

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PARA PENGUNJUNG  
OBJEK WISATA DREAMLAND  
KECAMATAN AJIBARANG KABUPATEN BANYUMAS**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
Untuk Memenuhi Persyaratan Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi ( S.E )

**IAIN PURWOKERTO**

Oleh:

**Ruknal Sani Nur Wafa**  
**NIM. 1223203034**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
2017**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PARA PENGUNJUNG  
OBJEK WISATA DREAMLAND  
KECAMATAN AJIBARANG KABUPATEN BANYUMAS**

Oleh: Ruknal Sani Nur Wafa  
NIM. 1223203034

**ABSTRAK**

Kepuasan konsumen adalah salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan jasa pelayanan masyarakat bila ingin usahanya bertahan lama. Kepuasan yang dirasakan antara konsumen satu dengan lainnya pada suatu produk atau jasa adalah berbeda. Oleh karena itu penting untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk atau jasa, seperti halnya penelitian tentang tingkat kepuasan pengunjung setelah mengunjungi Dreamland. Dengan mengetahui tingkat kepuasan pengunjung maka dapat dilakukan langkah-langkah strategis untuk keberlangsungan Dreamland di masa depan. Dalam penelitian ini, masalah umum yang dikemukakan adalah bagaimana tingkat kepuasan para pengunjung pada objek wisata Dreamland? Seberapa tingginya dan langkah-langkah strategis apa yang perlu dilakukan untuk keberlangsungan di masa depan menggunakan analisis SWOT?

Berdasarkan tujuannya penelitian ini termasuk penelitian *deskriptif kuantitatif*. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu tingkat kepuasan pengunjung. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuisioner kepada 96 responden. Kemudian data dianalisis dengan statistik sederhana yaitu prosentase dan uji t test satu sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Tingkat kepuasan pengunjung setelah mengunjungi dan berwisata di objek wisata Dreamland adalah tinggi. Pengunjung merasa puas pada semua aspek kepuasan pengunjung yang meliputi kenyamanan, hubungan konsumen dengan karyawan, kompetensi petugas, dan biaya. 2) Langkah-langkah dan strategi untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Dreamland di masa mendatang dengan analisis SWOT ditemukan ada 4 strategi peningkatan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Dreamland di masa mendatang.

**Kata Kunci: Tingkat Kepuasan Pengunjung, Analisis SWOT**

**ANALYZISE SATISFACTION CUSTOMER LEVEL DREAMLAND  
TOURISM OBJECT  
AT AJIBARANG DISTRICT OF BANYUMAS REGION**

Ruknal Sani Nur Wafa  
NIM. 1223203034

**ABSTRACT**

*Customer satisfaction was a factor be able to attentioning by service company if want to suistanable. Satisfaction which costumer feels at the product or serv was different. So that important to knowing the customer satisfaction level at the prodect or service, like the customer satisfaction level after visiting to Dreamland. With knowing the customer satisfaction level so could get the strategic steps for Dreamland suistanable at the future. In this research, general problem of the focus was how the customer satisfaction level of Dreamland tourism object? How high and what strategic steps to do for suistanable in the future with SWOT analyzise?*

*Based on the aim of this study included an descriptive quantitative research. Variable of this research is single variable that customer satisfaction level. Reserch data collecting by questioner to 96 respondecence. Than the data analyzed with simple statistic that was prozentaseand one sample t test.*

*Result of the research showm that: 1) Customer satisfaction level after visiting Dreamland tourism object was high. The cusatomer feel satisfaction on all aspect customer satisfaction around comfortable, relationships with employee, employee competence, and cost aspect. 2) the strategic steps to increasing customer satisfaction at the future with SWOT analyzise, have 4 strategy increasing quality service for increase the customer satisfaction Dreamland at the future.*

**Key Words: Customer Satisfaction Level, SWOT Analyzise.**

IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRAK .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....	ix
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	4
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b>	
A. Kerangka Teori .....	12
1. Kepuasan .....	12
2. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam .....	16
3. Manajemen Strategis .....	20
4. Alur Pemikiran .....	22

B. Tinjauan Pustaka .....	24
C. Hipotesis Penelitian .....	43
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	44
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	44
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	44
D. Variabel dan Indikator Penelitian .....	46
E. Teknik Pengumpulan Data .....	46
F. Analisis Data Penelitian .....	47
<b>BAB IV    PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	
A. Deskripsi Umum Objek Wisata Dreamland .....	49
B. Deskripsi Responden Penelitian.....	56
C. Hasil Analisis Data .....	58
1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	58
a. Hasil Uji Validitas .....	58
b. Hasil Uji Reliabilitas .....	59
2. Hasil Uji Normalitas Data .....	59
3. Deskriptif Statistik Data Penelitian .....	59
4. Tingkat Kepuasan Pengunjung Dreamland .....	63
5. Tingkat Kepuasan Pengunjung Berdasar Karakteristik Responden .....	66
a. Tingkat Kepuasan Pengunjung Berdasar Asal Pengunjung .....	66
b. Tingkat Kepuasan Pengunjung Berdasar Jenis Kelamin Pengunjung .....	72
c. Tingkat Kepuasan Pengunjung Berdasar Usia Pengunjung .....	78
D. Strategi untuk Membentuk Kepuasan Konsumen yang Berkelanjutan .....	84
E. Pembahasan .....	87
<b>BAB V    PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu .....	34
4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasar Asal Daerah .....	56
4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasar Jenis Kelamin .....	56
4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasar Usia Responden .....	57
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung .....	58
4.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	59
4.6 Deskripsi statistik item pertanyaan/ Pernyataan kepuasan pengunjung .....	60
4.7 Deskriptif Statistik Aspek Kepuasan Pengunjung .....	62
4.8 Tingkat Kepuasan Pengunjung Dreamland.....	64
4.9 Kepuasan Pengunjung Pada Masing- masing Pernyataan .....	65
4.10 Kepuasan Pengunjung Berdasar Asal Daerah Pada Aspek Kenyamanan .....	67
4.11 Kepuasan Pengunjung Berdasar Asal Daerah Pada Aspek Hubungan dengan Karyawan .....	69
4.12 Kepuasan Pengunjung Berdasar Asal Daerah Pada Aspek Kopetensi Petugas .....	70
4.13 Kepuasan Pengunjung Berdasar Asal Daerah Pada Aspek biaya .....	71
4.14 Kepuasan Pengunjung Berdasar Jenis Kelamin Aspek Kenyamanan .....	73
4.15 Kepuasan Pengunjung Berdasar Jenis Kelamin Aspek Hubungan dengan Karyawan .....	74
4.16 Kepuasan Pengunjung Berdasar Jenis Kelamin Aspek Kompetensi Petugas .....	76
4.17 Kepuasan Pengunjung Berdasar Jenis Kelamin Aspek Biaya .....	7
4.18 Kepuasan Pengunjung Berdasar Usia Pada Aspek Kenyamanan .....	77
4.19 Kepuasan Pengunjung Berdasar Usia	

Aspek Hubungan dengan Karyawan .....	76
4.20 Kepuasan Pengunjung Berdasar Usia pada Kompetensi Petugas .....	82
4.21 Kepuasan Pengunjung Berdasar Usia pada Aspek Biaya .....	83



## DAFTAR GAMBAR

2.1 Alur Pikir Penelitian.....	24
4.1 Kawasan Wisata Dreamland Ajibarang, Banyumas .....	49
4.2 Fasilitas Dreamland .....	50
4.3 Wahana Dreamland .....	51
4.4 Kafe Dreamland dan Bioskop 4 Dimensi.....	54
4.5 Flying Fox dan Water Boom .....	55



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kemajuan ekonomi masyarakat. Pariwisata telah menjadi aktivitas sosial ekonomi, dan industri dalam skala besar yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi. Pariwisata juga melibatkan industri sektor lainnya seperti transportasi, dan akomodasi secara ekonomis<sup>1</sup>, sehingga dari sisi ekonomi tentu terjadi perubahan pada tingkat pendapatan masyarakat.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan memberi pengertian tentang wisata sebagai suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Lebih lanjut dijelaskan bahwa pariwisata adalah kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Kegiatan pariwisata di suatu daerah dapat menjadikan daerah tersebut sebagai pusat ekonomi. Pusat perekonomian yang terbentuk inilah kemudian yang dinamakan sebagai pusat pertumbuhan (*growth pole*). Menurut Tarigan pusat pertumbuhan (*growth pole*) secara fungsional diartikan sebagai suatu lokasi konsentrasi kelompok usaha atau cabang industri yang karena sifat hubungannya memiliki unsur-unsur kedinamisan sehingga mampu menstimulasi kehidupan ekonomi baik ke dalam maupun ke luar wilayah. Pusat pertumbuhan ini dapat memberi pengaruh positif dan negatif terhadap daerah di sekitarnya. Pengaruh positif terhadap perkembangan daerah sekitarnya disebut *spread effect*, contohnya terbukanya dan penduduk sekitar dapat memasarkan bahan mentah hasil

---

<sup>1</sup>I Gede Pitana dan Putu G Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), hlm. 110.

produksinya. Pengaruh negatifnya disebut *backwash effect*, contohnya adanya ketimpangan wilayah, meningkatnya kriminalitas, dan kerusakan lingkungan.<sup>2</sup>

Adanya pusat pertumbuhan juga diharapkan mampu menciptakan efek pengganda (*multiplier effect*), yaitu keberadaan sektor-sektor yang saling terkait dan saling mendukung akan menciptakan efek pengganda. Misal, ada satu sektor yang permintaan dari luar wilayah meningkat sehingga produksinya meningkat, berdampak pada meningkatnya permintaan bahan baku dan tenaga kerja, karena ada keterkaitan membuat banyak sektor lain juga akan meningkat dan akan terjadi beberapa kali putaran pertumbuhan. Unsur efek pengganda ini yang membuat wilayah wisata tersebut sangat berperan dalam memacu pertumbuhan wilayah sekitarnya.<sup>3</sup>

Industri pariwisata di wilayah Banyumas dan sekitarnya sebagaimana industri pariwisata pada umumnya berkembang pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya objek wisata buatan dan wisata alam yang ditawarkan kepada masyarakat, seperti Kebun Raya Baturaden, Owabong di Purbalingga, Taman Surya Yudha di Banjarnegara, Pantai Widara Payung di Kroya, Pantai dan Teluk Penyu di Cilacap, dan Dreamland di Kecamatan Ajibarang.

Objek Wisata Dream Land sangat diminati oleh wisatawan yang ditunjukkan oleh banyaknya pengunjung. Pada tahun 2015 objek wisata Dream Land dikunjungi wisatawan sebanyak 1.320.587 orang. Pengunjung Dream Land mayoritas datang dari luar kabupaten Banyumas, seperti dari wilayah timur, Tegal hingga Jawa Barat.<sup>4</sup> Sebagai perbandingan, jumlah pengunjung di beberapa objek wisata lainnya di wilayah Banyumas dan sekitarnya adalah sebagai berikut: 1) Jumlah pengunjung Purbasari Pancuranmas selama tahun 2015 mencapai 1.008.048 wisatawan<sup>5</sup>, 2) jumlah pengunjung Surya Yudha Park Banjarnegara

---

<sup>2</sup>Siska Anggraeni, Peran Pembangunan Kawasan Wisata Jawa Timur Park II Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat di Sekitarnya, (*Jurnal Ilmiah*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 2005), hlm. 1-12.

<sup>3</sup>*Ibid.*

<sup>4</sup>General Manajer Dreamland and Water Park Ajibarang, 4 Agustus 2017.

<sup>5</sup>General Manajer Purbasari Pancuranmas, 4 Agustus 2017.

selama tahun 2015 sebanyak 891.024 wisatawan<sup>6</sup>, dan 3) jumlah pengunjung objek wisata air Bojongsari (Owabong) selama tahun 2015 mencapai 1.119.934 wisatawan.<sup>7</sup> Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Dreamland lebih banyak dibanding objek wisata lainnya, sebagai objek wisata yang relatif masih baru sudah mampu menarik minat banyak pengunjung dari dalam dan luar wilayah Banyumas untuk berkunjung dan dapat bersaing dengan objek wisata lainnya yang lebih dulu ada. Banyaknya jumlah pengunjung Dreamland walaupun masih baru, antara lain adalah karena Dreamland merupakan satu-satunya objek wisata buatan yang terletak di bagian selatan Kabupaten Banyumas, di mana secara geografis berdekatan dengan kabupaten lain seperti kabupaten Cilacap, Brebes dan Tegal sehingga area pemasaran Dreamland menjangkau wilayah tersebut. Maka tidak berlebihan bila dikatakan Dreamland sangat berpotensi untuk terus berkembang dan menjadi penggerak perekonomian masyarakat di wilayah Ajibarang dan sekitarnya. Hal-hal inilah yang menjadi alasan bagi peneliti memilih Dreamland sebagai tempat penelitian, dan menurut peneliti Dreamland mampu menjadi magnet bagi masyarakat untuk berkunjung ke sana.

Pesatnya perkembangan wisata di Kabupaten Banyumas yang ditunjukkan dengan semakin banyaknya objek wisata alam dan objek wisata buatan, menimbulkan persaingan yang ketat dalam menarik para pengunjung. Oleh karena itu para pengelola dituntut untuk memberi layanan yang memuaskan kepada para pengunjung untuk mendapatkan kepuasan pengunjung sehingga berkunjung kembali dan dapat menambah pengunjung baru. Salah satu upaya yang dilakukan untuk memberi kepuasan kepada pengunjung adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan kepariwisataan.

Kualitas pelayanan kepariwisataan dapat dinilai dari kepuasan pengunjung. Oleh karena itu kepuasan pengunjung adalah hal sangat penting untuk diperhatikan oleh pengelola Dreamland. Membentuk kepuasan pengunjung yang berkelanjutan adalah strategi yang tepat untuk merebut minat konsumen. Hal

---

<sup>6</sup>Haryadi, *Jumah Pengunjung Bank Surya Yudha Park Meningkat*, (Harian Terbit, 16 Januari 2016).

<sup>7</sup>Khoirul Muzzaki, *Pengunjung Owabong Capai 1,2 Juta Orang selama 2015*, (Tribun Jateng, 25 Januari 2016).

tersebut dapat diwujudkan dengan cara mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terlebih dulu. Tingkat kepuasan pengunjung dapat memberi informasi pada pihak Dreamland tentang tinggi rendahnya atau besar kecilnya kepuasan konsumen atas pelayanan wisatanya. Tingkat kepuasan pengunjung juga dapat digunakan sebagai input untuk bahan pertimbangan dan referensi dalam membuat kebijakan guna meningkatkan kualitas pelayanan kepariwisataan. Karena itu, penting dilakukan penelitian tentang tingkat kepuasan pengunjung terhadap objek wisata Dreamland, untuk mengetahui apakah pengunjung puas terhadap objek wisata Dreamland, seberapa tinggi tingkat kepuasaannya, apakah sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah atau sangat rendah. Yang dituangkan dalam bentuk penelitian dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Para Pengunjung Objek Wisata Dreamland Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas”.

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Pengunjung Objek Wisata**

Pengunjung objek wisata adalah orang yang datang berkunjung ke suatu objek wisata, atau disebut juga dengan wisatawan. Menurut Pendit (2003), wisatawan adalah seorang yang mengadakan perjalanan untuk melihat sesuatu yang lain.<sup>8</sup> Yoeti (1999) mengemukakan bahwa wisatawan adalah semua orang yang memenuhi dua syarat, pertama mereka meninggalkan rumah kediamannya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun, kedua bahwa sementara mereka pergi, mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi dan tidak mencari nafkah di tempat tersebut.<sup>9</sup> Sedangkan menurut Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.<sup>10</sup>

*World Tourism Organization* (WTO) mendefinisikan pengunjung (*visitor*) yaitu setiap orang yang mengunjungi suatu tempat yang bukan merupakan

---

<sup>8</sup>I Gede Pitana dan Putu G Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, ..... hlm. 42.

<sup>9</sup>*Ibid.*

<sup>10</sup>Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata.

tempatnya sendiri dengan alasan apapun juga kecuali untuk mendapatkan pekerjaan yang dibayar oleh tempat yang dikunjunginya.<sup>11</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka pengertian pengunjung atau wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan ke suatu tempat untuk sementara dan mengeluarkan biaya, untuk melakukan kegiatan wisata. Dengan demikian yang dimaksud dengan pengunjung objek wisata Dreamland adalah orang yang berkunjung ke Dreamland untuk melakukan kegiatan wisata.

## 2. Tingkat Kepuasan

Kata kepuasan (*satisfaction*) menurut Tjiptono dan Georgeus berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “fatio” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau membuat suatu memadai”.<sup>12</sup> Menurut Kotler, kepuasan merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.<sup>13</sup> Sedang menurut Irawan kepuasan konsumen adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa.<sup>14</sup>

Menurut Lestari kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Maka, strategi peningkatan kepuasan pengunjung yang perlu dilakukan adalah dengan meningkatkan pengelolaan dan penambahan pelayanan, sehingga pengunjung yang datang dengan jarak lebih jauh akan menikmati kegiatan lebih lama.<sup>15</sup>

Dari pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil (suatu produk atau jasa) yang dirasakan

<sup>11</sup>I Gede Pitana dan Putu G Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, ..... hlm. 43.

<sup>12</sup>Afifudin, Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan, (*Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5, Nomor 12. 2017), hlm. 6-7.

<sup>13</sup>Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat. 2000), hlm. 52.

<sup>14</sup>Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), hlm. 3.

<sup>15</sup>Afifudin, *Pengaruh Lokasi*..... hlm. 7.

dengan harapan pelanggan akan produk atau jasa tersebut. Apabila hasil yang dirasakan di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Irawan mengemukakan bahwa faktor-faktor pendorong kepuasan konsumen terbagi atas lima bagian<sup>16</sup>, yaitu :

a. Kualitas produk

Konsumen merasa puas kalau setelah membeli atau menggunakan produk atau jasa ternyata memiliki kualitas yang baik.

b. Harga

Untuk konsumen yang sensitif, biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan nilai uang yang tinggi. Komponen harga relatif tidak penting bagi yang tidak sensitif, mereka memilih harga yang sedikit mahal namun kualitasnya baik daripada murah tetapi kualitasnya tidak sesuai dengan keinginannya.

c. *Service quality*

Untuk memuaskan pelanggan, suatu perusahaan hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

Terkait dengan kepuasan pelanggan, Sabarguna menyatakan ada 4 aspek kepuasan konsumen, yaitu<sup>17</sup>:

- a. Aspek kenyamanan, meliputi lokasi usaha, kebersihan dan kenyamanan
- b. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan, meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani konsumen.
- c. Aspek kompetensi petugas, meliputi keberanian bertindak dan pengalaman
- d. Aspek biaya, meliputi harga produk, terjangkau atau tidak oleh konsumen.

Berdasarkan aspek-aspek kepuasan konsumen yang dikemukakan di atas, maka aspek yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan para

<sup>16</sup>Irawan, *10 Prinsip Kepuasan*..... hlm. 37-40.

<sup>17</sup>Sabarguna B.S., *Quality Assurance Pelayanan Rumah Sakit*, Edisi Kedua, (Yogyakarta: Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng-DIY, 2004), hlm. 79.

pengunjung Dreamland dalam penelitian ini adalah aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi petugas, dan aspek biaya, yang dijabarkan dengan indikator: 1) kenyamanan, 2) hubungan konsumen dengan karyawan, 3) kompetensi petugas, 4) biaya (tarif masuk).<sup>18</sup>

### 3. Objek wisata Dreamland

Pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 disebutkan pengertian tentang wisata yaitu sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata juga disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Pariwisata sebagai industri disini adalah rangkaian proses aktivitas atau kegiatan produksi yang menghasilkan nilai tambah (*value added*) dan produknya bisa bersifat tidak konkret atau kasat mata (*intangible*).<sup>19</sup> Objek wisata adalah suatu objek yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah untuk berwisata karena daya tarik yang dimilikinya.<sup>20</sup> Objek wisata Dreamland adalah suatu tempat wisata buatan di desa Pancasan Kecamatan Ajibarang yang memiliki daya tarik berupa keindahan panorama yang dilengkapi dengan fasilitas wisata dan wahana yang bervariasi dan menarik sehingga sangat diminati wisatawan. Keberadaan Dream Land telah membuka lapangan usaha dan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar di mana telah menyerap 128 tenaga kerja lokal. Lapangan usaha yang timbul dengan adanya objek wisata Dream Land adalah pedagang yang berjualan di dalam dan di luar objek wisata. Keadaan ini berdampak pada pendapatan yang dihasilkan oleh masyarakat, dan dapat menambah kesejahteraan masyarakat secara ekonomi.

Dreamland telah menjadi daerah tujuan wisata bagi para wisatawan terutama yang berasal dari wilayah Jawa Tengah bagian Selatan karena di

<sup>18</sup>*Ibid.*

<sup>19</sup>I.Gede Pitana dan Putu GGayatri, *Sosiologi* .....hlm.68.

<sup>20</sup>*Ibid.*

sepanjang daerah tersebut belum banyak objek wisata buatan yang menawarkan berbagai wahana wisata dalam satu tempat wisata, sehingga praktis dan ekonomis. Dengan mengunjungi satu tempat objek wisata yaitu Dreamland, wisatawan sudah dapat menikmati berbagai fasilitas seperti berbagai macam kolam renang, danau buatan, taman reptil, mandi bola, gua buatan, terapi ikan, jet ski, perahu wisata, dan flying fox. Objek wisata ini sangat disenangi terutama oleh anak-anak dan remaja karena wahana yang ada sebagian besar ditujukan untuk menyenangkan anak-anak.

Harga tiket masuk tergolong murah dan sangat terjangkau oleh masyarakat umum yaitu untuk dewasa Rp 20.000,- pada hari biasa dan Rp 25.000,- pada hari libur, sedangkan untuk anak-anak di bawah lima tahun Rp 5.000,- untuk hari biasa dan hari libur. Dengan tiket tersebut wisatawan sudah dapat menikmati semua fasilitas dan wahana yang disediakan pengelola, kecuali *flying fox*, jet ski, dan perahu wisata bagi pengunjung yang ingin menikmatinya dikenai biaya lagi. Untuk fasilitas kamar mandi gratis, dan pelampung untuk anak-anak bermain di kolam renang juga gratis tidak perlu menyewa. Sehingga bagi konsumen kebanyakan Dreamland dinilai lebih murah dibandingkan objek wisata lain di mana harga tiket masuknya sudah mahal namun hanya dapat menikmati satu atau dua wahana saja, seperti taman saja, atau kolam renang saja, atau ada juga yang menawarkan taman dan kolam renang tapi untuk ke kamar kecil dikenai biaya, dan untuk pelampung masih dikenai biaya sewa. Kondisi-kondisi inilah yang menjadikan Dreamland menjadi pilihan tujuan wisata terutama bagi pengunjung yang berasal dari masyarakat sekitar dan wilayah lain yang dekat dengan Kecamatan Ajibarang, yang memang sangat membutuhkan tempat wisata buatan seperti Dreamland. Tetapi Dreamland juga masih memiliki kekurangan, seperti kurang luas lokasi wisatanya, dan wahana wisata masih kurang bervariasi dan perlu ditambah lagi agar lebih menarik sehingga setiap tahun ada wahana baru sehingga pengunjung tidak bosan dengan wahana yang itu-itu saja dari tahun ke tahun.

Dengan demikian maka yang dimaksud dengan judul penelitian ini yaitu Analisis Tingkat Kepuasan Para Pengunjung Objek Wisata Dreamland Kecamatan

Ajibarang Kabupaten Banyumas adalah tingkat kepuasan para pengunjung setelah berkunjung dan berwisata di objek wisata Dreamland, yang diukur dengan indikator: 1) kenyamanan, 2) hubungan konsumen dengan karyawan, 3) kompetensi petugas petugas, 4) biaya (tarif masuk). Tingkat kepuasan para pengunjung objek wisata Dreamland tersebut, oleh peneliti dikelompokkan dalam 5 kategori tingkat kepuasan, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah.

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan para pengunjung Objek Wisata Dreamland? Dari permasalahan pokok tersebut dapat dirinci menjadi:

1. Seberapa tinggi tingkat kepuasan para pengunjung Objek Wisata Dreamland?
2. Strategi apa saja yang digunakan untuk membentuk kepuasan konsumen yang berkelanjutan dianalisis dengan SWOT?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ialah pernyataan mengenai apa yang hendak dicapai. Tujuan peneliti dicantumkan agar yang membaca laporan dapat mengetahui dengan pasti tujuan peneliti sesungguhnya.<sup>21</sup> Tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. Mengetahui tingkat kepuasan para pengunjung Objek Wisata Dreamland.
- b. Menyusun strategi untuk membentuk kepuasan konsumen yang berkelanjutan menggunakan analisa SWOT agar Dreamland semakin maju dan berkembang di masa mendatang.

#### **2. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat luas, dan khususnya kepada:

---

<sup>21</sup>I Gusti Bagus Rai Utamadan Ni Made EkaMahadewi, *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), hlm. 23.

a. Penyusun

- 1) Menambah wawasan agar berfikir kritis dan sistematis dalam menghadapi masalah.
- 2) Dapat mengetahui bagaimana cara mengetahui tingkat kepuasan konsumen khususnya tingkat kepuasan para pengunjung di objek wisata Dreamland.
- 3) Sebagai salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana di bidang Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Purwokerto.

b. Pihak lain

- 1) Sebagai khazanah keilmuan dan tambahan literatur di bidang Ekonomi Syariah, terutama yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.
- 2) Sebagai informasi dan bahan masukan bagi pengelola Dreamland tentang tingkat kepuasan para pengunjung untuk mengambil strategi dan kebijakan yang tepat di masa datang.
- 3) Sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

### **E. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan dalam pelaporan penelitian ini terdiri dari 5 bab, di mana sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I merupakan uraian dan penjelasan dari bab pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, batasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II merupakan uraian dan penjelasan dari bab tinjauan pustaka dan kerangka teori yang berisi tentang hasil penelitian yang relevan, *grand theory* yaitu kepuasan konsumen, hipotesis dan kerangka pikir penelitian.

BAB III merupakan bab yang menguraikan dan menjelaskan bab metode penelitian yang berisi tentang tempat dan waktu penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV merupakan bab yang menjelaskan dan menguraikan hasil penelitian yang disertai dengan pembahasannya yang berisi tentang deskripsi data, pengujian syarat analisis data, hasil analisis data, dan pembahasan hasil analisis/penelitian.

BAB V merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian. Dan bagian akhir dari skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Tingkat kepuasan pengunjung setelah mengunjungi dan berwisata di objek wisata Dreamland adalah tinggi, dengan perolehan skore rata-rata kepuasan pengunjung pada semua aspek kepuasan sebesar 65,81 yang masuk dalam kategori tinggi. Semua skore jawaban responden pada setiap item pertanyaan memiliki rata-rata sebesar 4, yang masuk dalam bobot nilai tinggi yang berarti pengunjung merasa puas dengan berwisata di Dreamland. Demikian pula skore rata-rata pada masing-masing aspek kepuasan pengunjung yang meliputi kenyamanan sebesar 4,06 dibulatkan menjadi 4, hubungan konsumen dengan karyawan sebesar 3,76 dibulatkan menjadi 4, kompetensi petugas sebesar 3,82 dibulatkan menjadi 4, dan biaya sebesar 3,66 dibulatkan menjadi 4, sehingga masuk dalam bobot nilai tinggi yang berarti pengunjung merasa puas pada semua aspek kepuasan saat berwisata di Dreamland Kecamatan Ajibarang.
2. Langkah-langkah dan strategi yang perlu dilakukan oleh pihak manajemen atau pengelola objek wisata Dreamland untuk meningkatkan kepuasan pengunjung di masa mendatang yang dilakukan dengan analisis SWOT, yang mempertimbangkan faktor internal yaitu *strenght* (kekuatan) dan *worst* (kelemahan) yang ada pada objek wisata Dreamland, dan mempertimbangkan faktor eksternal yaitu *oportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman) yang berasal dari luar objek wisata Dreamland, ditemukan ada 6 strategi peningkatan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Dreamland di masa mendatang yang terdiri dari strategi S-O (*strength and oportunities*), strategi W-O (*weakness-opprtunities*), strategi S-T (*strength-threats*), dan strategi W-T (*weakness-threats*).

## **B. Saran**

Saran yang diberikan berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pihak pengelola wisata Dreamland lebih meningkatkan kenyamanan pengunjung, terutama terkait dengan keamanan atas barang bawaan pengunjung, misalnya dengan dibuat tempat penitipan barang untuk para pengunjung.
2. Wahana dalam objek wisata Dreamland dapat ditingkatkan dengan menambah beberapa wahana yang belum ada di Dreamland tapi sangat diminati pengunjung.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ishaq al-Syatibi, 1997. *al-Muwāfaqāt fiUṣūl asy-Syarīah*, Jilid 2. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyah.
- Ade Octavia, Suswitaroza dan Aulia Putri Anwar. 2012. Analisis Kepuasan Pasien Rawat Inap Bangsal Jantung di RSUD Raden Mattaher Jambi. *Jurnal Manajemen*. Vol 1 No.1 Hal: 11-30.
- Afifudin. 2016. Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5, Nomor 12, Hal: 1-17.
- Basiya dan Rozak. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Dinamika Kepariwisata* Vol. XI No. 2, Hal: 1-12.
- Benny Theodore. 2007. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Internet Kabel pada PT.Jogja Medianet. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi-Manajemen. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Choliq Sabana, Siti Nurhayati Alvis Muryodewanto. 2015. Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat PDAM Kota Pekalongan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 17. Nomor 02. Hal: 34-49.
- David, F.R. 2006. *Manajemen Strategis*. Edisi 10. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Geofany Rondonuwu, 2014. Tingkat Kepuasan Konsumen di Restoran Mc Donald's Manado. *Jurnal*. Fakultas Pertanian- Universitas Sam Ratulangi.
- Haryadi. 2015. Jumlah Pengunjung Bank Surya Yudha Park Meningkat. *Harian Terbit*. 16 Januari 2016.
- Husaini Usman dan Purnomo setiadi, 2006, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta, PT. Bumi Aksara.
- Irawan, Handi. 2002. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Khoirul Muzzaki..2017. Pengunjung Owabong Capai 1,2 Juta Orang selama 2016. *Tribun Jateng*. 25 Januari 2017.

- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*(Edisi pertama).Jakarta: Salemba Empat.
- Mahendra. 2013. Pengaruh Kualitaas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Griya Sunset Kuta. *Digital Library*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia. Hal.482-499.
- Massie, Kindangan danPalandeng. 2016. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Objek Wisata Sumaru Endo Remboken.*Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Volume 16 No. 01. Hal-86-97.
- Mieke Pratama dan Retno Setyorini. 2015. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Cabang Jalan Bengawan Bandung.*e-Proceeding of Management*. Vol.2, No.1. Hal: 749-757.
- Muhammad, 2005. *Ekonomi Mikro dalam Prespektif Islam*, Yogyakarta: BPFE. Hal: 187.
- Pitana, I.Gde dan Gayatri,Putu G..2005.. *Sosiologi Pariwisata*.. Yogyakarta: ANDI.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia: Ekonomi Islam. 2008. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Rohmad dan Supriyanto. 2015. *Pengantar Statistika, Panduan Praktis Bagi Pengajar dan Mahasiswa*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Sabarguna, B.S. 2004. *Quality Assurance Pelayanan Rumah Sakit*. Edisi Kedua. Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng-DIY. Yogyakarta.
- Sadono, Sukirno. 2002. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Santi Parmanti Widjaja, 2004, Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen : Studi Kasus di Restoran Rico. Skripsi.Jurusan Manajemen Fakultas EkonomiUniversitas Bina Nusantara-Jakarta.
- Siska Anggraeni..2005. Peran Pembangunan Kawasan Wisata Jawa Timur Park II Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat di Sekitarnya. Jurnal Ilmiah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang Hlm. 1-12.
- Siti Husna Ainu Syukri. 2014. Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis Gap pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja.*Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 13, No. 2, Hal: 103-111.

Soebagyo.2012. Strategi Pengembangan Pariwisata Di Indonesia.Jurnal Liquidity. [internet].: Fakultas Ekonomi Universitas Pancasila. 1 (2).Hal. 153-158. Dapat diunduh dari :<http://www.liquidity.stiead.ac.id/wp-content/uploads/2012/10/8- Soebagyo-Liquidity STIEAD.pdf>.

Suci Agustina. 2013. Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Unit Pelayanan Instansi Pemerintah (Studi Implementasi Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara NomorKEP/25/M.PAN/2/2004 di Kantor Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Imiah*. Universitas Brawijaya. Malang

Sugiyono. 2008. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulthoni, Hasan. 2015. *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Islam: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Eksyar. Volume 02, Nomor 02. Hal: 451-471.

Supranto dan Limakrisna. 2009. *Statistika untuk Penelitian Pemasaran dan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Susanto. 2015. Pengunjung Dreamland Park Capai 65 Ribu Orang. *Suara Merdeka*, 22 Juli 2015.

Triton, PB. 2011. *Manajemen Strategis: Terapan Perusahaan dan Bisnis*. Yogyakarta: Oryza.

Umar, Husein, 2002, *Metode Riset Bisnis*. Jakarta; PT.Gramedia Pustaka Utama.

Utama, I Gusti Bagus Rai dan Mahadewi, Ni Made Eka. 2012, *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta : ANDI.

Wahyu Lestari. 2011. Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Wisata di Kawasan Wisata Candi Borobudur Pasca Erupsi Merapi Yogyakarta Tahun 2010. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Kependidikan. Unversitas Sebelas Maret.

Wulandari. 2008. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Rumah Makan dan Menu Makanan Laut. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi-Manajemen. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.

Yulianus Sarira, 2013. Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat terhadap Pelayanan Publik pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil di Kota Makassar. Skripsi. Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

