki potensi dikembangkan menjadi objek agrowisata adalah budidaya perikanan darat, budidaya tambak ikan, udang dan kegiatan perikanan laut. Saat ini yang agrowisata perikanan lebih cenderung dalam bentuk kegiatan memancing baik di kolam, sungai, danau dan laut.

d. Pengelolaan hasil pertanian (agroindustri)

Agroindustri merupakan kegiatan yang memanfaatkan pengelolaan hasil pertanian sebagai objek agrowisata dimana lebih ditujukan pada upaya untuk memberikan keterampilan penduduk dalam mengelola hasil pertaniannya menjadi bahan makanan sebagai jasa boga/kuliner khas daerah setempat yang selanjutnya dapat dijual sebagai cinderamata bagi wisatawan (Sastrayuda, 2010).

### 2.1.5 Daya Tarik Agrowisata

Daya tarik agrowisata merupakan keadaan yang dapat mendukung perkembangan obyek wisata, seperti pemandangan alam yang indah, atraksi budaya, aksesibilitas menuju obyek wisata, kondisi bangunan dan fasilitas lengkap, tempat rekreasi, keramah tamahan dan keamanan sekitar agrowisata.

Daya tarik obyek wisata dibedakan menjadi tiga (Hadiwijoyo, 2012) yaitu :

a) Obyek wisata alam

Obyek wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi \ serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya.

Contohnya : pengelolaan dan pemanfaatan taman nasional, taman wisata, taman hutan raya, dan taman laut.

b) Obyek wisata sosial budaya

Obyek wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai obyek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, kerajinan dan seni pertunjukan.

c) Obyek wisata minat khusus

Obyek wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai modivasi khusus.

Contohnya : agrowisata, wisata kesehatan.

### 2.1.6 Keindahan Alam

Keindahan merupakan sifat dan ciri dari orang, hewan, tempat, objek, atau gagasan yang memberikan pengalaman persepsi kesenangan, bermakna, atau kepuasan. Dalam pengertian yang lain diartikan sebagai keadaan yang enak dipandang, cantik, bagus, benar atau elok. Keindahan dipelajari sebagai sebagian dari estetika, sosiologi, psikologi, sosial, dan budaya. Sebuah “kecantikan yang ideal” adalah sebuah entitas yang dikagumi, atau memiliki fitur yang dikaitkan dengan keindahan dalam suatu budaya tertentu, untuk kesempurnaannya.



Keindahan dalam arti luas mengandung pengertian ide kebaikan, sedangkan, keindahan dalam arti terbatas mempunyai arti yang lebih disempitkan sehingga hanya menyangkut benda-benda yang dapat diserap dengan penglihatan, yakni berupa keindahan bentuk dan warna. Keindahan alam dapat dilihat dari pesona alam. Keindahan alam merupakan salah satu daya tarik wisata yang menjadikan wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata.

Agrowisata Paloh Naga memiliki keindahan alam yang menjadi daya tarik objek wisata yang tidak kalah dengan wisata lainnya. Seperti adanya hamparan sawah hijau, area persawahan yang luas, pertunjukan tari tradisional, sarapan pagi/pasar tradisional paloh naga (PTPN) dan gubuk berteduh, jadi atraksi utama yang langsung mampu menarik minat banyak pengunjung. Berfoto dengan latar belakang sawah hijau yang menyegarkan, berpadu dengan birunya langit, sungguh sangat instagenic. Yang tidak kalah dengan kecantikan area persawahan paling menawan di Thailand, Ban Pa Pong Piang. Sebagai wisata baru, pengembangan terus dilakukan oleh pihak pengelola. Nantinya , area wisata akan semakin dilengkapi dengan berbagai fasilitas. Seperti camping area, lodge, cafe hingga tracking area dll.

### **2.1.7 Kebersihan Tempat**

Kebersihan tempat merupakan hal penting yang perlu diperhatikan dalam suatu objek wisata, agar wisatawan yang berkunjung merasa nyaman. Sebagai tempat wisatawan yang menerima jasa pelayanan bukan hanya pelayanannya saja yang harus diutamakan namun juga kebersihan wisata harus tetap dijaga demi kenyamanan customer. Kebersihan seringkali menjadi salah satu masalah yang mengganggu di kawasan wisata, yang awalnya customer bisa

menikmati pemandangan yang indah tapi karena sampah keindahan tempat wisata pun jadi berkurang. Padahal setiap customer atau pengunjung menginginkan pelayanan terbaik dan memuaskan.

Saat ini objek wisata yang ada di Indonesia kurang terjaga, hal ini yang menyebabkan objek wisata sepi oleh wisatawan. Itu lah kenapamenjaga kebersihan di lingkungan wisata sangat penting agar pengunjung pun tidak komplain terhadap pihak pengelola. Karena seindah apapun view wisata tapi jika banyak sampah berserakan pasti akan mengurangi keindahan dan pastinya mengganggu kenyamanan setiap orang yang berkunjung. Namun juga harus di sadari untuk menjaga lingkungan tidak hanya pihak pengelola saja yang bertanggung jawab melainkan pengunjung juga ikut serta menjaga kebersihan lingkungan setiap sudut area wisata. Pentingnya menyadari dan menjaga kebersihan terhadap wisata karena kebersihan juga adalah sebagian dari iman.

### **2.1.8 Jarak dan Waktu Tempuh**

Jarak biasanya dikaitkan dengan jauh atau dekatnya suatu tempat. Jarak merupakan faktor pembatas yang bersifat alami, sekalipun arti pentingnya juga bersifat relatif sejalan dengan kemajuan kehidupan dan teknologi. Jarak berkaitan erat dengan arti lokasi dan upaya pemenuhan kebutuhan atau keperluan pokok (air, tanah subur, pusat pelayanan), pengangkutan barang dan penumpang. Oleh karena itu jarak tidak hanya dinyatakan dengan ukuran jarak lurus diudara tetapi dapat pula dinyatakan sebagai jarak tempuh baik yang dikaitkan dengan waktu perjalanan yang diperlukan maupun satuan biaya angkutan.

Waktu tempuh berhubungan dengan lama tidaknya wisatawan menuju suatu obyek wisata. Di era teknologi canggih sekarang ini waktu ini menjadi

persoalan untuk mengunjungi suatu obyek wisata. Jauh dekatnya suatu tempat selalu dikaitkan dengan waktu perjalanan yang diperlukan maupun biaya yang dikeluarkan. Semakin jauh tempat, waktu yang dibutuhkan akan semakin lama. Begitu juga sebaliknya semakin dekat suatu tempat, waktu diperlukan pun semakin cepat dan biaya yang dikeluarkan semakin sedikit.

Agrowisata Paloh Naga terletak di Denai Lama, Pantai Labu, Deli Serdang, Sumatera Utara. Akses menuju kampung wisata sangatlah mudah untuk dijangkau karena lokasi tidak jauh dari bandara kualanamu dan waktu digunakan hanya 1,5 jam saja dari kota Medan.

### **2.1.9 Manfaat Pengembangan Agrowisata**

Adapun manfaat pengembangan agrowisata yaitu : meningkatkan konservasi lingkungan, meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam, memberikan nilai rekreasi, meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan, dan mendapatkan keuntungan ekonomi. Berikut penjelasannya:

#### 1) Meningkatkan konservasi lingkungan

Nilai-nilai yang ditekankan pada pengelolaan Agrowisata yaitu keseimbangan ekosistem dan kemampuan daya dukung lingkungan. Agrowisata yang objeknya benar-benar menyatu dengan lingkungan diharapkan memiliki nilai-nilai existance effect pada lingkungannya karena area Agrowisata yang luas akan mempengaruhi cuaca bahkan iklim disekitarnya. Banyaknya pepohonan pada Agrowisata dapat menyerap kebisingan dan berfungsi untuk menahan cadangan air dan menjadikan udara segar dan nyaman.

#### 2) Meningkatkan nilai dan estetika alam.

Setiap pengembangan agrowisata harus mempertimbangkan secara mendalam terhadap komponen pendukung, seperti bangunan. Bangunan harus didesain sedemikian rupa agar menyatu dengan alam. Oleh karena itu dalam pengembangan agrowisata dibutuhkan perencanaan tata letak, arsitektur bangunan, lanskap yang tepat.

### 3) Memberikan nilai rekreasi

Sebagai tempat rekreasi, pengelola agrowisata dapat mengembangkan fasilitas lainnya yang dapat menunjang kebutuhan para wisatawan seperti sarapan pagi.

Pengembangan agrowisata sesuai dengan kafeabilitas, tipologi, dan fungsi ekologis lahan akan berpengaruh langsung terhadap kelestarian sumber daya lahan dan pendapatan petani serta masyarakat sekitarnya. Kegiatan ini secara tidak langsung akan meningkatkan persepsi positif petani serta masyarakat sekitarnya akan arti pentingnya kelestarian sumber daya lahan pertanian. Pengembangan agrowisata pada gilirannya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini. Manfaat yang dapat diperoleh dari agrowisata adalah melestarikan sumber daya alam, melestarikan teknologi lokal, dan meningkatkan pendapatan petani atau masyarakat sekitar lokasi wisata (Affandi L, 2017).

#### **2.1.10 Sisi Positif dan Sisi Negatif Agrowisata**

##### **A. Sisi positif Agrowisata**

Sisi positif pengembangan agrowisata adalah sebuah keuntungan, agrowisata peluang terhadap perluasan kesempatan berusaha bagi masyarakat



lokal (*diversification of lokal community*), kesempatan investasi kesadaran akan konservasi lingkungan. Sisi positif dari pengembangan agrowisata dapat dijabarkan sebagai berikut (Deptan, 2005).

Agrowisata pada prinsipnya merupakan kegiatan industri yang mengharapkan kedatangan konsumen secara langsung di tempat wisata yang diselenggarakan. Asset yang penting untuk menarik kunjungan wisatawan adalah keaslian, keunikan, kenyamanan, dan keindahan alam. Oleh sebab itu, faktor kualitas lingkungan menjadi modal penting yang harus disediakan, terutama pada wilayah-wilayah yang dimanfaatkan untuk dijelajahi para wisatawan. Menyadari pentingnya nilai kualitas lingkungan tersebut, masyarakat atau petani setempat harus diajak selalu menjaga keaslian, kenyamanan, dan kelestarian lingkungannya. Karena agrowisata termasuk kedalam wisata ekologi, (*ecco-tourism*), yaitu kegiatan perjalanan wisata dengan tidak merusak dan mencemari alam dengan tujuan untuk mengagumi dan menikmati keindahan alam, hewan atau tumbuhan liar dilingkungan alamnya serta sebagai sarana pendidikan. Oleh karena itu, pengelolaannya harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

- a. Pengaturan dasar alamnya, yang meliputi kultur atau sejarah yang menarik, keunikan sumberdaya biofisik alamnya,
- b. Nilai pendidikan, yaitu interpretasi yang baik untuk program pendidikan dari areal, termasuk lingkungan alamnya dan upaya konservasinya.
- c. Partisipasi masyarakat dan pemanfaatannya. Masyarakat hendaknya melindungi dan menjaga fasilitas atraksi yang digemari wisatawan, serta dapat berpartisipasi sebagai pemandu serta penyedia akomodasi dan makanan.

- d. Dorangan meningkatkan upaya konservasi. Wisata ekologi biasaya tanggap dan berperan aktif dalam upaya melindungi area, seperti mengidentifikasi burung dan satwaliar, memperbaiki lingkungan, serta memberikan penghargaan atau fasilitas kepada pihak yang membantu melindungi lingkungan.

## B. Sisi Negatif Agrowisata

Sisi negatif agrowisata sebaliknya, kerugian yang ditimbulkan, anantara lain penurunan kualitas lingkungan, terjadinya kesenjangan ekonomi serta perubahan sosial budaya yang negatif. Kaitannya dengan pengembangan agrowisata sebagai kerangka pengembangan masyarakat petani pada kehidupan yang lebih baik, maka diperlukan gerakan serentak (Sujipta, 2001) yang berupa:

1. Menjaga kelestarian lingkungan: pengembangan pariwisata harus memperhatikan kelestarian lingkungan karena jika lingkungan rusak mustahil parawisata bisa terus berkembang.
2. Pemanfaatan sumberdaya alam secara bijaksana: sumber daya alam yang ada bukan untuk dinikmati oleh generasi sekarang saja tetapi untuk anak cucu kita juga, dari sinilah diharapkan kita tidak melakukan eksploitasi alam dengan semena-mena.
3. Keseimbangan antara konsumsi dan produksi: berproduksi sesuai dengan permintaan pasar, bukan melakukan penawaran secara berlebihan sehingga tercipta kondisi *over suplay*, jika kondisi ini terjadi maka segala sesuatu akan bernilai rendah.
4. Peningkatan sumber daya manusia: jika sumber daya manusia tidak cakap, maka akan ada potensi dalam waktu panjang SDM yang ada akan terbusur

oleh SDM global yang lebih potensi dan kompeten, disini lah diperlukan pengembangan SDM secara terus-menerus.

5. Pemberantasan kemiskinan: program-program yang ditawarkan oleh pemerintah sebaiknya tidak hanya memberikan kemudahan bagi kapitalitas tetapi juga sebaiknya memperhatikan masyarakat petani yang sebagian besar tergolong miskin bahkan melarat.

Untuk menilai dampak potensial kegiatan pariwisata, Greed dan Hunter, 1993 (Arianto, 2003) meneliti tentang dampak negatif pada lingkungan budaya yang dibagi 6 komponen lingkungan yang akan rusak atau berubah, yaitu: (1) nilai dan kepercayaan, (2) moral, (3) prilaku, (4) seni dan kerajinan, (5) hukum dan ketertiban, (6) sejarah. Hartanto (1997), menambahkan daftar dampak negatif lainnya yang akan terjadi pada lingkungan binaan dan lingkungan alam, yaitu pada: (1) flora dan fauna, (2) folusi, (3) erosi, (4) sumber daya alam, (5) pemandangan.

## 2.2 Kepuasan

### 2.2.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah puas, merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang, dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Kepuasan konsumen/pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan yang diharapkan pelanggan (Amir,2005). Kotlet (2000) mengatakan harapan bahwa keputusan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja

produk yang ia rasakan dengan diharapkannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau dikonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse Dan Wilson dalam Nasution,2004)

Oliver (dalam Peter dan Olson,1996) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian. Westbrook dan Reilly (dalam Tjiptono,2005) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosiaonal terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli.

### **2.2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan**

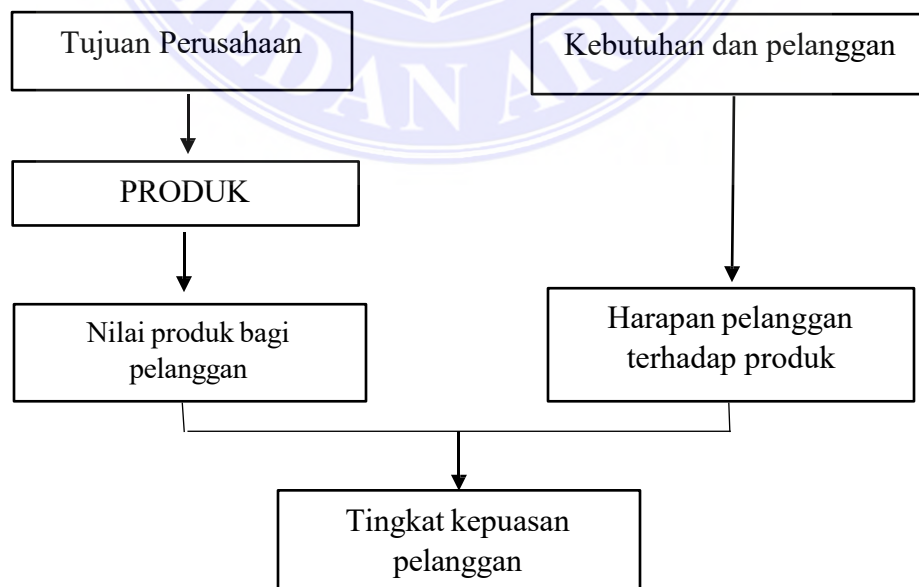
Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa perusahaan tertentu. Konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur (Tjiptono, 2000).

- 1) Kinerja (*performance*), karakteristik pokok dari suatu produk inti (*core produk*) yang dibeli.
- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.



- 4) Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- 5) Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
- 6) *Servicebility*, meliputi kecepatan, kompetensi kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 7) *Estetika*, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang dia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Berdasarkan Sumber Tjiptono (2000) Secara konseptual, konsep kepuasan pelanggan dapat digambarkan pada gambar 2. dibawah ini.



**Gambar 2. Konsep Kepuasan Pelanggan**

### 2.2.3 Strategi Kepuasan Pelanggan

Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan bukanlah hal yang mudah, kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu. Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan total dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Satu hal yang perlu diperhatikan saat ini adalah kepuasan pelanggan merupakan strategi panjang yang membutuhkan komitmen, baik yang menyangkut dana maupun menyangkut sumber daya manusia.

Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan diantaranya (Tjiptono, 2000).

1) *Relation marketing*

Dalam strategi ini hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai, dengan kemitraan jangka panjang diharapkan dapat terjadi bisnis ulangan (*repeat* bisnis).

2) *Super customer service*

Dalam strategi ini perusahaan berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul daripada yang diberikan oleh pesaingnya. Untuk mewujudkannya dibutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia dan usaha yang tidak pernah cepat puas dengan hasil yang telah dicapai.

3) *Unconditional Guarantee*

Strategi yang merupakan peningkatan kepuasan pelanggan, perusahaan jasa harus dapat mengembangkan terhadap *core service*-nya, misalnya dengan merancang generasi tertentu atau membuat pelayanan purna jual. Garansi ini dapat dibagi dua, yaitu:

- a) Garansi internal, yaitu jaminan atau janji yang diberikan suatu departemen atau divisi kepada pelanggan internalnya, yaitu pemrosesan lebih jauh dan setiap orang memanfaatkan hasil/jasa departemen tersebut.
- b) Garansi eksternal, merupakan jaminan yang dibuat oleh perusahaan kepada para pelanggan eksternalnya, yakni orang yang membeli dan menggunakan perusahaan.

#### 4) Penanganan keluhan yang efektif

Penanganan keluhan yang baik, dengan memberi peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi puas (atau bahkan menjadi pelanggan “abadi”).

### 2.3 Kepuasan Wisatawan

Dari pengertian para ahli tersebut diartikan bahwa kepuasan diartikan bahwa kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara kinerja produk yang dihasilkan dengan kinerja yang dirasakan oleh wisatawan. Jika berada di bawah harapan, wisatawan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, wisatawan puas, jika kinerja melebihi harapan, wisatawan amat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan terjadi setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang dibelinya. Pelanggan umumnya mengevaluasi pengalaman penggunaan suatu produk atau jasa untuk memutuskan apakah mereka akan menggunakan kembali produk atau jasa tersebut.

*Satisfaction* (kepuasan) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*factio*” (artinya melakukan atau membuat). Secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai „upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai“ (Tjiptono, 2008)

Menurut Tjiptono (2008) ada beberapa elemen kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Kualitas produk dan jasa, perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Biasanya perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat pelayanan pelanggan yang tinggi pula.
- b. Program promosi loyalitas, program promosi loyalitas banyak diterapkan untuk menjalin relasi antara perusahaan dari pelanggan. Biasanya program ini memberikan semacam „penghargaan“ atau khusus seperti bonus, voucher, diskon dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk atau jasa perusahaan kepada pelanggan yang rutin agar tetap loyal pada produk atau jasa perusahaan.
- c. Sistem penanganan keluhan. Penanganan komplain terkait erat dengan daya tarik wisata dan jasa yang dihasilkan benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak awal. Setelah itu, jika ada masalah perusahaan segera berusaha memperbaikinya lewat system penanganan komplain. Fakta menunjukkan bahwa kebanyakan pelanggan mengalami berbagai macam masalah, setidaknya berkaitan dengan konsumsi beberapa produk, waktu penyampaian, atau layanan pelanggan. Oleh sebab itu, setiap perusahaan harus memiliki system penanganan complain yang efektif.
- d. Garansi, strategi *unconditional guarantees*. Garansi dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan programkepuasan pelanggan. Garansimerupakan janji eskplisit yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan akan mereka terima.

- e. Harga, untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan, yang penting karena mereka akan mendapatkan value money yang tinggi. Namun bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, akan melihat hasil jasa yang disampaikan perusahaan tersebut sesuai harga yang mereka bayar.

Tjiptono dan Chandra (2011) mengajukan kerangka definisional untuk menyusun defisi kepuasan pelanggan yang sifatnya spesifik untuk konteks tertentu. Berdasarkan kerangka pelanggan definisional tersebut, kepuasan pelanggan adalah:

- a. Rangkuman berbagai intensitas respon efektif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami pelanggan harus didefinisikan secara eksplisit oleh peneliti.
- b. Dalam waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas. Peneliti harus menentukan waktu penentuan yang paling relevan dengan masalah penelitiannya dan mengidentifikasi kemungkinan durasi respon tersebut.
- c. Yang ditunjukkan bagi aspek penting dalam pemerolehan atau konsumsi produk. Peneliti harus mengidentifikasi fokus riset berdasarkan pertanyaan riset berdasarkan riset atau masalah manjerial yang dihadapi. Fokus ini bias luas maupun sempit cakupannya dalam hal isu atau aktivitas pemerolehan atau konsumsi produk.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksiharian yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk yang bersangkutan.



Apabila ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan berikut ini (Lupiyoadi, 2013):

- a. Memperkecil kesengajaan-kesengajaan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Contohnya, melakukan riset dengan metode fokus pelanggan (*customer focus*) yang mengedarkan kuesioner dalam beberapa periode untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan. Demikian juga, riset dengan metode pengamatan (*observasi*) bagi pegawai perusahaan tentang pelaksanaan pelayan.
- b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk di dalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, berperilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada. Misalnya, dengan metode curah gagasan/pendapat (*brainstorming*) dan *management by walking around* untuk mempertahankan komitmen pelanggan internal (pegawai).
- c. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dengan membentuk sistem keluhan dan saran, misalnya dengan *hotline* (panggilan nomor telepon) bebas pulsa.
- d. Mengembangkan dan menerakan *partnership accountable*, proaktif, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (akuntabel). Perusahaan kewaktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya (proaktif). Sementara itu, *partnership marketing* adalah pendekatan perusahaan dimana perusahaan membangun

kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan pasar.

Menurut Tjiptono (2014), ditengah beragamnya mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti mengenai objek pengukuran sebagai berikut:

a) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya ada dua bagian dalam proses pengukurannya. *Pertama*, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan bersangkutan. *Kedua*, menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan dan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.

b) Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan kedalam komponen-komponennya. Umumnya, proses semacam ini berdiri atas empat langkah. *Pertama*, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. *Kedua*, meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan. *Ketiga*, meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan *keempat*, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

c) Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectation*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak di ukur langsung, tetapi disimpulkan berdasarkan kesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

d) Minat Pembelian Ulang (*Repurchase Intent*)

Kepuasan pelanggan di ukur secara behavioral dengan cara menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

e) Kesiediaan untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk di analisis dan ditindaklanjuti.

f) Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang sering diteliti digunakan mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi complain, retur atau pengambilan produk, biaya garasi, *product recall* (penarikan kembali produk dan pasar), *gethok tular* negatif, dan *defections* (konsumen yang teralih ke pesaing).

## 2.4 Alat Analisis Data

Alat analisis yang digunakan untuk mengukur kesesuaian harapan dan kinerja atribut pelayanan guna mengetahui prioritas atribut yang harus segera diperbaiki yaitu skala likert untuk mengetahui skor variabel. Uji validitas dan uji reliabilitas suatu instrument penelitian sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data dapat dikatakan valid dan reliabel tidaknya dalam penelitian, sedangkan untuk

mengukur indeks kepuasan pengunjung Agrowisata Paloh Naga dilakukan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Memenuhi kepuasan pengunjung merupakan suatu hal yang perlu dilakukan terus menerus oleh pengelola wisata agar mampu bersaing dengan objek wisata lainnya. Kepuasan pengunjung Agrowisata Paloh Naga menjadi salah satu faktor yang digunakan dalam merumuskan Matriks SWOT menggambarkan bagaimana suatu usaha menghadapi peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

#### 2.4.1 Skala Likert

Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan partisipan dengan memberi skor numerik yang mencerminkan tingkat kesukaan, dan skor-skor ini dapat mengukur sikap partisipan secara keseluruhan. Langkah-langkah dalam menyusun skala likert adalah menetapkan variabel yang diteliti, menentukan indikator yang dapat mengukur variabel yang diteliti, menurunkan indikator tersebut menjadi pertanyaan (kuesioner). Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi positif sampai negatif. Item positif berarti angka terbesar diletakkan pada sangat tidak setuju.

#### 2.4.2 Uji Validitas

Uji validitas instrumen penelitian dapat dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, indikator dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung hasilnya lebih besar dari  $r$  tabel. (Sugiyono,

2016). Uji coba validitas instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan analisis *Product Moment Person*.

### 2.4.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada suatu instrument penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak, pada uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *Alpha Cronbach*. Apabila suatu variabel menunjukkan nilai Alpha Cronbach  $>0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur (Putri, 2015).

### 2.4.4 Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI merupakan suatu skala pengukuran yang menggambarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Menurut Aritonang (2005) CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk. Pengukuran terhadap CSI diperlukan karena hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran di tahun-tahun mendatang (Irawan, 2003). Cara menghitung indeks kepuasan konsumen (Aritonang, 2005), yaitu:

### 2.4.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat mengurangi kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).



Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan organisasi tersebut. Dengan demikian, perencana strategis harus memerhatikan faktor-faktor strategi organisasi yang dalam kondisi saat ini disebut dengan analisis situasi (Ismail, 2015).

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam tubuh perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan dan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

a. Kekuatan (*Strength*)

Menurut Perace Robinson, kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapasitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan, fasilitas, sumber daya

keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

c. Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu peluang.

d. Ancaman (*Treats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrument yang ampuh dalam melakukan analisis strategis, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

Fungsi dari analisis SWOT adalah untuk menganalisis mengenai kekuatan, kelemahan serta keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan atau usaha yang

dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal perusahaan, serta analisis mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal perusahaan ataupun usaha (Nisak, 2013).

Model lain yang dapat digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis pengembangan suatu usaha adalah dengan matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan bagaimana suatu usaha menghadapi peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, yaitu strategi SO, WO, ST dan WT. Dalam penelitian ini pengukuran variabel yang dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2014), pengukuran variabel pada penelitian ini menggunakan Skala Likert artinya pengukuran ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang terhadap suatu fenomena social. Skala Likert digunakan untuk mengukur penilaian responden terhadap indikator SWOT. Indikator SWOT menjadi salah satu tolak ukur dalam penyusunan pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner.

## **2.5 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru. Penelitian terdahulu berisi berbagai macam penelitian atau riset dari beberapa peneliti yang telah di publikasikan dalam bentuk buku, jurnal, skripsi, tesis, berita, atau informasi lainnya yang digunakan oleh peneliti sebagai media referensi dan pertimbangan dalam melakukan penelitian terkait dengan Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Agrowisata Di Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten

Deli Serdang. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dalam penelitian ini, yaitu;

Penelitian Sondak, E. (2017) “Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Tamboan Tomohon”. Tujuan penelitian ini adalah (1) mengukur tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan di obyek wisata sehingga dapat memperbaiki atau mengembangkan kualitas pelayanan lebih baik lagi, (2) mengidentifikasi kelebihan serta kekurangan apa saja yang harus di perbaiki atau di kembangkan untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Obyek Wisata Puncak Temboan. Penelitian dilakukan di Desa Rurukan Kota Tomohon, Kelurahan Tomohon Timur, Kota Tomohon. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden. Metode analisis yang dipakai untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan uji Validitas dan Reliabilitas terhadap variable-variabel yang akan di ukur. Penelitian ini menemukan: (1) Secara umum pengunjung objek wisata Puncak Temboan sudah puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola objek wisata Puncak Temboan yaitu pada tingkat 75.59 %; (2) Indikator kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dengan kinerja yang rendah dan masuk ke dalam kategori prioritas utama untuk ditingkatkan perlu mendapat perhatian yang lebih khusus dari pengelola. Indikator tersebut yaitu fasilitas fisik gedung yang baik dan memiliki daya tarik, kebersihan dalam lingkungan obyek

wisata,kebersihan toilet yang ada dalam kawasan obyek wisata dan sikap yang dimiliki petugas (ramah,sopan dan murah senyum).

Penelitian Mutiara (2022) “Kepuasan Pengunjung Terhadap Pelayanan Di Kusuma Agrowisata Kota Batu” Kota Batu merupakan salah satu kota yang memiliki potensi besar dalam pengembangan agrowisata. Salah satu tempat wisata yang terkenal di Kota Batu adalah PT. Kusuma Agrowisata, merupakan jenis wisata yang memanfaatkan usaha pertanian (agro) sebagai obyek wisata dan memadukan antara kegiatan pertanian dan kegiatan wisata. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis deskriptif kualitatif, yang diperoleh disederhanakan dalam bentuk tabulasi, kemudian diolah secara komputerisasi dengan menggunakan SPSS (Statistical Program For Social Science). lalu dianalisis dengan CSI dan dideskripsikan dengan diagram Kartesius. Hasil analisis yang menunjukkan bahwa sebanyak 52,0% pengunjung menganggap sangat puas dengan tempat wisata yang sangat mudah dijangkau, sebanyak 58,0% yang memberi penilaian harga wisata itu puas, sebanyak 42,0% pengunjung memberi penilaian produk wisata cukup baik, sebanyak 38,0% memberi penilaian promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola cukup puas di PT. Kusuma Agrowisata cukup puas. Dari hasil tersebut didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,88 yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung memilih cukup puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh pihak pengelola.

Penelitian Wahyu at all (2020) yang berjudul “Analisis Kepuasan Terhadap Kepercayaan Pengunjung Agrowisata Edukasi Sentulfresh” penelitian ini mencoba mengkaji kepuasan dan kepercayaan pengunjung Sentulfresh yang



dilihat dari kinerja bauran pemasaran yang dimilikinya. Awal kajian dilakukan dengan gambaran umum karakteristik pengunjung Sentulfresh dan tahap pengambilan keputusannya mengunjungi Sentulfresh. Selanjutnya dilakukan data analisis dengan metode analisis *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) yang bertujuan untuk mengetahui kinerja tujuh bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan pengunjung Sentulfresh. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) juga dilakukan dengan menggunakan hasil perhitungan pada metode SEM-PLS, dan diakhiri dengan perumusan implikasi manajerial guna meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pengunjung Agrowisata Edukasi Sentulfresh. Hasil penelitian menunjukkan hanya bauran pemasaran price saja yang berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan dan kepercayaan pengunjung Sentulfresh. Hasil perhitungan CSI menunjukkan tingkat kepuasan pengunjung Sentulfresh berada pada tingkat “puas”.

Penelitian Fitria (2019) yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Fasilitas Wisata di Dam Raman Desa Purwoasri Kecamatan Metro Utara Kota Metro”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap fasilitas di Wisata Dam Raman di kota Metro. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling. Jumlah dalam penelitian ini adalah 30 pengunjung wisata Dam Raman ditentukan berdasarkan ciri-ciri usia diatas 15 tahun, tidak sedang sakit jiwa (orang normal). Yang ditentukan dengan menggunakan teknik Sampling aksidental Analisis yang dilakukan dengan menggunakan Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) *Customer*

*Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung terhadap fasilitas wisata di Desa Purwoasri Kecamatan Metro Utara Kota Metro tergolong puas. Hal ini terlibat dari perhitungan *Customer Satisfaction index* (CSI) bahwa nilai index kepuasan pengunjung sebesar 68.36 persen (0.68.36). Nilai ini berada pada rentang indexs kepuasan antara 0.66 – 0.80 yang berarti pengunjung puas terhadap fasilitas wisata yang ada pada variabel-variabel fasilitas wisata yang memiliki fasilitas yang baik dan telah berhasil memuaskan para pengunjung.

Penelitian Fuadatinnisa (2018) “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Buah Jeruk Agrowisata Petik Jeruk Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang”. Penelitian ini membahas tentang kepuasan konsumen yang ditinjau dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja di Agrowisata Petik Jeruk Desa Selorejo, Kecamatan Dau. Tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis sejauh mana tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan terhadap tingkat kinerja Agrowisata Petik jeruk Desa Selorejo, Kecamatan Dau. (2) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk buah jeruk Agrowisata Petik jeruk Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Alat analisis yang digunakan adalah aplikasi SPSS 16,0 dan Microsoft Excel dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*). Berdasarkan nilai indeks kepuasan pengunjung diperoleh nilai sebesar 0,788 atau 78,8% dimana nilai ini berada pada range 0,66-0,80. Secara keseluruhan nilai ini menunjukkan bahwa pengunjung dikatakan puas terhadap tingkat kinerja Agrowisata Petik jeruk ditinjau dari atribut-atribut yang telah diuji.

Penelitian Suwardhana Adyaksa (dkk) tahun 2016 "Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Analisis SWOT Di Unit Usaha Agro Mandiri. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kondisi internal dan eksternal untuk berkembang dan merekomendasikan strategi pengembangan bisnis di Agro Mandiri. Penelitian ini dilakukan di Agro Mandiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dan wawancara mendalam dengan menggunakan kuesioner pendampingan. Data hasil survei dan wawancara dianalisis untuk mendapatkan rumusan strategi dengan menggunakan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT). Penilaian pembobotan dan pemeringkatan dilakukan oleh 5 orang ahli. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 3 kekuatan, 6 kelemahan, 4 peluang, dan 3 ancaman. Hasil pembobotan dan penilaian rating sebesar 3,65 untuk *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan 3,29 untuk *External Factor Evaluation* (EFE). Nilai tersebut menunjukkan aposisi kuat dalam *matriks Internal External* (IE) dengan strategi yang harus dilakukan secara intensif dan strategi integratif. Berdasarkan matrik analisis SWOT, terdapat 4 alternatif strategi dengan 7 program yang akan digunakan untuk mengembangkan agrowisata Agro Mandiri.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian ini berada di Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja karena berdasarkan pertimbangan bahwasannya Agrowisata Paloh Naga merupakan wisata yang masih berkembang dan lumayan terkenal di Daerah Deli Serdang ataupun sekitarnya. Pengumpulan data dilakukan dilokasi penelitian pada bulan Januari – Februari 2023.

#### 3.2 Metode Pengambilan Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah responden yaitu para pengunjung Agrowisata Paloh Naga. Pemilihan sampel responden pengunjung wisata menggunakan sampel tanpa peluang (*non-probability sampling*), yaitu dengan teknik *accidental sampling* (teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan saja). Responden yang dijadikan penelitian adalah responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap memenuhi kriteria. Menurut Sugiyono (2016), Metode *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Responden yang di jadikan sampel bersedia diwawancarai dengan mengisi seluruh pertanyaan kuesioner dengan panduan kuesioner yang telah disediakan dan memenuhi persyaratan penelitian. Persyaratan untuk responden penelitian

adalah





pengunjung dengan usia minimal 17 tahun yang telah mengunjungi atau beberapa kali melakukan kunjungan di Agrowisata Paloh Naga.

Populasi penelitian ini adalah total dari rata-rata jumlah pengunjung perminggunya. Jumlah seluruh pengunjung Agrowisata Paloh Naga sebanyak 2.123 pengunjung. Berikut data jumlah pengunjung Agrowisata Paloh Naga perminggunya pada tahun 2021;

**Tabel 4. Jumlah Pengunjung Agrowisata Paloh Naga 2021**

Bulan	Tiket Terjual	Jumlah Pengunjung/Bulan	Rata-Rata Pengunjung Perminggu
Januari	5.515	11.029	368
Februari	4.339	8.678	289
Maret	3.652	7.303	243
April	2.267	4.533	151
Mei	1.560	3.120	104
Juni	1.708	3.416	114
Juli	1.651	3.301	110
Agustus	1.767	3.533	118
September	2.336	4.671	156
Oktober	2.291	4.581	153
November	2.370	4.739	158
Desember	2.391	4.781	159
<b>Total</b>	<b>31.843</b>	<b>63.685</b>	<b>2.123</b>

*Sumber: Data Primer Kantor Desa, 2021*

Menurut Multiyaningsih (2013:10) sampel adalah cuplikan atau bagian dari populasi. Peneliti boleh ngambil sebagian populasi saja untuk di teliti meskipun hasil penelitian akan berlaku untuk semua populasi.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin karena dalam pengambilan sampel, jumlah sampel harus *representative*. Rumus

slovin digunakan untuk menggunakan ukuran sampel minimal jika diketahui ukuran populasi pada taraf signifikansi 15% dengan rumus sebagai berikut;

$$n = \frac{N}{1 + N(a)^2}$$

keterangan :

n = sampel

N = populasi

a = nilai presisi 2.123 atau (sig 0,15)

sehingga sampel untuk penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(a)^2}$$

$$n = \frac{2.123}{(1 + (2.123 \times 15\%^2))}$$

$$n = \frac{2.123}{1 + (2.123 \times 0,15^2)}$$

$$n = \frac{2.123}{(1 + (2.123 \times 0,0225))}$$

$$n = \frac{2.123}{1 + 48}$$

$$n = \frac{2.123}{49}$$

$$n = 43 \text{ responden}$$

Sehingga, sampel yang di ambil adalah sejumlah 45.

Sampel tersebut diantaranya adalah ;

1. Kepala desa berperan sebagai motivator dalam pengembangan kapasitas petani secara langsung hadir dalam pertemuan kelompok untuk memotivasi menerima keluhan permasalahan yang dihadapi agrowisata Paloh Naga, sebagai fasilitator dengan memberikan dana simultan bagi kelompok agrowisata, dan sebagai mobilisator dengan cara menggerakkan gotong-royong pembersihan dan pembangunan. Untuk itu dibutuhkan

motivasi, fasilitasi, dan mobilisasi Kepala Desa yang inovatif dan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada.

2. Ketua Pengurus Agrowisata berperan membantu Kepala Desa untuk bertanggung jawab mengembangkan dan mengurus agrowisata yang sesuai dengan potensi desa dalam mencapai tujuan. Dan,
3. Pengunjung Agrowisata yang berjumlah 43 responden yaitu berperan sebagai seseorang yang memberikan pendapat kepada pihak agrowisata guna untuk mengembangkan agrowisata tersebut.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi secara langsung terhadap pengunjung Agrowisata Paloh Naga. Menurut Sugiyono (2018) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

Data sekunder menurut Sugiyono (2016) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui oranglain atau lewat dokumen.

#### **3.3.1 Observasi**

Menurut widoyoko (2014) observasi merupakan “pengamatan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian”. Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data atau informasi

yang lebih lengkap, dalam, dan terperinci sehingga dapat diperoleh gambaran akan suatu penjelasan dan kesimpulan yang memadai. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk mengamati pengunjung yang datang ke agrowisata Paloh Naga secara langsung, guna mengetahui pendapat pengunjung terhadap puas tidaknya pada kualitas, fasilitas, dan harga pada agrowisata Paloh Naga.

### 3.3.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2018), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (interview) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewer) untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait data yang menunjang penelitian.

Wawancara ini dilakukan kepada beberapa narasumber, yaitu Kepala Dusun, Ketua Pengurus, dan pengunjung Agrowisata Paloh Naga. Peneliti melakukan wawancara kepada Kepala Dusun untuk mengetahui dampak positif dan negatif pada Agrowisata Paloh Naga sedangkan peneliti melakukan wawancara kepada Ketua Pengurus untuk mendapatkan sebuah informasi mengenai perkembangan Agrowisata Paloh Naga, dan wawancara juga dilakukan kepada pengunjung dengan cara tanya-jawab kepada responden mengenai kepuasan konsumen terhadap Agrowisata Paloh Naga secara langsung. Wawancara dengan pengunjung dilakukan dalam sebulan dibagi menjadi 3 bagian yaitu;

- 1) Minggu pertama peneliti mengambil responden sebanyak 15 orang, dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu. Peneliti melakukan wawancara dengan teknik *accidental sampling* (teknik pengambilan sampel dengan

kebetulan saja). Sebagian kuisoner peneliti wawancarai secara langsung dan sebagian kuesioner disebarkan agar waktu yang digunakan maksimal. Pengunjung yang datang juga ingin menikmati suasana agrowisata Paloh Naga jadi peneliti harus bisa memanfaatkan waktu dengan baik.

- 2) Minggu kedua peneliti melakukan hal yang sama, mewawancarai pengunjung yang datang sebanyak 15 orang. Responden yang di jadikan sampel bersedia diwawancarai dengan mengisi seluruh pertanyaan kuisoner dengan panduan kuisoner yang telah disediakan.
- 3) Minggu ke tiga peneliti mewawancarai responden sebanyak 13 orang dengan teknik yang sama. Cara peneliti mencari responden untuk diwawancarai agar tidak menolak, peneliti terlebih dahulu mengutamakan pengunjung yang sudah lama datang berkunjung. Responden yang dimintai pendapat kebanyakan berprofesi sebagai dosen sehingga mereka paham apa yang peneliti inginkan. Mereka sangat membantu saya dalam mengisi kuisoner agar segera selesai.
- 4) Minggu ke empat saya berkunjung kembali untuk mewawancarai kekurangan data responden yang tidak lengkap, seperti data yang kurang lengkap di minggu sebelumnya guna meminalisir agar data yang saya peroleh valid. Sehingga 43 responden saya teliti selama sebulan agar data yang saya dapat memuaskan.

### 3.3.3 Kuesioner

Menurut Suharsimi Arikunto (2014) menyatakan bahwa “angket atau pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti



laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui” Kuesioner berisi daftar pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan penelitian yang akan diberikan kepada responden. Jenis kuesioner yang akan digunakan adalah kuesioner tertutup dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban yang telah disediakan dengan Skala Likert yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap pernyataan yang dikemukakan. Pada pengukuran aspek kepuasan konsumen terhadap atribut dengan menggunakan Skala Likert keterangan sebagai berikut;

- 1) Skor 5 untuk jawaban Sangat Puas (SP)
- 2) Skor 4 untuk jawaban Puas (P)
- 3) Skor 3 untuk jawaban Cukup Puas (CP)
- 4) Skor 2 untuk jawaban Tidak Puas (TP)
- 5) Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Puas (STP)

#### **3.3.4 Dokumentasi**

Dokumentasi menurut Sugiyono (2018) yaitu suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupalaporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Metode dokumentasi adalah bahan bukti/pendukung bagi peneliti pada saat dilapangan seperti rekaman, gambar, dokumen serta catatan. Untuk teknik dokumentasi yang peneliti lakukan agar dapat menjadi bukti suatu penelitian. Seperti contoh dibawah merupakan salah satu bukti peneliti turun kelapangan untuk melakukan wawancara langsung kepada pengunjung.



**Gambar 3. Dokumentasi Penelitian**

*Sumber: Data Primer, 2023.*

### **3.4 Metode Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2017) Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Metode analisis data bagian dari proses analisis dimana data primer dan data sekunder yang dikumpulkan lalu di proses untuk menghasilkan kesimpulan dalam pengambilan keputusan. Dalam penelitian yang saya lakukan menggunakan metode kuantitatif dengan tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 yaitu analisis Uji Validitas, Uji Reabilitas, *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Strenght, Weakness, Oppurtunities* dan, *Threats* (SWOT). Menganalisis identifikasi masalah yang pertama yaitu menggunakan uji validitas, uji reabilitas, dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) guna mengetahui berapa besar kepuasan pengunjung terhadap agrowisata paloh naga. Untuk menganalisis identifikasi masalah kedua menggunakan analisis *strenght, weakness, oppurtunities, dan threats* (SWOT) guna mengetahui kelebihan serta kelemahan pada agrowisata paloh naga.

#### **3.4.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, untuk suatu kuesioner

dapat



dikatakan valid jika suatu pernyataan atau item pada kuesioner mampu mengungkap suatu yang akan diukur terhadap kuesioner tersebut. Dalam uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 maka indikator dari variabel penelitian tersebut dapat dikatakan valid (Khaerunnisa, 2020).

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Di mana :

- $r$  = Koefisien Korelasi  
 $n$  = Jumlah responden atau sampel  
 $\sum x$  = Jumlah jawaban variabel X  
 $\sum y$  = Jumlah jawaban variabel Y

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016), Reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrument penelitian. Instrument yang *reliabel* adalah instrumen yang apabila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas akan dapat menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden yang terdapat pada kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan dengan menguji butir pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya. Reliabilitas suatu konstuk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih besar ( $>$ ) 0,60.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_X} \right)$$

Di mana :

- $r$  =Koefisien Korelasi  
 $n$  =Jumlah responden atau sampel  
 $S_j$  =Varians responden untuk item  
 $S_x$  =Jumlah varians skor total

### 3.4.3 Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI merupakan suatu skala pengukuran yang menggambarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Menurut Aritonang (2005) CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk. Pengukuran terhadap CSI diperlukan karena hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran di tahun-tahun mendatang (Irawan, 2003). Cara menghitung indeks kepuasan konsumen (Aritonang, 2005), yaitu:

Perhitungan dilanjutkan dengan pengukuran kepuasan konsumen dengan metode *Customer Satisfaction Index*, tahapan yang pertama adalah menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap atribut, dengan rumus;

- a) Menentukan Mean Importance Score (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS):

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

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

Keterangan :

n = Jumlah responden

Y<sub>i</sub> = Nilai harapan atribut ke-i

X<sub>i</sub> = Nilai kepentingan ke-i

Tahap kedua adalah menghitung *Weight Factors* (WF). Bobot ini merupakan persentase nilai MIS seluruh atribut.

- b) Menghitung *weighted Factor* (WF), dengan rumus:

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



Keterangan :

P = Jumlah atribut kepentingan

I = atribut ke-i

Selanjutnya menghitung *Weight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara *Weight Factors* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan (*Mean Satisfaction Score* = MSS).

c) Menghitung *Weighting Score* (WS), rumus:

$$WS_i = WF_i \times MSS_i$$

Keterangan :

I = Atribut ke-i

Langkah terakhir yaitu menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI), dengan rumus :

d) Menentukan CSI, dengan rumus:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100 \%$$

Keterangan:

n = jumlah responden,

Y<sub>i</sub> = nilai kepentingan atribut ke i

X<sub>i</sub> = nilai harapan atribut ke i

P = atribut ke - p

HS = skala maksimum yang digunakan (skala 5). Berdasarkan Simamora (2004), untuk membuat skala linier numerik, pertama-tama kita cari rentang skala (RS):

$$Rs = \frac{m-n}{b}$$

Dimana:

m = Skor tertinggi

n = Skor terendah

b = Jumlah kelas yang dibuat

Rs = Rentang skala

Pada penelitian ini, rentang skalanya adalah:

$$Rs = \frac{100-0}{5} \times 100\% = 20\%$$

Sehingga kriteria kepuasannya adalah sebagai berikut ;

**Tabel 5. Nilai dan Kriteria CSI**

<u>Nilai CSI</u>	<u>Kriteria CSI</u>
$0% < CSI \leq 20%$	Sangat tidak puas
$20% < CSI \leq 40%$	Tidak puas
$40% < CSI \leq 60%$	Cukup puas
$60% < CSI \leq 80%$	Puas
$80% < CSI \leq 100%$	Sangat puas

Sumber: Nurmalina dan Astuti, 2012

Metode analisis selanjutnya untuk menjawab identifikasi masalah kedua adalah dengan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Oppourtunity, and Threat*) mengetahui kelebihan dan kelemahan agrowisata yang harus diperbaiki dan dikembangkan sebagai guna peningkatan kepuasan.

#### 3.4.4 Analisis SWOT

Fungsi dari analisis SWOT adalah untuk menganalisis mengenai kekuatan, kelemahan serta keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan atau usaha yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal perusahaan, serta analisis mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal perusahaan ataupun usaha (Nisak, 2013).

Model lain yang dapat digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis pengembangan suatu usaha adalah dengan matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan bagaimana suatu usaha menghadapi peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, yaitu strategi SO, WO, ST dan WT. Berikut adalah penjabaran dari bentuk matriks SWOT menurut Rangkuti (1997):

Keterangan:

1. Strategi S-O merupakan strategi yang mengkombinasikan strengths dan opportunities. Perusahaan dapat menggunakan kekuatannya untuk memanfaatkan peluang yang ada.
2. Strategi W-O Strategi W-O merupakan strategi yang mengkombinasikan weaknesses dan opportunities. Perusahaan dapat meminimalkan kelemahannya untuk memanfaatkan peluang yang ada.
3. Strategi S-T merupakan strategi yang mengkombinasikan strengths dan threats. Perusahaan dapat menggunakan kekuatannya untuk meminimalkan kemungkinan ancaman yang akan terjadi dimasa depan.
4. Strategi W-T merupakan strategi yang mengkombinasikan weakneesses dan threats. Perusahaan dapat menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahannya dan menghindari ancaman yang mungkin terjadi di masa yang akan datang.

Gambar 4. Matriks SWOT

OT SW	<i>STRENGTHS (S)</i>	<i>WEAKNESSES (W)</i>
<i>OPPORTUNITIES (O)</i>	<p><b>Strategi S-O</b> Ciptakan strategi dengan menggunakan seluruh kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya</p>	<p><b>Strategi W-O</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada</p>
<i>THREATS (T)</i>	<p><b>Strategi S-T</b> Ciptakan strategi untuk mengatasi ancaman menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan</p>	<p><b>Strategi W-T</b> Ciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang mungkin terjadi</p>

### 3.5 Definisi Overasional Variabel

Definisi Operasional masing-masing variable dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh agrowisata dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Adapun kualitas agrowisata paloh naga yaitu bagaimana penataan lokasi wisata, kebersihan lingkungan wisata, pemeliharaan lokasi wisata, kelayakan/kebersiahan toilet umum, kerbersihan musholla, keamanan parkir, spot foto, keadaan saung, kenyamanan tempat duduk, rasa/pelayanan tempat kuliner, kebersihan tempat kuliner, pelayanan kantor wisata yang tersedia, dan puas dengan kualitas yang disediakan pada agrowisata paloh naga.
2. Fasilitas merupakan sarana dan prasaran yang terdapat di agrowisata, yaitu dengan adanya toilet umum yang disediakan, musholla, parkir, gajebo, pondok, bangku umum, pertunjukan/hiburan, tempat sampah, kuliner/kantin, spot foto, dan keamanan fasilitas wisata yang tersedia.

3. Harga adalah nominal berupa rupiah yang harus dibayarkan pengunjung untuk membeli atau menukarkan keinginan mereka misalnya bagaimana dengan harga tiket yang disediakan, harga parkir, harga kuliner/kantin yang disediakan, harga toilet yang ada diwisata , dan harga gajebo yang disediakan oleh pihak pengelola.
4. Tingkat kepuasan didefenisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dan dibandingkan dengan harapannya.





## BAB IV

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

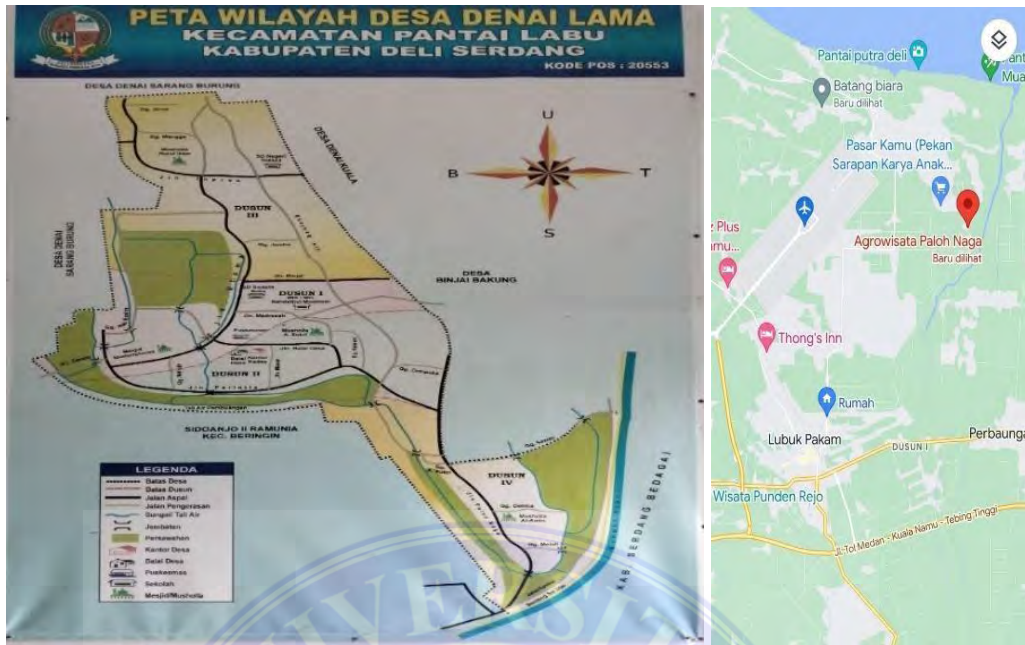
#### 4.1 Gambaran Umum Desa Denai Lama

Desa Denai Lama merupakan salah satu dari 19 (sembilan belas) desa yang ada di Kecamatan Pantai Labu. Pada umumnya setiap desa memiliki sejarah atau asal usul berdirinya desa yang berbeda, begitu pula dengan Desa Denai Lama. Menurut keterangan dari orangtua atau tokoh-tokoh masyarakat desa. Denai Lama sudah ada sejak zaman Kolonial belanda, yang pada waktu itu Desa Denai Lama masih disebut dengan nama Kampoeng Lama dan Pimpinannya disebut dengan sebutan Kepala Kampoeng dengan masa akhir jabatan beliau sampai tahun 1915. Lalu pada tahun 1915 s/d 1935 di pimpin oleh Pengulu Suwarjo yang di kenal dengan Gelar Pengulu Kumis. Kemudian pada tahun 1935 s/d 1945 di pimpin oleh Bapak Yahya beliau yang berdomisili di Pantai Labu, karena pada waktu itu tidak ada yang mau menjabat sebagai Kepala Kampoeng di Kampoeng Lama. Pada tahun 1945 di pimpin oleh Pengulu Agus Salim, beliau mengundurkan diri dikarenakan tidak sanggup dan bertahan menjabat satu tahun saja. Berhubung kekosongan pengulu dan tidak ada yang menjabat maka di angkatlah Bapak Sastro untuk mulai menjabat pada tahun 1945 sampai tahun 1965. Mengingat adanya peraturan pemerintah pada waktu itu bahwa apabila kepala desa sudah menjabat 2 periode tidak bisa mencalonkan lagi menjadi kepala desa. Tahun 2016 diadakan pemilihan Kepala Desa yang diikuti oleh 2 peserta yaitu Bapak Rahmono dan Bapak Parnu yang di menangkan oleh Bapak Parnu dan beliau menjabat dari tahun 2016 s/d 2021.

Desa Denai Lama menempati luas wilayah 123,37 ha yang terdiri dari 4 (empat) dusun. Jarak desa ke Ibukota Kabupaten sejauh 12,00 km, jarak ke Ibukota Kecamatan sejauh 8,00 km dan jarak Ibukota Provinsi sejauh 30,00 km. Desa Denai Lama saat ini berada di sebelah timur Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang yang berbatasan langsung Sebelah Utara, berikut merupakan batas-batas wilayah;

- 1) Sebelah Utara dengan Desa Denai Sarang Burung Kecamatan Pantai Labu.
- 2) Sebelah Selatan dengan Desa Sidoarjo II Ramunia Kecamatan Beringin.
- 3) Sebelah Barat dengan Desa Denai Sarang Burung Kecamatan Pantai Labu.
- 4) Sebelah Timur dengan Desa Binjai Bakung Kecamatan Pantai Labu dan Kabupaten Serdang Bedagai yang dibatasi dengan sungai ular.

Agrowisata Paloh Naga merupakan bagian dari Desa Wisata Kampoeng Lama yang terletak di Kab. Deli Serdang. Akses jalan menuju kampung wisata sangatlah mudah untuk dijangkau, dengan kondisi jalan yang baik dan layak serta petunjuk jalan yang jelas. Hanya saja tidak ada kendaraan umum yang beroperasi langsung menuju lokasi wisata ini dari Ibukota Kecamatan Pantai Labu. Lokasi wisata ini tidak jauh dari Bandara Kualanamu dan memakan waktu sekitar  $\pm 1,5$  jam dari kota Medan. Rata-rata jarak tempuh pengunjung Agrowisata Paloh Naga sekitar  $\pm 32$  meter dan memakan waktu sekitar  $\pm 50$  menit. Berikut merupakan Peta Wilayah Desa Denai Lama sebagai berikut;



**Gambar 6. Peta Desa Denai Lama**

*Sumber : Kantor Desa Denai Lama*

Jumlah penduduk di Desa Denai Lama adalah 3.515 jiwa dengan kepadatan penduduk di Desa Denai Lama sebanyak 1.190,03 per KM. Jumlah penduduk terbanyak terdapat di Dusun I yaitu sebanyak 1.118 jiwa, sedangkan penduduk paling sedikit berada di Dusun IV yaitu 621 jiwa. Jumlah penduduk Desa Denai Lama jenis kelamin laki-laki lebih banyak di bandingkan dengan jenis kelamin perempuan. Pada tahun 2022 jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1.788 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 1.727 jiwa. Berikut merupakan jumlah penduduk Desa Denai Lama pada tahun 2022.

**Tabel 6. Jumlah penduduk Desa Denai Lama pada tahun 2022**

Kelurahan/Desa	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Dusun I	565	553	1118
Dusun II	546	516	1062
Dusun III	358	356	714
Dusun IV	319	302	621
<b>Desa Denai Lama</b>	<b>1788</b>	<b>1727</b>	<b>3515</b>

*Sumber : Data Sekunder, 2022.*

Dapat dilihat pada tabel 8 Bahwa jumlah keseluruhan penduduk Desa Denai Lama pada tahun 2022 adalah sebesar 3.515 jiwa. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah penduduk Desa Denai Lama yang berjenis kelamin laki-laki tersebut sebanyak 1.788 jiwa dan penduduk berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 1.727 jiwa. Jumlah penduduk terbanyak berada di Dusun I dan yang paling sedikit di Dusun IV. Desa yang memiliki 4 (empat) dusun ini terdiri dari mayoritas suku melayu dan jawa, di mana suku yang terbanyak yaitu suku Jawa dengan jumlah 2.969 jiwa untuk jenis kelamin laki-laki sebanyak 1.562 dan jenis kelamin perempuan yaitu 1.407 jiwa.

Desa Denai Lama menepati area seluas 123,37 Ha, luas ini sudah termasuk dari ke 4 (empat) dusun yang ada di Desa Denai Lama. Desa Denai Lama ini umumnya lahan tanah sawah yang lebih luas yaitu seluas 68,13 ha, yang dimana luas ini sudah termasuk pemukiman dan pekarangan. Luas areal pemukiman terdapat 42,00 ha dan pekarangan seluas 26,13 ha. Berikutnya luas tanah perkebunan seluas 50,00 ha, yang terdapat pada tanah perkebunan perorangan. Selanjutnya fasilitas umum dengan luas 5,24 ha dengan penggunaan yang terdiri dari perkantoran pemerintah seluas 0,60 ha, tempat pemakaman seluas 0,05 ha, tempat pembuangan sampah seluas 0,20 ha, bangunan sekolah 0,64 ha, dan jalan seluas 3,75 ha.

**Tabel 7. Luas Areal Desa Denai Lama**

No	Penggunaan	Luas
1	Luas tanah sawah	0,00 Ha
2	Luas tanah kering	68,13 Ha
3	Luas tanah basah	0,00 Ha
4	Luas tanah perkebunan	50,00 Ha
5	Luas fasilitas umum	5,24 Ha
6	Luas tanah hutan	0,00 Ha
<b>Total Luas</b>		<b>123,37 Ha</b>

*Sumber : Data Dari Kantor Kepala Desa Denai Lama*



Desa Denai Lama merupakan kawasan yang meliputi persawahan dan perkebunan. Lahan persawahan sebanyak 50,00 ha, sehingga dari data tersebut masyarakat Desa Denai Lama lebih mendominasi adalah sektor petani dan buruh. Masyarakat di dorong menjadi petani milenial, karena peran petani dalam sektor pertanian sangat diharapkan. Empat tahun lalu, ekonomi Desa Denai Lama hanya di topang pertanian sawah. Kini, Desa Denai Lama menjadi Desa wisata yang menyejahterakan ratusan keluarga. Sebelum adanya Desa Wisata masyarakat hanya bergantung pada sawah. Mengingat ekonomi desa, tutur Bapak Parnu selaku Kepala Desa ia bersama warganya bergegas mengembangkan dan meningkatkan ekonomi desa dengan modal suasana desa yang asri, hamparan sawah, hasil kerajinan tangan, dan terutama kegiatan kesenian yang sudah maju di sanggar lingkaran. Mata pencaharian sebagai buruh tani merupakan profesi yang sangat sulit untuk masa sekarang maka harus di imbangin denga usaha-usaha di sektor lainnya.

#### **4.2 Profil Agrowisata Desa Denai Lama**

Agrowisata Desa Denai Lama merupakan salah satu kegiatan yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai bagian dari objek wisata, baik dari potensi pemandangan alam, maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertanian serta budaya masyarakat petaninya. Desa Wisata pertama yang ada di Kabupaten Deli Serdang ini merupakan inisiatif Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata. Desa Wisata ini diresmikan pada tanggal 20 Januari 2019, oleh Bupati Deli Serdang yaitu Bapak H. Azhari Tambunan dan turut di hadiri oleh pejabat-pejabat setempat.



Desa Wisata ini dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), pembangunan sarana dan prasarananya bersumber dari dana desa dan partisipasi BUMD yang ada di Kabupaten Deli Serdang. Tujuan dari terbentuknya Desa Wisata Denai Lama ini untuk memajukan perekonomian masyarakat sekitar, dengan adanya dana desa Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dapat berupaya melakukan pengembangan agrowisata pedesaan yang memanfaatkan potensi darilahan pertanian, dan melibatkan masyarakat pedesaan, yang dapat berfungsi sebagai pemberdayaan masyarakat yang berbasis terhadap sadar wisata.

Bagi para petani, agrowisata sawah di Desa Denai Lama memberikan tambahan pendapatan bagi keluarganya. Dalam pelaksanaannya, petani sebagai pelaku utama tidak bisa melakukan kegiatan secara personal karena dalam agrowisata sawah melibatkan banyak pihak seperti pengelola yang akan mengatur jalannya kegiatan dan pelaku pendukung yang akan menyediakan fasilitas bagi pengunjung. Agrowisata sawah merupakan atraksi wisata baru yang melibatkan petani sebagai subjeknya dan menjadi salah satu atraksi wisata yang banyak diminati wisatawan serta berpotensi untuk dikembangkan dan mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi untuk merangsang munculnya sektor informal seperti aneka makanan khas, cenderamata, kerajinan tangan dan jasa pemandu wisata.

Dengan adanya Agrowisata Paloh Naga sebagai suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat setempat. Bahkan pariwisata dikatakan mempunyai energi dobrak yang luar biasa dan mampu membuat masyarakat setempat mengalami perubahan dalam berbagai aspeknya.

### 4.3 Objek Wisata yang ditawarkan di Agrowisata Desa Denai Lama

Agrowisata Paloh Naga merupakan bagian dari Desa Wisata Kampoeng Lama yang terletak di Kab. Deli Serdang. Tempat wisata bertemakan pertanian tersebut yang menawarkan 3 kegiatan liburan yakni agowisata, sarapan pagi dan sajian musik tari tradisional. Wisata ini di buka setiap hari namun puncaknya hanya Sabtu dan Minggu, karena hari biasa tidak seramai pada saat hari libur/weekend. Pengunjung yang datang sangat ramai sekali bahkan banyak pengunjung dari kota medan maupun luar kota hal ini dikarenakan tempat tersebut menarik untuk dikunjungi kembali.

Mengenai sarana prasarana di Agrowisata Desa Denai Lama lokasi tersebut mudah di akses karena sarana jalan sudah diperbaiki dan memadai. Lokasi Desa Denai Lama berdekatan dengan Agrowisata Pasar Kamu sehingga pada hari libur sering terjadi kemacetan. Untuk mengatasi hal ini ada jalan lain yang dapat diakses.

Untuk tiket masuk ke Agrowisata Desa Denai Lama pengunjung dikenakan biaya kontribusi Rp.5000/kendaraan, sedangkan bagi masyarakat Desa Denai Lama tidak dikenakan biaya dan digratiskan untuk masuk. Harga tiket yang murah pengunjung tidak merasa dirugikan karena hal utama itu sangat di inginkan oleh para pengunjung. Apalagi agrowisata tersebut sangat menarik dan tidak monoton, Menurut responden Agrowisata Desa Denai Lama pentas seni yang berganti-ganti tema. Pengelola selalu memberikan fasilitas yang menarik dan representative dengan kualitas yang baik dan harga yang relatif murah. Beberapa fasilitas yang telah disediakan oleh Agrowisata Desa Denai Lama;

diketahui bahwa pengurus yang lebih tua nya akan lebih bijaksana dalam mengambil tindakan dari pegawai yang lebih muda, akan tetapi tidak dapat di pungkiri juga bahwa lebih tua usia seseorang maka kemampuan fisiknya lebih cepat mengalami kelelahan dalam melakukan pekerjaan, Jika dibandingkan dengan pengurus yang umurnya lebih muda. Responden yang berkunjung ke agrowisata memiliki tingkat umur yang berbeda-beda sebagai berikut;

Tabel 8. Jumlah pengunjung berdasarkan tingkat umur di agrowisata paloh naga

No	Tingkat umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	18 - $\geq$ 25	33	76,7
2	$\geq$ 26 - $\leq$ 30	6	14,0
3	31- $\leq$ 50	4	9,30
	Total	43	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa persentase tertinggi yaitu sebesar 55,8% merupakan responden yang berasal dari kalangan remaja atau dewasa yaitu berusia 18-25 tahun, hal ini dikarenakan agrowisata paloh naga merupakan sarana rekreasi yang banyak diminati oleh remaja. Persentase terbesar kedua yaitu dari umur 26-30 tahun dengan persentase sebesar 20,9%, menurut pengakuan dari responden yang berusia orangtua muda tersebut selain berekreasi, lokasi nya cukup menarik perhatian karena agrowisatanya sangat cocok untuk pengunjung yang ingin bersantai-santai sambil sarapan pagi dan agowisata yang mempunyai hiburan adat/pentas seni sehingga agowisata tersebut tidak monoton. Persentase terkecil berusia 46-50 tahun yang termasuk dalam golongan lanjut usia dengan persentase sebesar 9,30 %.

#### 4.4.2 Jenis Kelamin

Untuk mengetahui jenis kelamin responden pengunjung agrowisata paloh naga bisa dilihat pada tabel 9, bahwa jumlah persentase antara responden laki-laki

dan perempuan memiliki perbedaan yang jelas. Berikut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 9. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	18	41,8
2	Perempuan	25	58,1
	Total	43	100

Sumber : Data primer yang sudah di olah, 2023.

Pada tabel 9, dapat diketahui bahwa bahwa persentase pengunjung berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada pengunjung laki-laki, dimana jenis kelamin perempuan sebanyak 25 jiwa dengan persentase 41,8% dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 18 jiwa dengan persentase 58,1%. Hal tersebut dikarenakan perempuan lebih senang berrekreasi dibandingkan laki-laki.

#### 4.4.3 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan pengunjung merupakan karakteristik yang dapat mempengaruhi daya penyerapan informasi dan daya memaknai materi yang telah diberikan. Berikut merupakan tabel karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan.

Tabel 10. Karakteristik berdasarkan Tingkat pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SMA/SMK	19	44,1
2	Sarjana	24	55,8
	Total	43	100

Sumber: Data primer yang sudah di olah, 2023.

Berdasarkan data pendidikan dapat dilihat, responden dengan pendidikan Sarjana merupakan pengunjung terbanyak yang datang ke agrowisata paloh naga sebanyak 55,8%, sedangkan untuk yang memiliki tingkat pendidikan paling sedikit didominasi oleh tingkat SMA/SMK dengan persentase 44,1%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengunjung yang datang ke

agrowisata paloh naga merupakan pengunjung yang memiliki pendidikan cukup tinggi.

#### 4.4.4 Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 11 sebagai berikut;

Tabel 11. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Admin Gudang	2	4,65
2	Buruh Bangunan	1	2,32
3	Dosen	3	7,0
4	Guru	8	18,6
5	Honores Dispenda	1	2,32
6	Human Resource Development (HRD)	1	2,32
7	Ibu Rumah Tangga	1	2,32
8	Kurir Lazada	1	2,32
9	Operator SPBU	1	2,32
10	Pelajar/Mahasiswa	2	4,65
11	Perawat	1	2,32
12	Petani	1	2,32
13	Sales Promotion Gril (SPG)	1	2,32
14	Pelayan Cafe	1	2,32
15	Wiraswasta	14	32,5
16	Wirausaha	4	9,30
	Jumlah	43	100

Sumber : Data Primer setelah di olah, 2023.

Pada tabel 11 diatas, karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan terbanyak didominasi oleh wiraswasta sebanyak 14 orang dengan persentase 32,5%, sedangkan untuk pengunjung dengan jumlah yang sedikit didominasi oleh pekerjaan memiliki jumlah rata-rata sebesar 1 pekerjaan terdiri dari 1 orang dengan persentase 2,32%.

#### 4.4.5 Status Pernikahan

Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan dapat dilihat pada tabel 12 sebagai berikut:

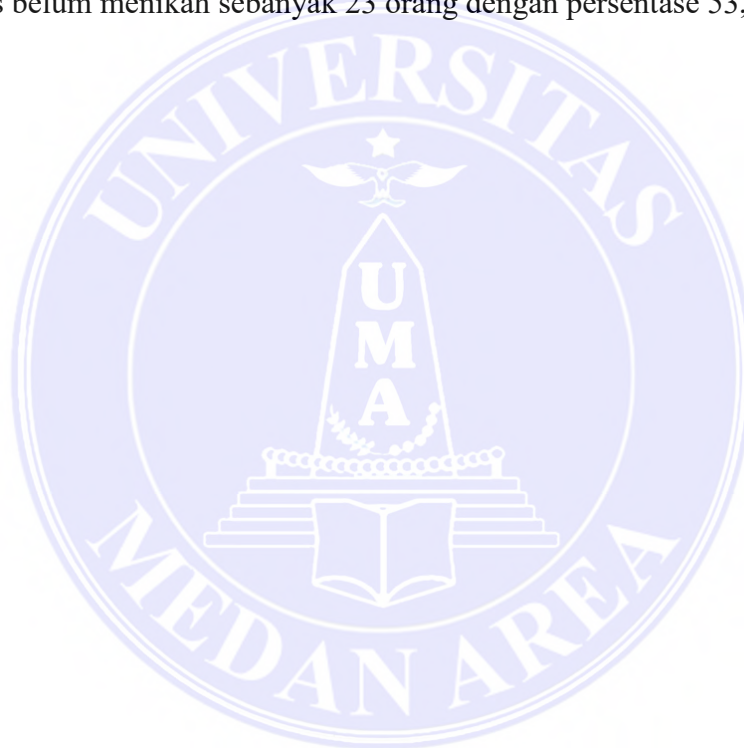


Tabel 12. Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Sudah Menikah	20	46,5
2	Belum Menikah	23	53,4
	Total	43	100

*Sumber : Data Primer setelah di olah, 2023.*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang paling banyak berkunjung ke agrowisata paloh naga yang memiliki status sudah menikah yaitu sebanyak 20 orang dengan persentase 46,5% sedangkan responden yang berstatus belum menikah sebanyak 23 orang dengan persentase 53,4%.



## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian ini diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan pengunjung Agrowisata Paloh Naga sebesar 82,33% diberartikan nilai *customer satisfaction index* (csi) yang diperoleh tersebut berada pada rentang index kepuasan 80-100%, hal ini berarti tingkat kepuasan pengunjung agrowisata paloh naga berada pada kisaran tingkat sangat puas terhadap atribut yang telah disediakan oleh pengelola seperti harga tiket, harga parkir, harga toilet, kualitas yang ada di agrowisata Paloh Naga , Harga Kuliner, dan kualitas rasa/pelayanan kuliner yang disediakan.
2. Kelemahan dan kelebihan perkembangan agrowisata paloh naga dapat dilihat dari faktor internal dan eksternal. Sebagai faktor internal yang memiliki nilai bobot paling besar yaitu pada faktor pertama lahan yang cukup luas untuk pengembangan agrowisata dengan nilai bobot 0,113. Kemudian faktor yang memiliki bobot paling kecil pada akses sinyal telpon atau internet yang terbilang sulit dengan nilai bobot 0,083. Dapat dilihat bahwa faktor eksternal yang memiliki bobot paling besar yaitu pada faktor memiliki panorama persawahan yang indah dan udara yang sejuk

dengan besar bobot 0,116 dan faktor eksternal yang memiliki bobot paling kecil yaitu 0,068 pada faktor pemandangan yang kurang bagus saat padi sudah panen.

### 6.3 Saran

Akan tetapi sebaiknya pengelola terus melakukan perbaikan terhadap kualitas , fasilitas, dan harga agrowisata paloh naga agar pengunjung merasa sangat puas secara keseluruhan . hal ini disebabkan masih ada 17,67% pengunjung yang belum puas dengan fasilitas dan kualitas agrowisata paloh naga oleh karena itu pengelola perlu melakukan perbaikan guna meningkatkan kepuasan pengunjung seperti;

- a. Penyediaan gazebo
- b. Kebersihan musholla
- c. Saung yang disediakan
- d. Kenyamanan tempat duduk
- e. Penyediaan bangku umum

Untuk memenuhi tingkat kepuasan pengunjung pengelola terus melakukan inovasi dan pembaharuan terhadap fasilitas agrowisata paloh naga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, 2017. *Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Pulau Gili Noko Kabupaten Greseik 9Studi Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Gresik*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol, 49 No 1.
- Allifah, A. N. 2014. Dampak Agrowisata Terhadap Pendapatan Para Pedagang di Agrowisata Gunung Mas PTPN VIII. *J. Agri Science*. 1(4): 91-99.
- Amalia, D. 2014. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Sari Alang-Alang Merk “Pesona”. Fakultas Teknologi Pertanian.
- Amir, M. T. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Arianto. 2003. *Penggemukan Sapi Potong Secara Cepat*. Penerbit Swadaya. Jakarta.
- Arikunto, 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Aritonang, R.L., 2005. *Kepuasan Konsumen*. Grandmedia: Jakarta.
- Budiasa. 2011. *Pengembangan Pariwisata Berbasis Pertanian atau Sektor Agrowisata di Indonesia*.
- Budiarti, T. 2013. *Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat pada usahatani Terpadu guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani dan Keberlanjutan Sistem Pertanian*. *Jurnal Ilmi Pertanian Indonesia*.
- Depton. 2005. *Pedoman Umum Pemberdayaan Masyarakat Tani Penerima Penguatan Modal Usaha Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (LKM-A)*. Jakarta.
- Dinas Pariwisata, 2014. *Laporan Kemajuan Kajian Pengembangan Desa Wisata DIY*. Dinas Pariwisata. Yogyakarta.
- Disporabudpar Deli Serdang. Diterbitkan 21 Januari, 2019. Diakses 12 Mei, 2020. <http://disporabudpar.deliserdangkab.go.id/>
- Durlee, B. A. 2020. *Strategi Pengembangan Agrowisata Paloh Naga (Studi Kasus: Agrowisata Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang)*. Skripsi. Medan. Universitas.
- Fuadatinnisa, B. 2018. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Buah Jeruk Agrowisata Petik Jeruk Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang*. Sarjana Thesis, Universitas Brawijaya.

- Gumelar, S. S. 2010. Konsep Pengembangan Kawasan Agrowisata (Handout Mata Kuliah *Concept Resort and Leisure*). [http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/lainnya/Gumelar\\_s/Hand\\_out\\_MATKUL\\_KONSEP\\_RESORT\\_AND\\_LEISURE/PENGEMBANGAN\\_KAWASAN\\_AGO\\_WISATA](http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/lainnya/Gumelar_s/Hand_out_MATKUL_KONSEP_RESORT_AND_LEISURE/PENGEMBANGAN_KAWASAN_AGO_WISATA). Pdf Diakses tanggal 21 Juli 2017.
- Gunawan, 2016. Pengembangan Agrowisata untuk kemandirian ekonomi dan pelestarian budaya di Desa Kerta, Payangan Gianyar, J. Master Pariwisata.
- Hadiwijoyo, S. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Irawan, 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ismail, 2015. *Metodeologi Penelitian Untuk Studi Islam*. Yogyakarta: Samudra Biru
- Khaerunnisa, 2020. *Pengaruh Gaya Belajar Terhadap Pemahaman Konsep Matematika Pada Materi Fungsi Kuadrat Siswa*. Jurusan Pendidikan Matematika, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari.
- Khurniyah, 2016. ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK RUMAH POTONG AYAM PT. CIOMASADISATWA KAB. MAROS.
- Kotler, P., & Asmtrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. IKAPI.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Multyaningsih, 2013. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan* (Bandung: Alfabeta), 10.
- Mutiara, F. 2022. Kepuasan Pengunjung terhadap Pelayanan di Kusuma Agrowisata Kota Batu. Vol 6, No 3.
- Nisak, 2013. *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*. Jurnal Ekbis.
- Palit, I. G., & Rumanggit, G. A. 2017. Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rujukan. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 13(2A), 21-24.
- Putri, F. P. (2015). *Pengaruh Pengetahuan Auditor, Pengalaman Auditor, Kompleksitas Tugas, Locus Of Control, Dan Tekanan Terhadap Audit Judgment*.



- Santoso, I. & Nadapdap, H, J. (2019). Jurnal Hubungan Fasilitas Kualitas Pelayanan Harga dan Tempat terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata di PT Perkebunan Tambi Kab Wonosoho, *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (JSEP)*.
- Sastrayuda, G. S. 2010. *Konsep Pengemabangan Kawasan Agrowisata Hand Out Mata Kuliah Concept Resort and Leisure, Strategi Pengembangan Dan pengelolaan Resort dan Leisure*.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, D. & Wuhyuni (2017). Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Suryawan, I., dkk. 2018. Model Partisipasi Petani dalam Pengembangan Agrowisata di Desa Kerta, Kawasan Payangan, Kabupaten Gianjur. E-*Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. Vol.7. no. 3.
- Syukri, 2014. Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis Gap pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*.
- Suwardhana Adyaksa, dkk. 2016. Strategi Pengembangan Agrowisata Berbasis Analisis SWOT di Unit Usaha Agro Mandiri. Fakultas Teknologi Pertanian Unud.
- Tangkere, Ellen Grace dan Lorraine, 2017. Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Umum. Prasarana Umum. dan Fasilitas Pariwisata di Maliboro Pasca Revitalisasi Kawasan. *Jurnal Agri-Sosio Ekonomi Unsrat*. Volume 13 No.1
- Tjiptono, F dan Chandra. 2011. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran dan Prinsip, Penerapan dan Penelitian di Offset*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2008. *Service Manajemen: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

- Tjiptono, F. 2005. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2000. Manajemen Jasa. Edisi Ke II Cetakan III. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tse dan Wilson.1988. Dalam Nasution, 2004. Manajemen Jasa Terpadu. Ghalia Indonesia.
- Utama, I. G. B. R., & Junaedi, I. W. R. 2015. Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia: Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan. Depublish.
- Utama, G. B, 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Utama, I. G, 2012. *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif di Indonesia Solusi Masif dalam Pengentasan Kemiskinan*. Yogyakarta.
- Utama, I, G. 2016. *Pengantar Industri Peristiwa*. Yogyakarta.
- Utama, 2015. Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif di Indonesia. Solusi Masif dalam Pengentasan Kemiskinan. Deepublish.
- Wahyu at all, 2020. Analisis Kepuasan Terhadap Kepercayaan Pengunjung Agrowisata Edukasi Sentulfresh.
- Widoyoko, 2014. Teknik Penyusunan instrument penelitian. Yogyakarta: pustaka pelajar.
- Widyaningrum, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat”. *Jurnal STEI Ekonomi*.
- Wilkie, W. L. 1994. Consumer Behavio. New York. Third Edition, Jhon Wiley & Sons Inc.
- Arfianti, A. 2017. Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing pada PT. Trimega Syariah Kantor Cabang Makassar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

## LAMPIRAN 1.

### KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Dalam rangka melengkapi data yang diperlukan untuk memenuhi dan menyelesaikan tugas akhir, bersama ini peneliti menyampaikan kuesioner penelitian mengenai “**Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Agrowisata di Paloh Naga Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang**”. Adapun hasil dari kuesioner ini akan digunakan sebagai bahan penyusunan tugas akhir pada program sarjana Universitas Medan Area.

Peneliti memahami waktu saudara/i sangatlah terbatas dan berharga, namun peneliti juga berharap kesediaan saudara/i untuk membantu peneliti ini dengan mengisi secara lengkap kuesioner yang terlampir.

Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan saudara/i yang telah meluangkan waktu menjawab semua pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner ini.

Peneliti

Putri Nursanti  
188220201

## KUESIONER PENELITIAN

### KEPALA DESA DESA DENAI LAMA KECAMATAN PANTAI LABU

#### 1. Panduan Wawancara untuk Kepala Desa Desa Denai Lama

Daftar pertanyaan ini digunakan untuk mengetahui karakteristik, persepsi, dan kebijakan pengelola mengenai pengembangan Agrowisata Paloh Naga.

#### IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Asal Daerah :
6. Alamat :
7. Jabatan :

#### PERTANYAAN

1. Bagaimana sejarah pengelolaan desa wisata Paloh Naga dari awal terbentuk hingga saat ini?
2. Apa peran pemerintah desa dalam pengelolaan desa wisata Paloh Naga?
3. Bagaimana partisipasi masyarakat dalam mengelola desa wisata ini?
4. Apa kelemahan dan kelebihan setelah dibangunnya Agrowisata Paloh Naga di desa Denai Lama tersebut?
5. Apakah ada penghargaan yang sudah diperoleh? Dan penghargaan apa saja yang sudah diperoleh?
6. Apakah ada bantuan yang didapat dari pemerintah? Jika ada bantuan apa saja?
7. Apakah tingkat pengangguran berkurang setelah adanya agrowisata Paloh Naga tersebut?
8. Apakah pendapatan masyarakat sangat berpengaruh besar terhadap agrowisata yang dibangun tersebut?
9. Apakah Agrowisata Paloh Naga mengalami peningkatan pendapatan dan jumlah pengunjung dari tahun ketahun?

## KUESIONER PENELITIAN PENGURUS/PENGELOLA AGROWISATA PALOH NAGA

### 2. Paduan Wawancara untuk Pengurus/Pengelola Agrowisata

Daftar pertanyaan ini digunakan untuk mengetahui karakteristik, persepsi, dan kebijakan pengelola mengenai pengembangan Agrowisata Paloh Naga.

#### IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Asal Daerah :
6. Alamat :
7. Jabatan :

#### Bagian 1: FAKTOR KONDISI

1. Bagaimana gambaran agrowisata dan faktor apa yang membuatnya unggul?
2. Dari segi kualitas, apakah pengelola yang ada telah memadai dan memiliki kompetensi dalam mengupayakan pengembangan objek wisata?
3. Apa yang mendasari pengembangan objek wisata ini, dan apa tujuan pengembangannya?
4. Bagaimana keamanan sepanjang kawasan objek wisata ini?
5. Bagaimana kenyamanan dan kebersihan kawasan objek wisata ini?
6. Apakah tata letak dan pengembangan fasilitas wisata sesuai dengan kondisi lingkungan?

#### Bagian 2: KONDISI PERMINTAAN

1. Menurut database, bagaimana pengunjung yang datang ke objek wisata ini setiap waktunya (bulan) apakah ada peningkatan?
2. Dari mana saja asal wisatawan tersebut?
3. Bagaimana upaya anda sebagai pengelola agrowisata paloh naga, untuk mempertahankan atau meningkatkan pengunjung untuk berwisata?



### **Bagian 3: STRATEGI PERUSAHAAN/STRUKTUR DAN PERSAINGAN**

1. Apakah ada program kerja khusus yang mengarah kepada pendidikan dan pelatihan bagi pegawai sehingga kualitas dan kinerjanya lebih meningkat?
2. Apakah ada kerjasama yang dilakukan dengan pihak lain untuk mempromosikan objek wisata?
3. Apakah ada bantuan dari pemerintah atau pihak luar (LSM, Perguruan Tinggi dan Lembaga lainnya) terkait pengembangan agrowisata ini?
4. Apa saja program-program pengembangan yang dilakukan untuk membenahi agrowisata ini dan bagaimana implementasinya di lapangan?
5. Apakah yang menjadi faktor penghambat dalam upaya pengembangan objek wisata ini?
6. Apakah masyarakat setempat dilibatkan dalam kegiatan pengelolaan sarana/prasarana di kawasan objek wisata ini? Seperti apa keterlibatan mereka?
7. Upaya apa yang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik objek wisata, sehingga lebih bernilai dan menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan?
8. Apakah ada kegiatan yang merusak yang dilakukan di kawasan agrowisata? Upaya apa yang dilakukan untuk menanggulangnya?
9. Upaya-upaya apa yang dilakukan agar lokasi objek wisata, agrowisata paloh naga dengan segala sarana / prasarana yang telah tersedia dapat terpelihara dengan baik?

### **Bagian 4 : INDUSTRI PENDUKUNG**

1. Dengan adanya industri/kuliner pendukung yang ada apakah sangat berpengaruh terhadap pengunjung yang datang?
2. Apakah ada faktor yang menjadi penghambat dalam pengolahan agrowisata paloh naga?
3. Dalam mensiasati faktor penghambat tersebut upaya apa yang anda lakukan agar pendukung tetap berjalan sesuai yang diharapkan?

## **Bagian 5 : STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING AGROWISATA**

1. Bagaimana strategi kebijakan yang anda lakukan terhadap agrowisata paloh naga berdasarkan faktor kondisi, kondisi permintaan, strategi perusahaan/struktur dan persaingan untuk meningkatkan daya saing agrowisata paloh naga?
2. Apa yang menjadi harapan Bapak terhadap pengembangan objek wisata ini di masa mendatang sehingga kawasan wisata ini menjadi salah satu sumber andalan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Denai Lama? Kebijakan seperti apa yang seharusnya dilakukan lebih lanjut?



## KUESIONER PENELITIAN PEGUNJUNG AGROWISATA PALOH NAGA

### 3. Panduan Wawancara untuk Pengunjung

Untuk memenuhi tugas penyelesaian Skripsi Program Sarjana. Saya sangat menghargai kejujuran saudara/saudari dalam mengisi kuesioner ini dan menjamin kerahasiaan saudara/I Atas kerjasama dan bantuan saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Petunjuk: Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang sesuai

#### IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : .....
2. Umur..... tahun
3. Jenis Kelamin : .....
4. Tempat tinggal : .....
5. Pendidikan terakhir: .....
6. Pekerjaan : .....
7. Status pernikahan : Sudah menikah/ Belum menikah/ Duda/ Janda (coret yang perlu)

#### Informasi responden

1. Dari mana anda pertama kali mendapatkan informasi tentang Agrowisata Paloh Naga :
  - a. Teman/Keluarga
  - b. Sekolah
  - c. Radio/televisi
  - d. Internet
  
2. Apa tujuan anda berwisata ke Agrowisata Paloh Naga :
  - a. mengikuti program sekolah
  - b. Berlibur/rekreasi
  - c. Iseng-iseng
  - d. Sarapan pagi sambil bersantai

3. Ini adalah kunjungan anda yang ke berapa kalinya ke Agrowisata Paloh Naga?
  - a. Pertama kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. 4/ lebih dari 5 kali
  
4. Bagaimana menurut saudara/i tentang Agrowisata Paloh Naga?
  - a. Menyenangkan
  - b. Membosankan
  - c. Sangat Menarik
  - d. Biasa saja
  
5. Apakah saudara/i tertarik berkunjung lagi ke Agrowisata Paloh Naga?
  - a. Tertarik
  - b. Tidak tertarik
  - c. Sangat tertarik
  - d. Sangat tidak tertarik
  
6. Menurut saudara/I fasilitas apasaja yang perlu diperbaiki?
  - a. Toilet
  - b. Gajebo/Pondok
  - c. Musholla
  - d. Spot foto
  
7. Biaya yang dilakukan untuk wisata ini (transportasi, tiket, konsumsi)?
  - a. Murah
  - b. Standart
  - c. Mahal
  - d. Sangat mahal

## Analisa Kepuasan

Penjelasan:

- a. Responden hanya memilih satu jawaban dan beri tanda silang (√) setiap jawaban responden.
- b. Isilah jawaban secara benar dan jelas pertanyaan yang diajukan kepada responden.

Keterangan:

Sp = Sangat Puas (Skor 5)

P = Puas (Skor 4)

Cp = Cukup Puas (Skor 3)

TP = Tidak Puas (Skor 2)

STP = Sangat Tidak Puas (Skor 1)

No	Uraian Pertanyaan	Harapan (X)					Kepentingan (Y)				
		STP	TP	CP	P	SP	STP	TP	CP	P	SP
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>A. Kualitas Agrowisata Paloh Naga</b>											
1	Bagaimana dengan penataan lokasi wisata										
2	Bagaimana dengan kebersihan lingkungan wisata										
3	Bagaimana dengan pemeliharaan lokasi wisata										
4	Bagaimana dengan keadaan saung yang tersedia										
5	Bagaimana dengan kebersihan mushola yang telah disediakan oleh pihak agrowisata										
6	Bagaimana dengan keamanan atau sistem parkir										
7	Bagaimana dengan spot foto yang disediakan										
8	Bagaimana dengan kelayakan/kebersihan toilet umum										



9	Bagaimana dengan kenyamanan tempat duduk yang telah disediakan																			
10	Bagaimana dengan rasa/pelayanan tempat kuliner yang disediakan																			
11	Bagaimana dengan kebersihan tempat kuliner																			
12	Bagaimana dengan pelayanan kantor wisata yang tersedia																			
13	Apakah merasa puas dengan kualitas yang disediakan pada agrowisata Paloh Naga																			
<b>B. Fasilitas yang disediakan oleh pihak Agrowisata Paloh Naga</b>																				
1	Bagaimana dengan adanya toilet umum yang disediakan																			
2	Bagaimana dengan musholla yang telah disediakan																			
3	Bagaimana dengan adanya tempat parkir yang tersedia																			
4	Bagaimana dengan penyediaan gazebo																			
5	Bagaimana dengan penyediaan pondok																			
6	Bagaimana dengan penyediaan bangku umum																			
7	Bagaimana dengan pertunjukan/hiburan																			
8	Bagaimana dengan tempat sampah yang telah disediakan oleh pihak agrowisata																			
9	Bagaimana dengan penyediaan kuliner/kantin																			
10	Bagaimana dengan adanya spot foto																			
11	Bagaimana penyediaan keamanan fasilitas wisata yang tersedia																			
<b>C. Harga di Agrowisata Paloh Naga</b>																				
1	Bagaimana dengan harga gazebo yang disediakan																			
2	Bagaimana dengan harga																			

	tiket masuk yang disediakan										
3	Bagaimana dengan harga kuliner/kantin yang disediakan										
4	Bagaimana dengan harga toilet yang ada di wisata										
5	Bagaimana dengan harga parkir yang disediakan oleh pihak Agrowisata										

### Analisa SWOT

Penjelasan:

- Responden hanya memilih satu jawaban dan beri tanda silang (√) setiap jawaban responden.
- Isilah jawaban secara benar dan jelas pertanyaan yang diajukan kepada responden.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju (Skor 4)

S = Setuju (Skor 3)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

No	Uraian Pertanyaan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
<b>A. Indikator KEKUATAN</b>					
1	Lahan yang cukup luas untuk pengembangan agrowisata				
2	Keragaman fasilitas seperti spot foto, gajebo, cafe dan kamar mandi, dan lainnya				
3	Terjangkau dari segi harga tiket masuk				
4	Menawarkan spot-spot foto instgramable dengan latar belakang alam				

5	Melibatkan partisipasi masyarakat dan organisasi kemasyarakatan sekitar, artinya ada dukungan dari masyarakat setempat				
<b>B. Indikator KELEMAHAN</b>					
1	Terdapat beberapa spot foto yang sudah rusak dan butuh perbaikan				
2	Perlunya penambahan lahan parkir				
3	Akses sinyal telepon/internet yang terbilang sulit				
4	Kebijakan transaksi penukaran antara uang dengan kayu mengurangi kenyamanan pengunjung				
5	Perubahan iklim yang tidak menentu				
<b>C. Indikator PELUANG</b>					
1	Memiliki panorama persawahan yang indah dan udara yang sejuk				
2	Dukungan pemerintah dan BUMDES dalam pengembangan sektor pertanian dan sektor pariwisata				
3	Membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat setempat				
4	Tren pasar saat ini yang sesuai dengan konsep agrowisata (back to nature)				
5	Penawaran konsep eduwisata yang menjadi daya tarik sekolah-sekolah di Kecamatan Pantai Labu dan sekitarnya				
<b>D. Indikator ANCAMAN</b>					
1	Adanya objek wisata lain di sekitar agrowisata yang tidak kalah diminati oleh wisatawan				

2	Akses menuju lokasi sulit dan tidak strategis (jalannya sempit dan mudah macet saat musim liburan)				
3	Faktor cuaca dan iklim yang tidak menentu				
4	Jumlah wisatawan yang belum tercapai target				
5	Pemandangan kurang bagus saat padi sudah panen				









**LAMPIRAN 4. Identitas Responden**

No	Nama Responden	Alamat	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Status Pernikahan
1	Aditya	Pasar 9 (Gg. Family 100)	Laki-Laki	27	S1	Wiraswasta	Sudah Menikah
2	Agus Wijaya Purba	Perbaungan	Laki-Laki	22	S1	Wiraswasta	Belum Menikah
3	Ahmad Muttwalih	Jl. Bustaman Gg. Wijaya No.9	Laki-Laki	23	S1	Guru	Belum Menikah
4	Ali Syahbana	Pematang Biara	Laki-Laki	23	S1	Wiraswasta	Belum Menikah
5	Ardy	Jl. Pukat Banting II Mandala	Laki-Laki	49	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah
6	Aslim Anwar	Jl. Kota Bangun Medan Deli	Laki-Laki	43	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah
7	Asminar	Mandala	Perempuan	40	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah
8	Atika Pratiwi	Jl. Usman Sidik	Perempuan	25	S1	Guru	Sudah Menikah
9	Bella Safitri	Sekip	Perempuan	23	S1	Guru	Belum Menikah
10	Dewi Nuraini	Jl. Rel Tembung Pasar II	Perempuan	30	S1	Honores Dispenda	Belum Menikah
11	Dini Wulandari	Binjai	Perempuan	22	S1	Perawat	Belum Menikah
12	Dwi Safitri	Beringin (bok serong)	Perempuan	23	SMA	Waiter	Belum Menikah
13	Erni	Batang Kuis	Perempuan	48	SMA	Ibu Rumah Tangga	Sudah Menikah
14	Fahrul Rozi	Batang Kuis	Laki-Laki	50	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah
15	Fenti Agustina	Pantai Labu Baru Dusun II	Perempuan	26	S1	Operator SPBU	Sudah Menikah
16	Habibi	Jl. Pancing I	Laki-Laki	28	S1	Dosen	Sudah Menikah
17	Hilda Wahyuni	Jl. Pukesmas Tembung	Perempuan	23	S1	Guru	Belum Menikah
18	Husna Amalia Siregar	Tembung	Perempuan	22	S1	Dosen	Sudah Menikah
19	Indah Juliani	Medan, Tembung	Perempuan	24	SMK	Wiraswasta	Belum Menikah
20	Isna Thia Riyanda	Kisaran Air Joman	Perempuan	25	S1	Wirausaha	Sudah Menikah
21	Linda Wardani	Jl. Persamaan Persatuan	Perempuan	27	S2	Dosen	Sudah Menikah

22	Malfa	Tembung Pasar 7	Laki-Laki	26	S2	Buruh Bangunan	Sudah Menikah
23	M. Ikhsan	Gg. Bali Beringin	Laki-Laki	39	SMA	Wiraswasta	Sudah Menikah
24	M. Fadly	Tembung (Jl. Bejo Gg Family no 54)	Laki-Laki	22	S1	HRD	Belum Menikah
25	M. Iqbal Anshor	Tembung (Jl. Bejo Gg. Family no 54b)	Perempuan	22	S1	Wirausaha	Belum Menikah
26	M. Yusup	Pantai Labu Baru Dusun I	Laki-Laki	50	SMA	Petani	Sudah Menikah
27	Princesscia Aulia	Jl. Bejo No 4 (Tembung)	Perempuan	18	SMA	Pelajar	Belum Menikah
28	Purwanti	Perbaungan	Perempuan	42	S1	Guru	Sudah Menikah
29	Rahmat Hidayat	Marelan	Laki-Laki	24	SMA	Guru	Belum Menikah
30	Ranti	Tembung Pasar X	Perempuan	23	SMK	SPG	Belum Menikah
31	Rizka Dinda Riyanda	Pantai Labu	Perempuan	23	S1	Wiraswasta	Sudah Menikah
32	Rizky Annisa Purba	Pantai Labu Baru	Perempuan	23	SMA	Mahasiswa	Belum Menikah
33	Sahren Panjaitan	Desa Kolam Pondok 6	Laki-Laki	32	S1	Kurir	Sudah Menikah
34	Siti Aisyah	Perumahan Pondok 6 Kampung Kolam	Perempuan	29	S1	Guru	Sudah Menikah
35	Siti Hajar	Binjai Gg Diski	Perempuan	40	SMA	Wirausaha	Sudah Menikah
36	Siti Salmah	Tanjung Morawa	Perempuan	20	SMA	Admin	Belum Menikah
37	Siti Soleha	Tembung	Perempuan	23	S1	Wiraswasta	Belum Menikah
38	Siti Zahara	Jl. Bustaman	Perempuan	21	SMA	Admin	Belum Menikah
39	Sumar	Laudendang	Laki-Laki	39	D3	Wiraswasta	Sudah Menikah
40	Sumitra Muhari	Kisaran Air Joman	Laki-Laki	28	S1	Guru	Sudah Menikah
41	Taufik	Pantai Labu Baru Dusun II	Laki-Laki	28	SMA	Wirausaha	Sudah Menikah
42	Tommy Firmansyah	Jl. Marelan Kota Medan	Laki-Laki	23	SMA	Wirausaha	Belum Menikah
43	Zahra shauma	Laudendang	Perempuan	22	SMA	Wiraswasta	Belum Menikah

**LAMPIRAN 5. Jarak Pengunjung ke Agrowisata Paloh Naga**

No	Nama Responden	Alamat	Dalam Kota	Luar Kota	Kilo Meter	Jam/Menit
1	Aditya	Pasar 9 (Gg. Family 100)	√		24	35m
2	Agus Wijaya Purba	Perbaungan	√		13	27m
3	Ahmad Muttwalih	Jl. Bustaman Gg. Wijaya No.9	√		25	38m
4	Ali Syahbana	Pematang Biara	√		10	20m
5	Ardy	Jl. Pukat Banting II Mandala		√	30	47m
6	Aslim Anwar	Jl. Kota Bangun Medan Deli		√	36	1jam 4m
7	Asminar	Mandala		√	47	31m
8	Atika Pratiwi	Jl.Usman Sidik		√	27	43m
9	Bella Safitri	Sekip	√		14	23m
10	Dewi Nuraini	Jl. Rel Tembung Pasar II	√		27	42m
11	Dini Wulandari	Binjai		√	66	1jam 21m
12	Dwi Safitri	Beringin (bok serong)	√		8,6	15
13	Erni	Batang Kuis	√		19	28m
14	Fahrul Rozi	Batang Kuis	√		19	28m
15	Fenti Agustina	Pantai Labu Baru Dusun II	√		6,0	13m
16	Habibi	Jl. Pancing I		√	32	49m
17	Hilda Wahyuni	Jl. Pukesmas Tembung	√		25	38m
18	Husna Amalia Siregar	Tembung	√		27	42m
19	Indah Juliani	Medan, Tembung	√		27	42m
20	Isna Thia Riyanda	Kisaran Air Joman		√	147	3jam 22m
21	Linda Wardani	Jl. Persamaan Persatuan	√		39	51m
22	Malfa	Tembung Pasar 7	√		43	58m
23	M. Ikhsan	Gg. Bali Beringin	√		8,6	15m
24	M. Fadly	Tembung (Jl. Bejo Gg Family no 54)	√		29	45m
25	M. Iqbal Anshor	Tembung (Jl. Bejo Gg. Family no 54b)	√		29	45m
26	M. Yusup	Pantai Labu Baru	√		5,9	13m

		Dusun I				
27	Princesscia Aulia	Jl. Bejo No 4 (Tembung)	√		26	42m
28	Purwanti	Perbaungan	√		14	29m
29	Rahmat Hidayat	Marelan		√	39	1jam 1m
30	Ranti	Tembung Pasar X	√		24	36m
31	Rizka Dinda Riyanda	Pantai Labu	√		13	24m
32	Rizky Annisa Purba	Pantai Labu Baru	√		5,9	13m
33	Sahren Panjaitan	Desa Kolam Pondok 6	√		24	37m
34	Siti Aisyah	Perumahan Pondok 6 Kampung Kolam	√		24	37m
35	Siti Hajar	Binjai Gg Diski		√	61	1jam 16m
36	Siti Salmah	Tanjung Morawa	√		27	37m
37	Siti Soleha	Tembung	√		27	41m
38	Siti Zahara	Jl. Bustaman	√		25	37m
39	Sumar	Laudendang	√		28	49m
40	Sumitra Muhari	Kisaran Air Joman		√	148	3 jam 22m
41	Taufik	Pantai Labu Baru Dusun II	√		6,0	13m
42	Tommy Firmansyah	Jl. Marelan Kota Medan		√	39	1jam 10m
43	Zahra shauma	Laudendang	√		28	49m

### LAMPIRAN 6. Pengalaman Responden

NO	INFORMASI RESPONDEN	JUMLAH RESPONDEN	PERSENTASE (%)
1	Dari mana anda pertama kali mendapatkan informasi tentang Agrowisata Paloh Naga :		
	a. Teman/Keluarga	20	46
	b. Sekolah	3	7
	c. Radio/televise		
	d. Internet	20	46
2	Apa tujuan anda berwisata ke Agrowisata Paloh Naga :		
	a. mengikuti program sekolah	2	5
	b. Berlibur/rekreasi	24	56
	c. Iseng-iseng	14	32
	d. Sarapan pagi sambil bersantai	3	7



3	Ini adalah kunjungan anda yang ke berapa kalinya ke Agrowisata Paloh Naga?		
	a. Pertama kali	10	23
	b. 2 kali	18	42
	c. 3 kali	9	21
	d. 4 / lebih dari 5 kali	6	14
4	Bagaimana menurut saudara/i tentang Agrowisata Paloh Naga?		
	a. Menyenangkan	24	56
	b. Membosankan	1	2
	c. Sangat Menarik	14	33
	d. Biasa saja	4	9
5	Apakah saudara/i tertarik berkunjung lagi ke Agrowisata Paloh Naga?		
	a. Tertarik	27	63
	b. Tidak tertarik	1	2
	c. Sangat tertarik	15	35
	d. Sangat tidak tertarik		
6	Menurut saudara/i fasilitas apasaja yang perlu diperbaiki?		
	a. Toilet	5	11
	b. Gajebo/Pondok	9	21
	c. Musholla	2	6
	d. Spot foto	27	62
7	Biaya yang dilakukan untuk wisata ini (transportasi, tiket, konsumsi)?		
	a. Murah	14	32
	b. Standart	27	63
	c. Mahal	2	5
	d. Sangat mahal		

## Lampiran 7. Uji Validitas

### 1. Hasil Uji Validitas X1 Harapan

**XCorrelations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.538**	.379*	.064	.004	.096	.102	-.048	.097	-.026	.245	-.156	.023	.385*
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.681	.981	.539	.514	.761	.536	.870	.113	.317	.883	.011
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.2	Pearson Correlation	.538**	1	.317*	.166	.128	.252	.244	.099	.178	.014	.314*	-.022	.146	.552**
	Sig. (2-tailed)	.000		.038	.287	.414	.103	.115	.526	.254	.928	.040	.887	.351	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.3	Pearson Correlation	.379*	.317*	1	-.080	.060	.034	.143	.268	.139	.052	.157	-.185	-.127	.363*
	Sig. (2-tailed)	.012	.038		.612	.701	.826	.359	.083	.376	.741	.313	.234	.416	.017
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.4	Pearson Correlation	.064	.166	-.080	1	.493**	.300	.018	-.057	.040	.276	.098	.346*	.159	.507**
	Sig. (2-tailed)	.681	.287	.612		.001	.050	.907	.716	.801	.074	.532	.023	.309	.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.5	Pearson Correlation	.004	.128	.060	.493**	1	.138	.120	.081	.006	.156	.194	.228	.165	.511**
	Sig. (2-tailed)	.981	.414	.701	.001		.376	.444	.605	.967	.318	.212	.142	.290	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.6	Pearson Correlation	.096	.252	.034	.300	.138	1	.113	-.101	.107	.193	-.088	-.173	.084	.327*
	Sig. (2-tailed)	.539	.103	.826	.050	.376		.470	.519	.493	.214	.573	.268	.594	.032
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.7	Pearson Correlation	.102	.244	.143	.018	.120	.113	1	.363*	.198	.204	.292	.376*	.295	.616**
	Sig. (2-tailed)	.514	.115	.359	.907	.444	.470		.017	.204	.189	.057	.013	.055	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.8	Pearson Correlation	-.048	.099	.268	-.057	.081	-.101	.363*	1	.243	-.025	.413**	.285	.022	.455**
	Sig. (2-tailed)	.761	.526	.083	.716	.605	.519	.017		.117	.876	.006	.063	.888	.002
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.9	Pearson Correlation	.097	.178	.139	.040	.006	.107	.198	.243	1	.242	-.031	-.066	-.110	.339*

	Sig. (2-tailed)	.536	.254	.376	.801	.967	.493	.204	.117		.118	.844	.675	.483	.026
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.10	Pearson Correlation	-.026	.014	.052	.276	.156	.193	.204	-.025	.242	1	-.126	.027	-.061	.334*
	Sig. (2-tailed)	.870	.928	.741	.074	.318	.214	.189	.876	.118		.422	.863	.695	.029
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.11	Pearson Correlation	.245	.314*	.157	.098	.194	-.088*	.292	.413**	-.031	-.126	1	.323*	.302*	.542**
	Sig. (2-tailed)	.113	.040	.313	.532	.212	.573	.057	.006	.844	.422		.035	.049	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.12	Pearson Correlation	-.156	-.022	-.185	.346*	.228	-.173	.376*	.285	-.066	.027	.323*	1	.373*	.426**
	Sig. (2-tailed)	.317	.887	.234	.023	.142	.268	.013	.063	.675	.863	.035		.014	.004
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.13	Pearson Correlation	.023	.146	-.127	.159	.165	.084	.295	.022	-.110	-.061	.302*	.373*	1	.387*
	Sig. (2-tailed)	.883	.351	.416	.309	.290	.594	.055	.888	.483	.695	.049	.014		.010
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
TOTAL	Pearson Correlation	.385*	.552**	.363*	.507**	.511**	.327*	.616**	.455**	.339*	.334*	.542**	.426**	.387*	1
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.017	.001	.000	.032	.000	.002	.026	.029	.000	.004	.010	
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Hasil Uji Validitas X2 Harapan

### Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	TOTAL	
X2.1	Pearson Correlation	1	.503**	.430**	.036	-.039	.091	.093	-.010	.090	.023	.211	.440**
	Sig. (2-tailed)		.001	.004	.821	.803	.560	.554	.951	.566	.886	.175	.003
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X2.2	Pearson Correlation	.503**	1	.395**	.133	.070	.251	.234	.158	.166	.108	.276	.590**
	Sig. (2-tailed)	.001		.009	.394	.654	.105	.130	.312	.288	.489	.073	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

	Pearson Correlation	.430**	.395**	1	-.080	.187	.085	.091	.119	-.041	.028	.157	.435**
X2.3	Sig. (2-tailed)	.004	.009		.612	.229	.589	.560	.448	.793	.860	.313	.004
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.036	.133	-.080	1	.400**	.198	.064	.075	.190	.281	.098	.491**
X2.4	Sig. (2-tailed)	.821	.394	.612		.008	.203	.685	.635	.223	.068	.532	.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	-.039	.070	.187	.400**	1	.131	.114	.164	.004	.098	.120	.472**
X2.5	Sig. (2-tailed)	.803	.654	.229	.008		.401	.466	.293	.978	.533	.444	.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.091	.251	.085	.198	.131	1	.022	-.147	.043	.137	-.084	.322*
X2.6	Sig. (2-tailed)	.560	.105	.589	.203	.401		.889	.346	.782	.381	.593	.035
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.093	.234	.091	.064	.114	.022	1	.396**	.222	.219	.295	.560**
X2.7	Sig. (2-tailed)	.554	.130	.560	.685	.466	.889		.009	.153	.158	.055	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	-.010	.158	.119	.075	.164	-.147	.396**	1	.236	-.027	.474**	.491**
X2.8	Sig. (2-tailed)	.951	.312	.448	.635	.293	.346	.009		.128	.863	.001	.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.090	.166	-.041	.190	.004	.043	.222	.236	1	.346*	.029	.431**
X2.9	Sig. (2-tailed)	.566	.288	.793	.223	.978	.782	.153	.128		.023	.854	.004
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.023	.108	.028	.281	.098	.137	.219	-.027	.346*	1	-.045	.415**
X2.10	Sig. (2-tailed)	.886	.489	.860	.068	.533	.381	.158	.863	.023		.776	.006
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.211	.276	.157	.098	.120	-.084	.295	.474**	.029	-.045	1	.497**
X2.11	Sig. (2-tailed)	.175	.073	.313	.532	.444	.593	.055	.001	.854	.776		.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.440**	.590**	.435**	.491**	.472**	.322*	.560**	.491**	.431**	.415**	.497**	1
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.004	.001	.001	.035	.000	.001	.004	.006	.001	

N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 3. Hasil Uji Validitas X3 Harapan

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.412**	.282	.167	.079	.635**
	Sig. (2-tailed)		.006	.067	.285	.614	.000
	N	43	43	43	43	43	43
X3.2	Pearson Correlation	.412**	1	.210	-.042	.060	.522**
	Sig. (2-tailed)	.006		.176	.790	.703	.000
	N	43	43	43	43	43	43
X3.3	Pearson Correlation	.282	.210	1	.444**	.322*	.741**
	Sig. (2-tailed)	.067	.176		.003	.035	.000
	N	43	43	43	43	43	43
X3.4	Pearson Correlation	.167	-.042	.444**	1	.243	.601**
	Sig. (2-tailed)	.285	.790	.003		.117	.000
	N	43	43	43	43	43	43
X3.5	Pearson Correlation	.079	.060	.322*	.243	1	.559**
	Sig. (2-tailed)	.614	.703	.035	.117		.000
	N	43	43	43	43	43	43
TOTAL	Pearson Correlation	.635**	.522**	.741**	.601**	.559**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	43	43	43	43	43	43

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## 4. Hasil Uji Validitas Y1 Kepentingan

## Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	Y1.13	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.538**	.379*	.064	.004	.096	.102	-.048	.097	-.026	.245	-.156	.023	.385*
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.681	.981	.539	.514	.761	.536	.870	.113	.317	.883	.011
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.2	Pearson Correlation	.538**	1	.317*	.166	.128	.252	.244	.099	.178	.014	.314*	-.022	.146	.552**
	Sig. (2-tailed)	.000		.038	.287	.414	.103	.115	.526	.254	.928	.040	.887	.351	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.3	Pearson Correlation	.379*	.317*	1	-.080	.060	.034	.143	.268	.139	.052	.157	-.185	-.127	.363*
	Sig. (2-tailed)	.012	.038		.612	.701	.826	.359	.083	.376	.741	.313	.234	.416	.017
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.4	Pearson Correlation	.064	.166	-.080	1	.493**	.300	.018	-.057	.040	.276	.098	.346*	.159	.507**
	Sig. (2-tailed)	.681	.287	.612		.001	.050	.907	.716	.801	.074	.532	.023	.309	.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.5	Pearson Correlation	.004	.128	.060	.493**	1	.138	.120	.081	.006	.156	.194	.228	.165	.511**
	Sig. (2-tailed)	.981	.414	.701	.001		.376	.444	.605	.967	.318	.212	.142	.290	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.6	Pearson Correlation	.096	.252	.034	.300	.138	1	.113	-.101	.107	.193	-.088	-.173	.084	.327*
	Sig. (2-tailed)	.539	.103	.826	.050	.376		.470	.519	.493	.214	.573	.268	.594	.032
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.7	Pearson Correlation	.102	.244	.143	.018	.120	.113	1	.363*	.198	.204	.292	.376*	.295	.616**
	Sig. (2-tailed)	.514	.115	.359	.907	.444	.470		.017	.204	.189	.057	.013	.055	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.8	Pearson Correlation	-.048	.099	.268	-.057	.081	-.101	.363*	1	.243	-.025	.413**	.285	.022	.455**
	Sig. (2-tailed)	.761	.526	.083	.716	.605	.519	.017		.117	.876	.006	.063	.888	.002
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.9	Pearson Correlation	.097	.178	.139	.040	.006	.107	.198	.243	1	.242	-.031	-.066	-.110	.339*
	Sig. (2-tailed)	.536	.254	.376	.801	.967	.493	.204	.117		.118	.844	.675	.483	.026

	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.10	Pearson Correlation	-.026	.014	.052	.276	.156	.193	.204	-.025	.242	1	-.126	.027	-.061	.334*
	Sig. (2-tailed)	.870	.928	.741	.074	.318	.214	.189	.876	.118		.422	.863	.695	.029
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.11	Pearson Correlation	.245	.314*	.157	.098	.194	-.088	.292	.413**	-.031	-.126	1	.323*	.302*	.542**
	Sig. (2-tailed)	.113	.040	.313	.532	.212	.573	.057	.006	.844	.422		.035	.049	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.12	Pearson Correlation	-.156	-.022	-.185	.346*	.228	-.173	.376*	.285	-.066	.027	.323*	1	.373*	.426**
	Sig. (2-tailed)	.317	.887	.234	.023	.142	.268	.013	.063	.675	.863	.035		.014	.004
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y1.13	Pearson Correlation	.023	.146	-.127	.159	.165	.084	.295	.022	-.110	-.061	.302*	.373*	1	.387*
	Sig. (2-tailed)	.883	.351	.416	.309	.290	.594	.055	.888	.483	.695	.049	.014		.010
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.385*	.552**	.363*	.507**	.511**	.327*	.616**	.455**	.339*	.334*	.542**	.426**	.387*	1
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.017	.001	.000	.032	.000	.002	.026	.029	.000	.004	.010	
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 5. Hasil Uji Validitas Y2 Kepentingan

### Correlations

	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2.7	Y2.8	Y2.9	Y2.10	Y2.11	TOTAL	
Y2.1	Pearson Correlation	1	.503**	.430**	.036	-.039	.091	.093	-.010	.090	.023	.211	.440**
	Sig. (2-tailed)		.001	.004	.821	.803	.560	.554	.951	.566	.886	.175	.003
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y2.2	Pearson Correlation	.503**	1	.395**	.133	.070	.251	.234	.158	.166	.108	.276	.590**
	Sig. (2-tailed)	.001		.009	.394	.654	.105	.130	.312	.288	.489	.073	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

	Pearson Correlation	.430**	.395**	1	-.080	.187	.085	.091	.119	-.041	.028	.157	.435**
Y2.3	Sig. (2-tailed)	.004	.009		.612	.229	.589	.560	.448	.793	.860	.313	.004
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.036	.133	-.080	1	.400**	.198	.064	.075	.190	.281	.098	.491**
Y2.4	Sig. (2-tailed)	.821	.394	.612		.008	.203	.685	.635	.223	.068	.532	.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	-.039	.070	.187	.400**	1	.131	.114	.164	.004	.098	.120	.472**
Y2.5	Sig. (2-tailed)	.803	.654	.229	.008		.401	.466	.293	.978	.533	.444	.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.091	.251	.085	.198	.131	1	.022	-.147	.043	.137	-.084	.322*
Y2.6	Sig. (2-tailed)	.560	.105	.589	.203	.401		.889	.346	.782	.381	.593	.035
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.093	.234	.091	.064	.114	.022	1	.396**	.222	.219	.295	.560**
Y2.7	Sig. (2-tailed)	.554	.130	.560	.685	.466	.889		.009	.153	.158	.055	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	-.010	.158	.119	.075	.164	-.147	.396**	1	.236	-.027	.474**	.491**
Y2.8	Sig. (2-tailed)	.951	.312	.448	.635	.293	.346	.009		.128	.863	.001	.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.090	.166	-.041	.190	.004	.043	.222	.236	1	.346*	.029	.431**
Y2.9	Sig. (2-tailed)	.566	.288	.793	.223	.978	.782	.153	.128		.023	.854	.004
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.023	.108	.028	.281	.098	.137	.219	-.027	.346*	1	-.045	.415**
Y2.10	Sig. (2-tailed)	.886	.489	.860	.068	.533	.381	.158	.863	.023		.776	.006
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.211	.276	.157	.098	.120	-.084	.295	.474**	.029	-.045	1	.497**
Y2.11	Sig. (2-tailed)	.175	.073	.313	.532	.444	.593	.055	.001	.854	.776		.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Pearson Correlation	.440**	.590**	.435**	.491**	.472**	.322*	.560**	.491**	.431**	.415**	.497**	1
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.004	.001	.001	.035	.000	.001	.004	.006	.001	

N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 6. Hasil Uji Validitas Y3 Kepentingan

### Correlations

	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	Y3.5	TOTAL
Y3.1 Pearson Correlation	1	.412**	.282	.167	.079	.635**
Y3.1 Sig. (2-tailed)		.006	.067	.285	.614	.000
Y3.1 N	43	43	43	43	43	43
Y3.2 Pearson Correlation	.412**	1	.210	-.042	.060	.522**
Y3.2 Sig. (2-tailed)	.006		.176	.790	.703	.000
Y3.2 N	43	43	43	43	43	43
Y3.3 Pearson Correlation	.282	.210	1	.444**	.322*	.741**
Y3.3 Sig. (2-tailed)	.067	.176		.003	.035	.000
Y3.3 N	43	43	43	43	43	43
Y3.4 Pearson Correlation	.167	-.042	.444**	1	.243	.601**
Y3.4 Sig. (2-tailed)	.285	.790	.003		.117	.000
Y3.4 N	43	43	43	43	43	43
Y3.5 Pearson Correlation	.079	.060	.322*	.243	1	.559**
Y3.5 Sig. (2-tailed)	.614	.703	.035	.117		.000
Y3.5 N	43	43	43	43	43	43
TOTAL Pearson Correlation	.635**	.522**	.741**	.601**	.559**	1
TOTAL Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
TOTAL N	43	43	43	43	43	43

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran 8. Uji Reliabilitas

### 1. Hasil Uji Reliabilitas X1 Harapan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.660	13

### 2. Hasil Uji Reliabilitas X2 Harapan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	11

### 3. Hasil Uji Reliabilitas X3 Harapan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	5

### 4. Hasil Uji Validitas Y1 Kepentingan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.660	13

### 5. Hasil Uji Validitas Y2 Kepentingan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	11



## 6. Hasil Uji Validitas Y3 Kepentingan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.729	5

## LAMPIRAN 9. Uji CSI

Hasil perhitungan kepuasan pengunjung menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

## X1 Harapan

Responden	Kualitas Agrowisata Paloh Naga												
	Pernyataan/Pertanyaan												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	5	4	5	3	3	3	4	3	4	5	3	3	4
2	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
3	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
6	5	5	5	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5
7	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
8	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	3	4
9	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
10	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	4	5
11	5	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
12	3	4	5	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3
13	5	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5	3	4
14	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
15	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	5	4
16	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4
17	4	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4	3	4
18	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4

19	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	3	4	5
20	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
21	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	5	5	5
22	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4
23	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	5
24	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5
25	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
26	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
27	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	3	5	5
28	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3
29	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4
30	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
31	3	4	3	3	3	3	5	4	4	4	3	4	4
32	4	5	4	4	3	5	5	3	5	5	3	4	5
33	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4
34	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5
35	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5
36	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4
37	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	5
38	4	4	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	5
39	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	5
40	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4
41	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4
42	3	3	5	3	3	4	4	5	4	5	3	4	3
43	4	4	3	5	5	4	4	3	3	5	4	5	4
Jumlah	<b>174</b>	<b>172</b>	<b>180</b>	<b>160</b>	<b>170</b>	<b>175</b>	<b>181</b>	<b>174</b>	<b>175</b>	<b>183</b>	<b>166</b>	<b>174</b>	<b>184</b>
Rata-rata	<b>4.0</b>	<b>4.2</b>	<b>4.1</b>	<b>3.7</b>	<b>3.9</b>	<b>4.0</b>	<b>4.2</b>	<b>4.0</b>	<b>4.0</b>	<b>4.2</b>	<b>3.8</b>	<b>4.0</b>	<b>4.2</b>
	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>8</b>

**X2 Harapan**

Responden	Fasilitas yang disediakan oleh pihak Agrowisata Paloh Naga										
	Pernyataan/Pertanyaan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	5	4	5	3	3	3	4	3	4	5	3
2	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
3	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
6	5	5	5	3	3	3	5	5	3	3	5
7	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
8	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4
9	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
10	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3
11	5	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3
12	3	4	5	3	4	3	3	3	4	4	3
13	5	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5
14	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4
15	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4
16	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4
17	4	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
19	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	3
20	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
21	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	5
22	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4
23	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4
24	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
25	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
26	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
27	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	3

28	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
29	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4
30	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
31	3	4	3	3	3	3	5	4	4	4	3
32	4	5	4	4	3	5	5	3	5	5	3
33	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4
34	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4
35	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
36	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4
37	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4
38	4	4	4	3	5	4	5	4	3	5	5
39	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3
40	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3
41	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3
42	4	4	5	3	5	5	4	4	3	3	3
43	4	4	3	5	4	3	5	5	5	4	4
<b>Jumlah</b>	<b>175</b>	<b>180</b>	<b>180</b>	<b>160</b>	<b>171</b>	<b>175</b>	<b>182</b>	<b>175</b>	<b>176</b>	<b>180</b>	<b>166</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>4.07</b>	<b>4.19</b>	<b>4.19</b>	<b>3.72</b>	<b>3.98</b>	<b>4.07</b>	<b>4.23</b>	<b>4.07</b>	<b>4.09</b>	<b>4.19</b>	<b>3.86</b>

**X3 Harapan**

Responden	Harga di Agrowisata Paloh Naga				
	Pernyataan/Pertanyaan				
	1	2	3	4	5
1	4	4	4	5	5
2	4	5	5	5	5
3	4	4	5	5	5
4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5
7	4	4	4	5	4
8	3	4	5	5	3
9	5	4	5	5	5
10	4	5	4	4	3
11	3	3	4	4	5
12	3	3	4	4	4
13	3	4	4	5	4
14	5	4	5	5	5
15	5	4	5	4	4
16	4	4	4	5	4
17	3	4	4	4	5
18	4	4	4	5	4
19	4	5	5	4	5
20	5	5	4	4	4
21	5	5	4	4	4
22	4	4	3	4	4
23	5	5	5	5	5
24	3	5	4	4	4
25	3	4	3	4	5
26	4	5	4	5	5
27	5	5	5	5	5



28	4	3	5	4	4
29	4	5	5	4	5
30	5	5	3	3	3
31	4	4	3	3	4
32	4	5	5	5	5
33	4	4	3	4	4
34	5	5	5	5	4
35	4	5	4	4	5
36	5	4	4	5	5
37	4	5	5	4	4
38	4	5	4	4	3
39	4	5	4	4	5
40	4	4	4	4	5
41	4	4	4	3	4
42	4	5	5	3	5
43	4	5	4	3	5
<b>Jumlah</b>	<b>178</b>	<b>191</b>	<b>184</b>	<b>185</b>	<b>190</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>4.14</b>	<b>4.44</b>	<b>4.28</b>	<b>4.30</b>	<b>4.42</b>

Hasil perhitungan kepuasan pengunjung menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

### Y1 Kepetingan

Responden	Kualitas Agrowisata Paloh Naga												
	Pernyataan/Pertanyaan												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	5	4	5	3	3	3	4	3	4	5	3	3	4
2	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
3	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4

6	5	5	5	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5
7	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
8	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	3	4
9	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
10	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	4	5
11	5	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
12	3	4	5	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3
13	5	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5	3	4
14	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
15	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	5	4
16	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4
17	4	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4	3	4
18	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
19	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	3	4	5
20	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
21	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	5	5	5
22	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4
23	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	5
24	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5
25	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
26	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
27	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	3	5	5
28	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3
29	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4
30	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
31	3	4	3	3	3	3	5	4	4	4	3	4	4
32	4	5	4	4	3	5	5	3	5	5	3	4	5
33	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4
34	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5
35	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5
36	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4

37	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	5
38	4	4	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	5
39	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	5
40	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4
41	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4
42	3	3	5	3	3	4	4	5	4	5	3	4	3
43	4	4	3	5	5	4	4	3	3	5	4	5	4
<b>Jumlah</b>	<b>167</b>	<b>172</b>	<b>172</b>	<b>152</b>	<b>162</b>	<b>167</b>	<b>173</b>	<b>166</b>	<b>168</b>	<b>173</b>	<b>159</b>	<b>170</b>	<b>181</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>4.07</b>	<b>4.20</b>	<b>4.20</b>	<b>3.71</b>	<b>3.95</b>	<b>4.07</b>	<b>4.22</b>	<b>4.05</b>	<b>4.10</b>	<b>4.22</b>	<b>3.88</b>	<b>4.15</b>	<b>4.41</b>

## Y2 Kepentingan

Responden	Fasilitas yang disediakan oleh pihak Agrowisata Paloh Naga										
	Pernyataan/Pertanyaan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	5	4	5	3	3	3	4	3	4	5	3
2	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
3	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
6	5	5	5	3	3	3	5	5	3	3	5
7	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
8	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4
9	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
10	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3
11	5	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3
12	3	4	5	3	4	3	3	3	4	4	3
13	5	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5
14	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4

15	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4
16	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4
17	4	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
19	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	3
20	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
21	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	5
22	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4
23	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4
24	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
25	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
26	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
27	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	3
28	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
29	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4
30	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
31	3	4	3	3	3	3	5	4	4	4	3
32	4	5	4	4	3	5	5	3	5	5	3
33	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4
34	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4
35	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
36	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4
37	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4
38	4	4	4	3	5	4	5	4	3	5	5
39	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3
40	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3
41	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3
42	4	4	5	3	5	5	4	4	3	3	3
43	4	4	3	5	4	3	5	5	5	4	4
<b>Jumlah</b>	<b>167</b>	<b>172</b>	<b>172</b>	<b>152</b>	<b>162</b>	<b>167</b>	<b>173</b>	<b>166</b>	<b>168</b>	<b>173</b>	<b>159</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>4.07</b>	<b>4.20</b>	<b>4.20</b>	<b>3.71</b>	<b>3.95</b>	<b>4.07</b>	<b>4.22</b>	<b>4.05</b>	<b>4.10</b>	<b>4.22</b>	<b>3.88</b>

**Y3 Kepentingan**

Responden	Harga di Agrowisata Paloh Naga				
	Pernyataan/Pertanyaan				
	1	2	3	4	5
1	4	4	4	5	5
2	4	5	5	5	5
3	4	4	5	5	5
4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5
7	4	4	4	5	4
8	3	4	5	5	3
9	5	4	5	5	5
10	4	5	4	4	3
11	3	3	4	4	5
12	3	3	4	4	4
13	3	4	4	5	4
14	5	4	5	5	5
15	5	4	5	4	4
16	4	4	4	5	4
17	3	4	4	4	5
18	4	4	4	5	4
19	4	5	5	4	5
20	5	5	4	4	4
21	5	5	4	4	4
22	4	4	3	4	4
23	5	5	5	5	5
24	3	5	4	4	4
25	3	4	3	4	5
26	4	5	4	5	5
27	5	5	5	5	5



28	4	3	5	4	4
29	4	5	5	4	5
30	5	5	3	3	3
31	4	4	3	3	4
32	4	5	5	5	5
33	4	4	3	4	4
34	5	5	5	5	4
35	4	5	4	4	5
36	5	4	4	5	5
37	4	5	5	4	4
38	4	5	4	4	3
39	4	5	4	4	5
40	4	4	4	4	5
41	4	4	4	3	4
42	4	5	5	3	5
43	4	5	4	3	5
<b>Jumlah</b>	<b>170</b>	<b>181</b>	<b>175</b>	<b>179</b>	<b>180</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>4.15</b>	<b>4.41</b>	<b>4.27</b>	<b>4.37</b>	<b>4.39</b>



## UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/7/24

Access From (repository.uma.ac.id)1/7/24

No	Indikator Peluang	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating	
1	Memiliki panorama persawahan yang indah dan udara yang sejuk	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	148	0.116	3.442	0.400	
2	Dukungan pemerintah dan BUMDES dalam pengembangan sektor pertanian dan sektor pariwisata	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	3	2	4	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	139	0.109	3.233	0.353	
3	Membuka peluang lapangan pekerjaan dan wirausaha bagi masyarakat setempat	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	144	0.113	3.349	0.379	
4	Tren pasar saat ini yang sesuai dengan konsep agrowisata (back to nature)	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	147	0.115	3.419	0.394	
5	eduwisata yang menjadi daya tarik sekolah-sekolah di Kabupaten Pati dan sekitarnya	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	2	4	3	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	2	3	3	4	2	2	3	4	4	4	139	0.109	3.233	0.353	
<b>TOTAL</b>																																													<b>717</b>	<b>0.563</b>		<b>1.878</b>	
No	Indikator Ancaman	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating	
1	Adanya objek wisata lain di sekitar agrowisata yang tidak kalah diminati oleh wisatawan	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	4	2	4	1	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3	137	0.108	3.186	0.343
2	sulit dan tidak strategis (jalannya sempit dan mudah macet saat musim liburan)	3	2	2	4	3	1	2	4	4	3	3	3	3	3	1	2	1	3	3	2	3	4	2	2	3	1	3	1	2	3	3	3	3	4	1	3	3	2	3	4	1	2	4	112	0.088	2.605	0.229	
3	Faktor cuaca dan iklim yang tidak menentu	3	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	4	2	4	108	0.085	2.512	0.213
4	Jumlah wisatawan yang belum tercapai	2	2	4	3	4	3	3	3	2	3	4	2	3	2	1	2	1	1	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	4	3	4	3	2	1	3	3	3	2	2	1	2	3	114	0.089	2.651	0.237	
5	Pemandangan kurang bagus saat padi sudah panen	2	1	1	4	2	2	1	3	3	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	4	2	4	2	1	1	1	2	1	1	2	2	4	3	2	2	4	1	1	1	1	4	86	0.068	2.000	0.135	
<b>TOTAL</b>																																													<b>557</b>	<b>0.437</b>		<b>1.157</b>	
<b>TOTAL KESELURUHAN</b>																																													<b>1274</b>	<b>1</b>		<b>3.035</b>	









