

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia diketahui merupakan negara agraris yang memiliki dataran yang luas dan sangat lekat dikenal dengan kondisi alamnya yang indah, termasuk di dalamnya adalah area pertanian. Hal ini tentu menjadi sebuah potensi yang dapat dikembangkan. Terlebih kondisi pariwisata di Indonesia juga sangat baik. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya jumlah wisatawan yang melakukan perjalanan ke lokasi-lokasi wisata di Indonesia salah satunya Sukabumi. Adapun jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sukabumi sempat mengalami penurunan pada 2019 dikarenakan adanya kebijakan pemerintah terkait Perberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) karena pandemi *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19). Setelah pandemi Covid-19, kini bisnis pariwisata di Sukabumi mengalami peningkatan kembali yang tertera pada Tabel 1.

Tabel 1 Jumlah kunjungan wisatawan ke Sukabumi 2018-2021

Tahun	Total wisatawan (orang)
2018	1.494.205
2019	164.233
2021	565.822

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Salah satu destinasi wisata yang ada di Sukabumi yaitu Agro Park Mabda Islam yang berlokasi di Nyalindung, Kabupaten Sukabumi. Agro Park Mabda Islam merupakan tempat eduwisata berbasis pertanian dengan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan sektor pertanian atau perkebunan sebagai objek utamanya, menyajikan pemandangan alam yang khas dengan kawasan bernuansa Islam serta beragam aktivitas terkait menjadi objek utama yang ditonjolkan dimana pengunjung dapat melakukan kegiatan pertanian sekaligus eduwisata berbasis Islam. Adapun jumlah pengunjung Agro Park Mabda Islam setelah pandemi kini mulai mengalami peningkatan kembali dari tahun ke tahun. Data terkait jumlah kunjungan wisatawan ke Agro Park Mabda Islam dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Jumlah pengunjung Agro Park Mabda Islam 2020-2022

Tahun	Bulan	Total pengunjung (orang)
2020	Januari-Desember	34.432
2021	Januari-Desember	40.224
2022	Januari-Maret	13.654

Sumber: Agro Park Mabda Islam (2022)

Bisnis pariwisata erat kaitannya dengan pelayanan, pelayanan yang baik akan membuat pengunjung merasa dihargai dan tertarik untuk kembali ke Agro Park Mabda Islam. Menurut Gronroos *dalam* Ratminto dan Winarsih (2005) pelayanan adalah aktivitas tak kasat mata yang dapat terjadi diakibatkan adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan untuk penyelesaian masalah terhadap konsumen. Sedangkan permasalahan pengunjung di

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Agro Park Mabda Islam erat kaitannya dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap pengunjung Agro. Adanya keluhan dari pengunjung terkait fasilitas dan pelayanan di Agro yang belum tersampaikan secara langsung menjadi alasan dilakukannya penelitian terkait kepuasan konsumen.

Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa hubungan antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen tidaklah proporsional. Misalkan kepuasan konsumen diberikan rating dari skala satu sampai dengan lima. Pada tingkat kepuasan konsumen yang terendah (tingkat satu), konsumen mungkin akan meninggalkan perusahaan dan juga mungkin mengatakan hal-hal yang jelek mengenai perusahaan. Pada tingkat kedua sampai empat, konsumen merasa sedikit puas tetapi masih mudah untuk berpindah ketika penawaran lebih baik datang. Pada tingkat kelima, konsumen sangat mungkin membeli ulang dan juga mengatakan hal-hal baik mengenai perusahaan. Kepuasan tinggi atau kebahagiaan menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan, bukan hanya preferensi. Setelah mengetahui tingkat kepuasan tersebut perusahaan dapat memperbaiki atribut mana saja yang dirasa kurang dan banyak dikeluhkan oleh pengunjung sehingga kedepannya kepuasan konsumen dapat meningkat diiringi dengan adanya *brand image* dimata konsumen terkait fasilitas dan pelayanan di Agro Park Mabda Islam serta kenaikan jumlah pelanggan baru di Agro. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut terkait fasilitas dan pelayanan Agro Park Mabda Islam.

1.2 Tujuan

Tujuan kajian pengembangan bisnis pada Agro Park Mabda Islam, yaitu:

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam penggunaan fasilitas dan pelayanan agrowisata pada Agro Park Mabda Islam.
2. Mengkaji penerimaan perusahaan setelah dilakukan pengembangan bisnis dengan peningkatan kepuasan konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan di Agro Park Mabda Islam.