



PENGARUH FASILITAS DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI AGROWISATA VILLA BUKIT HAMBALANG

Enrico Febryan¹, Wildan Rizky Rahadian², Nisa Rahmaniyah Utami

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

Email: erico.febryan98@gmail.com¹

wildanrizkyrahadian@gmail.com²

nisarahmaniyahutami@yahoo.com³

Abstrak

Agrowisata Villa Bukit Hambalang menjadi salah satu daya tarik tujuan wisata para wisatawan khususnya di daerah Kabupaten Bogor dan sekitarnya yang ingin bersantai ataupun melakukan kegiatan seperti *outbound*, *camping*, berenang, atau hanya sekedar menikmati keindahan alam dan daya tarik wisatanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari fasilitas wisata (X1), dan daya tarik wisata (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) di Agrowisata Villa Bukit Hambalang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi yang merupakan pengunjung Agrowisata Villa Bukit Hambalang pada tahun 2023 sejumlah 20.807 orang dengan sampel yang diambil adalah sebanyak 100 orang. Hasil uji t dan uji F pada penelitian menunjukkan bahwa fasilitas wisata dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Villa Bukit Hambalang baik secara parsial (uji t) maupun secara simultan (uji F). Variabel daya tarik wisata menjadi variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pengunjung dengan nilai regresi 0,819 sedangkan untuk variabel fasilitas wisata memiliki nilai regresi 0,486. Fasilitas dan daya tarik wisata memberikan kontribusi sebesar 91,1% dalam terbentuknya kepuasan pengunjung. Fasilitas wisata dan daya tarik wisata memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan pengunjung.

Kata Kunci: daya tarik, fasilitas, kepuasan, pariwisata

Abstract

Bukit Hambalang Agrotourism Villa is one of the tourist attractions for tourists, especially in the Bogor Regency area. Over time, the increasing number of visits has caused several problems such as poorly maintained facilities, lack of supporting facilities, as well as tourist attractions such as several spots for taking photos that have decreased in quality, dirty ponds and animal cages, and hygiene problems in several places. This problem makes the level of visitor satisfaction decrease and can result in a decrease in the level of visits in the future. Therefore this study aimed to find out how the influence of Tourism Facilities and Tourist Attraction on Visitor Satisfaction in Bukit Hambalang Agrotourism Villa. This study used quantitative method. The population in this study were visitors to Bukit Hambalang



Agrotourism Villa in 2023 with a total of 20,807 people, and the samples taken were 100. The results of the t-test and F-test in the study showed that tourist facilities and tourist attractions had a positive and significant effect on visitor satisfaction at Villa Bukit Hambalang Agrotourism either partially (t-test) or simultaneously (F-test). The tourist attraction variable is the most dominant variable influencing visitor satisfaction with a regression value of 0.819 while for the facility variable has a regression value of 0.486. The facilities and tourist attractions contribute 91.1% in the formation of visitor satisfaction. tourist facilities and tourist attractions have a very strong relationship to visitor satisfaction.

Keyword: *attraction, facility, satisfaction, tourism*

PENDAHULUAN

Agrowisata Villa Bukit Hambalang terletak di Kabupaten Bogor, Kecamatan Citeureup yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Cibinong dengan jarak yang tidak terlalu jauh menjadikan kawasan ini mudah untuk diakses baik melalui Cibinong ataupun Jalan Raya Bogor. Agrowisata Villa Bukit Hambalang menjadi salah satu tujuan para wisatawan yang ingin bersantai ataupun melakukan kegiatan seperti *outbound*, *camping*, berenang, atau hanya sekedar menikmati keindahan alam dan daya tarik wisatanya.

Dalam melakukan kunjungan wisata, banyak hal yang menjadi faktor pertimbangan oleh wisatawan, di antaranya adalah fasilitas dan daya tarik. Fasilitas merupakan elemen penting dalam menjamin kelancaran kunjungan wisata. Ketika fasilitas disediakan dengan baik dan memadai, maka akan memberikan kenyamanan dan pengalaman yang positif bagi wisatawan. Selain fasilitas, daya tarik merupakan hal penting lainnya. Bila daya tarik wisata di suatu objek wisata dalam kondisi baik, maka akan dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Jika hal ini dapat disediakan dengan baik,

maka akan berpengaruh terhadap kepuasan bagi wisatawan. Kepuasan konsumen merujuk pada respon atau reaksi dari pelanggan terhadap performa atau apa yang mereka dapatkan pada saat mengkonsumsi suatu hal, tidak terkecuali apa yang dirasakan oleh wisatawan pada saat mengunjungi tempat wisata.

Agrowisata Villa Bukit Hambalang mengalami peningkatan dan penurunan jumlah kunjungan wisatawan di beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2019, total kunjungan wisatawan mencapai 46.822 lalu turun menjadi 9.995 orang pada tahun 2020 diakibatkan mewabahnya COVID-19. Pada tahun 2021 jumlah kunjungan mengalami penurunan kembali menjadi 8.827 orang dan pada tahun 2022 meningkat menjadi 20.807 orang. Peningkatan jumlah kunjungan ini dapat menimbulkan potensi masalah. Bertambahnya wisatawan berpotensi menjadi acaman kerusakan terhadap fasilitas dan daya tarik wisata yang ada. Hal ini pun menjadi hal yang dikeluhkan oleh wisatawan, di antaranya kondisi fasilitas dan daya tarik yang mengalami kerusakan.

Hal yang banyak dikeluhkan adalah kondisi kandang hewan, kebersihan



kolam, serta lokasi taman bermain anak yang terasa sulit diraih oleh pengunjung. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis bertujuan mengkaji sejauh mana pengaruh fasilitas dan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung di Agrowisata Villa Bukit Hambalang.

KAJIAN PUSTAKA

Fasilitas

Menurut Spillane dalam Rosita, Marhanah, & Wahadi (2016), fasilitas dalam konteks objek wisata merujuk pada segala fasilitas atau sarana yang dibutuhkan untuk mendukung kebutuhan wisatawan dan memastikan kenyamanan dan keselamatan mereka saat mengunjungi objek wisata. Meskipun fasilitas ini tidak langsung mendorong pertumbuhan, mereka berkembang seiring dengan perkembangan atraksi dan memiliki peran krusial dalam mendukung pertumbuhan pariwisata.

Menurut teori Spillane dalam Rosita, Marhanah, & Wahadi (2016), fasilitas dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu:

- a. Fasilitas utama, ialah sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada disuatu objek wisata.
- b. Fasilitas pendukung, sarana yang pada proporsinya sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih nyaman.
- c. Fasilitas penunjang, pada dasarnya ialah sarana yang bersifat sebagai pelengkap utama sehingga wisatawan terpenuhi apapun kebutuhan selama mengunjungi.

Daya Tarik

Menurut Warpani (2017) daya tarik objek wisata dapat diartikan sebagai semua faktor yang mendorong seseorang atau sekelompok orang untuk mengunjungi suatu tempat karena memiliki nilai atau arti krusial bagi mereka, misalnya keindahan alam, warisan budaya, atau tempat yang memiliki peristiwa krusial dalam sejarah.

Sedangkan Suwanto (2014) mengatakan bahwa potensi yang ada pada objek wisata disebut juga sebagai daya tarik wisata yang menjadi faktor krusial yang mendorong kedatangan wisatawan ke suatu daerah rekreasi.

Maryani dalam Mardalis & Wijaya (2016) mengemukakan bahwa daya tarik wisata harus mencakup syarat-syarat sebagai berikut:

- a. *What to see* yaitu di tempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain.
- b. *What to do* yaitu di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama di tempat itu.
- c. *What to buy* yaitu tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang suvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal.
- d. *What to arrive* yaitu di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi daya tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama tiba ketempat tujuan wisata tersebut.



- e. *What to stay* yaitu bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur.

Kepuasan Pengunjung

Menurut Zeithaml, et al. (2006) mengartikan kepuasan konsumen sebagai bentuk evaluasi terhadap produk atau jasa dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan yang dilakukan oleh pengguna (pelanggan). Jika gagal dalam pemenuhannya, maka akan diasumsikan sebagai ketidakpuasan dengan layanan produk atau jasa oleh penggunanya.

Pitana & Diarta (2016) memaparkan indikator-indikator yang dapat dipakai untuk menilai kepuasan pengunjung diantaranya:

- Perasaan senang
- Biaya
- Harapan
- Lingkungan

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan statistika (Sugiarto, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil uji *t* menunjukan bahwa *t* hitung yang dimiliki untuk variabel Fasilitas Wisata (X1) sebesar 6,444, dengan nilai *t* tabel sebesar 1,984. Maka diketahui bahwa nilai *t* hitung > *t* tabel. Maka H1 diterima dan H0 ditolak. Nilai

signifikan *t* dari variabel fasilitas (X1) sebesar 0,000 di mana nilai ini jauh lebih kecil dari ambang batas signifikan yaitu sebesar 0,05. Maka H1 diterima dan H0 ditolak. Oleh karena itu, hasil pengujian memenuhi persamaan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari fasilitas (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) secara parsial.

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa *t* hitung yang dimiliki untuk variabel daya tarik Wisata (X2) sebesar 10,446, dengan nilai *t* tabel sebesar 1,984 maka diketahui bahwa nilai *t* hitung > *t* tabel. Maka H1 diterima dan H0 ditolak. Nilai signifikan *t* dari variabel daya tarik wisata (X1) sebesar 0,000, di mana nilai ini jauh lebih kecil dari ambang batas signifikan yaitu sebesar 0,05. Maka terima H1 dan tolak H0.

Oleh karena itu, hasil pengujian memenuhi persamaan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari daya tarik wisata (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) secara parsial.

Dari hasil uji determinasi diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) yang didapatkan sebesar 0,911 yang mengindikasikan bahwa 91,1% kepuasan pengunjung dapat diperoleh dari variabel fasilitas wisata (X1), dan daya tarik wisata (X2). Dengan kata lain variabel fasilitas (X1), dan daya tarik wisata (X2) memberikan kontribusi sebesar 91,1% dalam terbentuknya kepuasan pengunjung. Sedangkan sisanya dapat dipengaruhi oleh



faktor-faktor lain, misalnya citra destinasi wisata, kualitas pelayanan, dan lainnya.

Hasil uji determinasi juga menunjukkan nilai R yang dimiliki sebesar 0,955. Nilai R menunjukkan hubungan antara fasilitas (X1), dan daya tarik Wisata (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan fasilitas (X1), dan daya tarik wisata (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) adalah sangat erat atau sangat kuat. Hal ini dikarenakan nilai R yang berada pada range nilai 0,8 – 0,99 di mana semakin besar nilai R semakin erat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis dari hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel fasilitas (X1), dan daya tarik wisata (X2) masing-masing memiliki nilai regresi positif yang mengindikasikan bahwa fasilitas (X1) dan daya tarik wisata (X2) memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Hasil uji F menunjukkan bahwa F hitung yang diperoleh sebesar 499,195. Nilai F hitung ini jauh lebih besar dari nilai F tabel yang sebesar 3,090. Nilai signifikan sebesar 0,000 di mana nilai ini jauh lebih kecil dari ambang batas signifikan yaitu 0,05. Oleh karena itu, hasil pengujian memenuhi persamaan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $sig < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Villa Bukit Hambalang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Heath & Wall (2012) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang menjadi penentu kepuasan pengunjung dalam mengunjungi daerah wisata meliputi: Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, dan Fasilitas Wisata. Sedangkan teori yang dikemukakan oleh Pitana & Diarta (2016) yang menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung, yaitu daya tarik wisata, fasilitas wisata, kegiatan wisata, dan kualitas pelayanan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Villa Bukit Hambalang. Melalui hasil penelitian ini, diharapkan pengelola dapat lebih memperhatikan fasilitas dan daya tarik yang ada. Hal ini dikarenakan hal tersebut menjadi penentu kepuasan bagi wisatawan yang datang untuk berkunjung.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun kedalaman pembahasan. Oleh karena itu, diharapkan bagi penulis selanjutnya dapat meneliti variabel lain maupun dengan metode yang lebih mendalam.



DAFTAR PUSTAKA

- Heath, E., & Wall, G. (2012). *Mengembangkan Wisata Budaya - Terjemahan*. Bandung: CV Angkasa
- Mardalis, A & Wijaya, R, P. (2016). *Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam Berdasarkan Kepuasan Dan Keinginan Wisatawan*. Fakultas Ilmu Bisnis Dan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta 77-86
- Pitana, I., & Diarta, K. (2016). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Rosita, Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 61-72.
- Sugiarto, M. 2015. *Metode Statistika Bisnis*. Jakarta: Matana Publishing
- Suwartono, G. (2014). *Dasar Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Warpani. (2017). *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: ITB.
- Zeithaml, Valerie A, Mary Jo Bitner, Dwayne D Gremler. 2006, *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm (4th edition)*. Singapore : Mcgraw Hill.