

**ANALISIS STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN
PENGUNJUNG OBJEK WISATA KEBUN TEH KALIGUA
KECAMATAN PAGUYANGAN KABUPATEN BREBES**



SKRIPSI

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

Oleh:
FARAZ SUKMA HALIDA
NIM. 1522201053

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan suatu keseluruhan elemen-elemen terkait yang didalamnya terdiri dari wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan dan industri pariwisata. 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.¹ Sehingga dari sisi ekonomi tentu terjadi perubahan pada tingkat pendapatan masyarakat. Pariwisata menjadi andalan utama sumber devisa karena Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki beraneka ragam jenis pariwisata, misalnya wisata alam, sosial maupun wisata budaya yang tersebar dari Sabang hingga Marauke. Selain menyimpan berjuta pesona wisata alamnya, Indonesia juga kaya akan wisata budayanya yang terbukti dengan begitu banyaknya peninggalan-peninggalan sejarah serta keanekaragaman seni dan adat budaya yang menarik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara, sehingga dengan banyaknya potensi yang dimiliki menjadikan Indonesia sebagai salah satu daerah tujuan wisata². Menurut perundangan kepariwisataan, Pariwisata dirumuskan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintahan daerah.³

¹ I Gede Pitana dan Putu G Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), Hlm. 110.

² Helln Angga dan Soemanto, *Pengembangan Objek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar*, (Jurnal Sosiologi. Vol. 3, No. 1, 2017), Hlm. 34-35. (Diakses pada tanggal 3 Januari 2019 Pukul 09.15).

³ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia*, (Malang: UMP,2017), Hlm.27.

Menurut Philip Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jadi, jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek.⁴

Menurut Rangkuti analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan”. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha, dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) dengan faktor internal kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses).⁵ Suatu perusahaan biasanya menganalisis lingkungan menggunakan konsep strategi. Konsep strategi adalah proses analisis lingkungan internal dan eksternal untuk menganalisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats) untuk menentukan kompetensi yang cocok dengan peluang-peluang dalam rangka menentukan strategi pasar produk perusahaan. Konsep strategi yang

⁴ Philip Kotler dan Kevin L Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2009), Hlm.138-139.

⁵ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Cara Perhitungan Bobot, Rating dan Ocai* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), Hlm.20.

digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah konsep strategi analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats).

Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut dengan perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada. Dalam melakukan perencanaan perlu dilakukan sebuah orientasi awal agar perumusannya didasarkan pada kondisi nyata lapangan salah satu orientasinya adalah menggunakan Strength, Weaknesses, Opportunities, dan Threats (SWOT) yaitu analisis untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam melaksanakan setiap program dan proyek sesuai prioritasnya, agar diyakini dapat dilaksanakan apabila dimasukkan dalam perencanaan.⁶

Industri pariwisata di wilayah Kabupaten Brebes dan sekitarnya sebagaimana industri pariwisata pada umumnya berkembang pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya objek wisata buatan dan alam yang ditawarkan kepada masyarakat, seperti Waduk Penjalin, Curug Putri, Pemandian Air Panas Tirta Husada, Ranto Canyon, Wisata Telaga Ranjeng, Bukit Panenjoan dan Kebun Teh Kaligua.

Objek wisata Kebun Teh Kaligua merupakan kawasan wisata agro dataran tinggi yang terletak di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Tepatnya di wilayah Brebes bagian selatan. Secara Geografis perkebunan Teh Kaligua terletak di lereng bagian barat Gunung Slamet (3.432 m dpl) yang merupakan gunung tertinggi kedua di pulau Jawa setelah Gunung Semeru. Kebun Teh Kaligua

⁶ Feddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Cara Perhitungan Bobot, Rating dan Ocai* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), Hlm. 3.

berada pada ketinggian 1.200-2.050 meter dari permukaan laut. Kondisi udara Kebun Teh Kaligua berkisar 8-22 °C pada musim kemarau dan mencapai 4-12 °C pada musim penghujan.⁷ Objek wisata Kebun Teh Kaligua sangat diminati oleh wisatawan yang ditunjukkan oleh banyaknya pengunjung. Pada tahun 2018 objek wisata Kebun Teh Kaligua dikunjungi wisatawan sebanyak 120.549 orang. Pengunjung Kebun Teh Kaligua mayoritas datang dari luar Kabupaten Brebes, seperti dari Cilacap, Banyumas, Purwokerto, Jakarta, Cirebon, Bogor hingga Sumatera.⁸

Tabel 1.1 Data Perbandingan Jumlah Pengunjung Tahun 2018

Nomer	Objek Wisata	Jumlah Pengunjung
1	Kebun Teh Kaligua	120.549 orang
2	Waduk Penjalin	8.898 orang
3	Pemandian Air Panas Tirta Husada	10.536 orang

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Dari data tersebut menunjukkan bahwa objek wisata Kebun Teh Kaligua sangat diminati oleh wisatawan dari dalam dan luar wilayah Kabupaten Brebes untuk berkunjung dan dapat bersaing dengan objek wisata lainnya. Jumlah pengunjung Kebun Teh Kaligua karena Kebun Teh kaligua merupakan satu-satunya objek wisata alam yang terletak didataran tinggi yang berdekatan dengan Kabupaten Tegal, Kabupaten Banyumas dan Kabupaten Cilacap, sehingga area pemasaran Kebun Teh Kaligua menjangkau wilayah tersebut. Maka dikatakan Kebun Teh Kaligua sangat berpotensi untuk terus berkembang dan menjadi penggerak perekonomian masyarakat di wilayah tersebut. Hal inilah yang menjadi alasan bagi peneliti memilih Kebun Teh Kaligua sebagai tempat penelitian dan menurut peneliti Kebun Teh Kaligua mampu menjadi magnet bagi masyarakat untuk berkunjung kesana. Berikut merupakan jumlah pengunjung wisata Kebun Teh Kaligua.

⁷ Wawancara, Marjono, Asisten Manager Kebun Teh Kaligua, 25 Januari 2019.

⁸ Wawancara, Marjono, Asisten Manager Kebun Teh Kaligua, 25 Januari 2019.

Pesatnya perkembangan wisata di Kabupaten Brebes 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 dapat 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 Kebun Teh Kaligua. Membentuk kepuasan pengunjung yang berkelanjutan adalah strategi yang tepat untuk merebut minat konsumen. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan cara mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terlebih dahulu. Tingkat kepuasan pengunjung dapat memberi informasi pada pihak Kebun Teh Kaligua tentang tinggi rendahnya atau besar kecilnya keputusan 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 Kebun Teh Kaligua, seberapa tinggi tingkat kepuasannya, apakah sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah atau sangat rendah. Yang dituangkan dalam bentuk penelitian dengan judul “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kebun Teh Kaligua Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes”.

B. Definisi Operasional

1. Pengunjung Objek Wisata

Pengunjung objek wisata merupakan orang yang sedang tidak bekerja atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah

lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain atau disebut juga dengan wisatawan⁹. *World Tourism Organization* (WTO) mendefinisikan *Visitor* merupakan orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12 bulan dan tujuan perjalanannya bukanlah untuk terlibat dalam kegiatan untuk mencari nafkah, pendapatan atau penghidupan di tempat tujuan.¹⁰ Menurut Soekadijo wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke sebuah daerah atau negara asing dan menginap minimal 24 jam atau maksimal 6 bulan ditempat tersebut. Berdasarkan pengertian diatas maka pengertian pengunjung atau wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya.

2. Tingkat Kepuasan

Kepuasan adalah keseimbangan antara harapan dengan persepsi seseorang, sedangkan Engel berpendapat bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan merupakan suatu fungsi yang bertingkat secara relatif dari suatu harapan dan atau suatu penampakan hasil yang diterima¹¹.

Menurut Tjiptono, kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Menurut Bachtiar, kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan

⁹ I Gede Pitana dan Putu G Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), Hlm.53.

¹⁰ I Gede Pitana dan Putu G Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, Hlm.46.

¹¹ Djoko Wijono, *Tingkat Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Pantai Kuwaru Sanden Bantul Yogyakarta*, (Jurnal Maksipreneur, Volume 1. Nomer 1, 2014), Hlm.24. (Diakses pada tanggal 4 Januari 2019 Pukul 11.05).

produk atau jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk¹².

Menurut Phillips Kotler, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan¹³. Menurut Zeithaml dalam bukunya Tjiptono mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari persepsi nilai penawaran dan harapan, pelanggan yang sangat puas atau senang akan memiliki ikatan emosional dan mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap merknya. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang¹⁴.

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada empat faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:

a. Kualitas produk

Menurut Kotler dan Amstrong produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Definisi dari kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan kehandalan atau kemajuan kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya.

¹² Dwi Aliyyah Apriyani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 51. Nomer 2, 2017), Hlm.3. (Diakses pada tanggal 3 Januari 2019 Pukul 09.20).

¹³ Suci Wulan Sari, *Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Ndalem Ngabean Resto*, (Skripsi. Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), Hlm.14. (Diakses pada tanggal 3 Januari 2019 Pukul 09.20).

¹⁴ Fachruzi Amir, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT.Hasjrat Abadi Di Makasar* (Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Hasanudin Makasar, 2012), Hlm.19. (Diakses pada tanggal 3 Januari 2019 Pukul 09.30).

Menurut Adam dan Ebert menyatakan bahwa “*Quality is the customer’s perception*”. Artinya bahwa pelanggan menilai baik buruknya kualitas suatu produk itu berdasarkan persepsinya. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa. Adapun tujuan kualitas produk adalah sebagai berikut:

- 1) Mengusahakan agar barang hasil produksi dapat mencapai standar yang telah ditetapkan.
- 2) Mengusahakan agar biaya inspeksi dapat menjadi sekecil mungkin.
- 3) Mengusahakan agar biaya desain dari produksi tertentu menjadi sekecil mungkin.
- 4) Mengusahakan agar biaya produksi dapat serendah mungkin¹⁵.

b. Harga

Menurut Y. Yamanto, harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi produk dan pembayaran yang menyertai. Jadi harga merupakan suatu imbalan yang harus dipenuhi setiap orang untuk mendapatkan sebuah atau sejumlah barang ataupun jasa pelayanan. Bagi suatu produk penetapan harga merupakan suatu hal yang penting. Harga erat kaitannya dengan masalah penetapan harga itu sendiri. Dalam penetapan harga, menurut Philip Kotler ada lima langkah yaitu:

- 1) Memilih sasaran harga

Memilih sasaran harga yaitu memutuskan sasaran harga jika telah memilih pasar sasaran dan posisi pasar dengan cermat.

¹⁵ Guntur Yuli S, *Identifikasi Faktor Kepuasan Pelanggan Stadion Atletik Dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta*, (Skripsi. Fakultas Ilmu Keolahragaan, 2014), Hlm.15-16.

2) Menentukan permintaan

Menentukan permintaan yaitu setiap harga yang ditentukan akan membawa kepada tingkat permintaan yang berbeda.

3) Memperkirakan biaya

Memperkiraan biaya yaitu menetapkan harga yang dapat menutupi biayanya dalam menghasilkan, mendistribusikan dan menjual produk.

4) Menganalisa penawaran

Menganalisa penawaran yaitu dengan mengetahui harga dan penawaran (produk) pesaing, maka dapat digunakan sebagai titik orientasi untuk menentukan harga produk yang ditawarkan.

5) Memilih harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk¹⁶.

¹⁶ Guntur Yuli S, *Identifikasi Faktor Kepuasan Pelanggan Stadion Atletik Dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta*, (Skripsi. Fakultas Ilmu Keolahragaan, 2014), Hlm.18-20. (Diakses pada tanggal 3 Januari 2019 Pukul 09.33).

d. *Emotional factor* (faktor emosi)

Faktor ini relatif penting karena kepuasan pelanggan timbul pada saat ia sedang mengkonsumsi produk makanan tertentu, hal ini disebabkan karena merk produk makanan tersebut sudah tercipta dengan baik, baik dari segi kualitas makanan, harga yang tidak murah karena harga yang mahal identik dengan kualitas produk yang tinggi dan sebaliknya, serta pelayanan yang diberikan¹⁷. Jadi pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut¹⁸.

3. Objek Wisata Kebun Teh Kaligua

Wisata adalah 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 sementara¹⁹. Sedangkan Pariwisata adalah suatu aktivitas yang kompleks, yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang besar, yang mempunyai berbagai komponen, seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial dan budaya²⁰.

Objek wisata merupakan semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Objek wisata Kebun Teh Kaligua adalah suatu tempat wisata alam di desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes

¹⁷ Santi Parmanti W, *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Di Restoran Rico*, (Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara, 2004), Hlm.18. (Diakses pada tanggal 3 Januari 2019 Pukul 09.35).

¹⁸ Guntur Yuli S, *Identifikasi Faktor Kepuasan Pelanggan Stadion Atletik Dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta*, Hlm.23. (Diakses pada tanggal 3 Januari 2019 Pukul 09.36).

¹⁹ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia*, (Malang: UMP, 2017), Hlm.26.

²⁰ I Gede Pitana dan Putu G Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), Hlm.91.

yang memiliki daya tarik berupa keindahan panorama yang dilengkapi dengan fasilitas wisata dan wahana yang bervariasi dan menarik sehingga sangat diminati wisatawan. Keberadaan Kebun Teh Kaligua telah membuka lapangan usaha dan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dimana telah menyerap 525 tenaga kerja lokal. Lapangan usaha yang timbul dengan adanya objek wisata alam ini 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.

Kebun Teh Kaligua telah menjadi daerah tujuan wisata bagi para wisatawan terutama yang berasal dari dalam maupun luar Kabupaten Brebes, karena sangat jarang objek wisata Kebun Teh dan berbagai wahana dalam satu tempat wisata. Dengan mengunjungi satu tempat objek wisata yaitu Kebun Teh Kaligua, wisatawan sudah dapat menikmati berbagai fasilitas seperti:

- a. Wisata Edukasi meliputi perkebunan teh budidaya, persiapan benih, pemeliharaan, panen, pengolahan pabrik tea walk, jasa layanan teh.
- b. Wisata Rekreasi meliputi Keluarga (Family Gathering) meliputi taman bermain anak dan sepeda air.
- c. Wisata outbound dan fun games seperti ATV, camping, flying fox.
- d. Wisata olahraga meliputi tennis lapangan, sepak bola, bola voli dan bilyard.
- e. Wisata sejarah meliputi Goa Jepang, Tuk Bening.
- f. Meet and Greet meliputi ruang rapat dan gazebo aula.
- g. Paket penginapan.
- h. Jasa katering dan peralatan²¹.

²¹ Wawancara, Marjono, Asisten Manager Kebun Teh Kaligua, 25 Januari 2019.

Objek wisata ini sangat merekomendasikan dikalangan anak-anak, remaja maupun orang tua.

Harga tiket masuk tergolong murah dan sangat terjangkau oleh masyarakat umum yaitu Rp. 17.500 pada hari biasa maupun libur. Dengan tiket tersebut wisatawan sudah dapat menikmati semua fasilitas dan wahana yang disediakan pengelola, kecuali *flying fox*, *sepeda air*, *ATV* dan *outbound*. Bagi pengunjung yang ingin menikmatinya dikenai biaya lagi. Untuk fasilitas toilet, mushola tidak dikenakan biaya. Sehingga bagi pengunjung Kebun Teh Kaligua dinilai lebih murah dibandingkan objek wisata lain dimana harga tiket masuknya mahal namun hanya dapat menikmati beberapa wahana saja. Kondisi inilah yang menjadikan Kebun Teh Kaligua menjadi pilihan tujuan wisata terutama bagi pengunjung yang wilayah Kabupaten Brebes maupun luar Kabupaten Brebes yang membutuhkan tempat wisata alam seperti Kebun Teh Kaligua. Tetapi Kebun Teh Kaligua masih memiliki kekurangan seperti wahana wisata kurang bervariasi dan perlu ditambah lagi agar lebih menarik sehingga pengunjung tidak bosan dengan wahana yang itu-itu saja.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan pada penelitian ini adalah Strategi apa saja yang digunakan untuk membentuk kepuasan pengunjung yang berkelanjutan dianalisis dengan analisis SWOT?

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan penelitian merupakan keinginan-keinginan peneliti atas hasil penelitian dengan mengetengahkan indikator-indikator apa yang hendak ditemukan dalam penelitian, terutama yang berkaitan dengan

variabel-variabel penelitian²². Tujuan penelitian ini adalah, untuk menyusun strategi untuk membentuk kepuasan pengunjung yang berkelanjutan menggunakan analisis SWOT agar Kebun Teh Kaligua semakin maju dan berkembang.

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan bermanfaat bagi masyarakat luas, dan khususnya kepada:

a. Bagi Penyusun

- 1) Menambah wawasan agar berfikir sistematis dalam menghadapi masalah.
- 2) Dapat mengetahui tingkat kepuasan pengunjung khususnya di objek wisata Kebun Teh Kaligua.
- 3) Penerapan dari ilmu yang telah diperoleh penyusun selama perkuliahan.
- 4) Dapat berfikir kritis untuk menganalisa hasil penelitian.
- 5) Sebagai salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana di bidang Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.

b. Bagi Pengelola Objek Wisata Kebun Teh Kaligua

- 1) Sebagai informasi dan bahan masukan bagi pengelola Kebun Teh Kaligua tentang tingkat kepuasan para pengunjung untuk mengambil strategi dan kebijakan yang tepat.
- 2) Sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Institut

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pembendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan kepuasan pengunjung, serta dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya mengenai tema yang sama.

²² Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2011), Hlm.25.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan kerangka acuan yang disusun berdasarkan kajian berbagai aspek, baik secara teoritis maupun empiris yang menumbuhkan gagasan dan mendasari usulan penelitian. Kajian pustaka berisi teori yang terkait baik dengan variabel bebas maupun dengan variabel terikat dengan disertai ulasan bagaimana keterkaitan antar kedua variabel tersebut²³. Terkait penelitian ini yaitu tentang Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kebun Teh Kaligua Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes banyak dilakukan, diantaranya Denok Almukkoromah Rambe tahun 2007 dengan judul Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan.²⁴ Franky Napitupulu Tahun 2009 dengan judul Peranan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Bussan Auto Finance Cabang Medan.²⁵ Rohmanudin Tahun 2017 dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Industri Mebel Di Kecamatan Wayhalim Kota Bandar Lampung).²⁶ Yuti Arlan Tahun 2012 dengan judul Strategi Peningkatan Daya Saing PT Saung Mirwan Dengan Pendekatan Analitic Network Process (ANP).²⁷

Dari penelitian terdahulu yang sudah diuraikan diatas, maka dapat disajikan dalam bentuk tabel, sebagai berikut:

²³ Munawaroh, *Panduan Memahami Mteodologi Penelitian*, (Malang: Intimedia, 2013), Hlm.23.

²⁴ Denok Almukoromah Rambe, *Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Strategi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan* (Skripsi. Universitas Smatera Utara 2007).

²⁵ Frenki Npitupuluh, *Peranan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Bussan Auto Finance Cabang Medan* (Skripsi. Universitas Sumatera Utara, 2009).

²⁶ Rohmanudin , *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Industri Mebel Di Kecamatan Wayhalim Kota Bandar Lampung* (Skripsi. Universitas Sumatera Utara, 2017).

²⁷ Yuti Arlan, *Strategi Peningkatan Daya Saing PT Saung Mirwan Dengan Pendekatan Analitic Network Process (ANP)* (Skripsi .Institut Pertanian Bogor, 2012).

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Denok Almukoromah Rambe (2007)	Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Strategi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan	PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan	Kualitatif Analisis SWOT	Hasil yang diperoleh dari matriks SWOT PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan berada pada posisi kuadran agrasif yang berarti bahwa bank memiliki keunggulan
Franky Napitupulu (2009)	Peranan Analisis SWOT	PT. Bussan Auto Finance Cabang	Deskriptif Kualitatif	PT. BAF Cab Medan berada

Peneliti	Judul	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Bussan Auto Finance Cabang Medan. Pelayanan Trans Jogja	Medan.		pada posisi kuadran agresif yang berarti bahwa perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang besar dalam perusahaan yang sedang bertumbuh dan stabil
Rohmanudin (2017)	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Industri Mebel Di Kecamatan Wayhalim	Industri Mebel Di Kecamatan Wayhalim Kota Bandar Lampung	Deskriptif Kualitatif	Matriks IE yang dihasilkan pada Industri Mebel Di Kecamatan Wayhalim Kota Bandar Lampung

Peneliti	Judul	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Kota Bandar Lampung)			yaitu di kuadran V, yang berarti strategi yang diterapkan perusahaan adalah Growth Strtegy dan Stability Strategy
Yuti Arlan (2012)	Strategi Peningkatan Daya Saing PT Saung Mirwan Dengan Pendekatan Analitic Network Process (ANP)	PT Saung Mirwan	Deskriptif Kualitatif	Alternatif strategi yang prioritasnya a paling tinggi untuk dipilih adalah strategi melaksanak an produksi sesuai prosedur untuk

Peneliti	Judul	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				peningkatan daya saing PT Saung Mirwan. Memiliki bobot normal 0,22169.

F. Sistematika Pembahasan

Tujuan dari sistematika penulisan adalah agar skripsi yang ditulis terarah dan sistematis, maka dalam penulisan skripsi ini ditulis dalam beberapa bab dan sub bab. Untuk memperoleh gambaran dan kemudahan pembahasan dalam skripsi ini, maka akan disajikan sistematika penulisan yang merupakan garis besar dari skripsi ini. Sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

Bagian awal penelitian ini terdiri dari latar belakang masalah, bagian isi ini akan memaparkan mengenai inti dalam penelitian, yaitu:

Bab pertama, dalam bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, telaah pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, merupakan uraian dan penjelasan teori, kepuasan, pariwisata dalam perspektif islam, manajemen strategis dan analisis swot.

Bab ketiga, Dalam bab ini berisi tentang tempat dan waktu penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab keempat, merupakan bab yang menjelaskan dan menguraikan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis pada Kebun Teh Kaligua yang disertai dengan pembahasannya yang berisi tentang deskripsi data, pengujian syarat analisis data, hasil analisis data dan pembahasan hasil analisis/penelitian.

Bab kelima, merupakan bab penutup yang berisi 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 penelitian yang telah dilakukan serta hasil yang diperoleh seperti yang telah dideskripsikan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa tabel Matrik IFAS dan EFAS, diketahui nilai IFASnya adalah 3,5 dan nilai EFASnya adalah 3,45. Jadi analisis SWOT yang diterapkan dalam meningkatkan pengunjung objek wisata Kebun Teh Kaligua berada di kuadran empat, yaitu kuadran yang menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Dan berada pada *Strategi Diversifikasi* adalah strategi yang terkait dengan pertumbuhan melalui diversifikasi umumnya dilakukan pada perusahaan yang memiliki kondisi competitive posisi sangat kuat tetapi nilai daya tarik industrinya rendah. Tekanan strategi ini lebih pada strategi financial dari pada product market synergy (strategi yang terdapat pada diversifikasi). Kuadran dua dimana kondisi mendukung diversifikasi yaitu membuat strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada di Kebun Teh Kaligua Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes.. Dengan demikian dapat diketahui strategi yang sebaiknya dijalankan adalah strategi pertumbuhan melalui Integritas Horizontal. Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Jika, perusahaan tersebut berada dalam industri yang sangat atraktif, tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dan profit, dengan cara memanfaatkan keuntungan *economics of sale* baik dalam produksi maupun pemasaran. Sementara jika perusahaan ini berada dalam *moderate attractive industry*, strategi yang

diterapkan adalah konsolidasi. Tujuannya relative lebih desensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit. Perusahaan yang berada di sel ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui akuisisi atau *joint ventures* dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. Dalam strategi ini dapat meningkatkan pengunjung objek wisata Kebun Teh Kaligua Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian, penulis memiliki beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan masukan agar kedepannya lebih baik, antara lain:

1. Pengelola objek wisata Kebun Teh Kaligua Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes dapat menyediakan sarana/prasarana yang lebih lengkap sehingga wisatawan merasa senang berkunjung.
2. Pengelola hendaknya lebih memperhatikan fasilitas yang berada di Kebun Teh Kaligua.
3. Pengelola hendaknya lebih memperhatikan kebersihan dan keamanan Kebun Teh Kaligua agar pengunjung merasa nyaman.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adi Rianto. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit, 2005.
- Arikunto Suharsimi. *Manajemen Penelitian*, Cet V. Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2000.
- Djakfar, Muhammad. *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia*. Malang: UMP, 2017.
- Edward Freeman. *Manajemen*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Irham Fahmi. *Studi Kelayakan Bisnis dan Keputusan Investasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014.
- Ismail. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Ismail Muhammad,dkk. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Grafindo, 2005.
- Kotler P & Keller L., K Kotler P &. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: ERLANGGA, 2009.
- Marimin. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Bogor: Grasindo, 2004.
- Moleong J. Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabetta, 2002.
- Munawaroh. *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Malang: Intimedia, 2013.
- Pitana I.,G & Putu G.,G. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Purhantara Wahyu. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Porter Michael. *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry Dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Rangkuti Freddy. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Cara Perhitungan Bobot, Rating dan Ocai*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016.

Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Rudianto. *Akuntansi Menejemen, Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategi*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2013.

Soehartono Irawan. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.

Sujarweni Wiratna. *Metodologi Penelitian Keperawatan*. Yogyakarta: Gava Media, 2014.

Susanto. *Manajemen Strategik Komprehensif*. Jakarta: Erlangga, 2014.

Swasta Bastio. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 1990.

Thomas L. Wheelen & J. David Hunger. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi, 2003.

Tjiptono Fandy & Gregorius. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI, 2016.

Non-Buku

Anik Purwati. "Alternatif Pemilihan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis Swot pada CV. Bimo Krisno Tour and Travel Jember" Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Jember, 2012.

Angga Helln & Soemanto. "Pengembangan Objek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar", Jurnal Sosiologi. 2017, Vol. 3, No. 1.

Amir Fachruzi. "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT.Hasjrat Abadi Di Makasar," Skripsi. Makasar: Universitas Hasanudin Makasar, 2012.

Apriyani Dwi Aliyyah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen", Jurnal Administrasi Bisnis. 2017, Vol. 51, No. 2.

Denok Almukoromah Rambe. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Strategi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan" Skripsi. Universitas Smatera Utara, 2007.

Frenki Npitupuluh. "Peranan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Bussan Auto Finance Cabang Medan" Skripsi. Universitas Sumatera Utara, 2009.

Rohmanudin. “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Industri Mebel Di Kecamatan Wayhalim Kota Bandar Lampung*” Skripsi. Universitas Sumatera Utara, 2017.

Santi Parmanti W. “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Di Restoran Rico”. Skripsi. 2004. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara.

Suci Wulan Sari. “Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Ndalem Ngabean Resto”, Skripsi. 2015. Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.

Syahriza Rahmi. “Pariwisata Berbasis Syariah Telaah Makna Sara dan Derivasinya dalam Al-Qur’an”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 2014, Vol 1, No. 2.

Wijono Djoko. ”Tingkat Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Pantai Kuwaru Sanden Bantul Yogyakarta”, Jurnal Maksipreneur. 2014, Vol. 1, No. 1.

Yuli Guntur . “Identifikasi Faktor Kepuasan Pelanggan Stadion Atletik Dan Sepakbola Universitas Negeri Yogyakarta”, Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.

Yuti Arlan. “*Strategi Peningkatan Daya Saing PT Saung Mirwan Dengan Pendekatan Analitic Network Process (ANP)*” Skripsi. Institut Pertanian Bogor, 2012.

Dan Lain-lain

Wawancara. Marjono. Asisten Manager Kebun Teh Kaligua, 25 Januari 2019.

IAIN PURWOKERTO