

**ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA AIR TERJUN DAN
HUBUNGANNYA DENGAN POTENSI PEMASARAN PRODUK
PERTANIAN LOKAL**

Oleh:

AYU MUTHIA SEPTIYADI

No. BP: 1810222022



Dosen Pembimbing:

- 1. Cipta Budiman, S.Si., M.M**
- 2. Yuerlita, S.Si., M.Si., Ph.D**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA AIR TERJUN DAN HUBUNGANNYA DENGAN POTENSI PEMASARAN PRODUK PERTANIAN LOKAL

Abstrak

Wisata air Aek Sijorni merupakan usaha yang memanfaatkan sumberdaya alam berupa sungai sebagai sumber utama objek wisata. Sebagai pemberi pelayanan jasa, wisata Aek Sijorni harus meningkatkan fasilitas serta kualitas pelayanan jasa kepada pengunjung wisata. Keberadaan wisata ini memberikan kontribusi dalam pertumbuhan pertanian yang ada di daerah tersebut melalui pemanfaatan potensi wisata sebagai wadah dalam menjual produk pertanian. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan wisata air Aek Sijorni yang berada di Tapanuli Selatan, menganalisis tingkat kepuasan pengunjungnya, dan menganalisis hubungan wisata terhadap pemasaran pertanian lokal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat analisis Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dengan manajer wisata, pedagang yang ada di lokasi wisata serta pemerintah setempat sebagai informan kunci, dan penyebaran kuisioner kepada 67 orang pengunjung wisata yang dipilih dengan metode non probability sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan wisata Aek Sijorni sudah memiliki berbagai perencanaan, serta memiliki susunan organisasi yang rapi dan pembagian kerja yang jelas, akan tetapi belum melaksanakan tugas sesuai dengan yang ditentukan. Analisis kepuasan pengunjung atau Importance Performance Analysis (IPA) menghasilkan rata-rata tingkat kepentingan mencapai 4,16 yang berarti penting, dan untuk tingkat kinerjanya mencapai 3,86 yang artinya secara keseluruhan tingkat kinerja dinilai bagus oleh para pengunjung. Nilai indeks kepuasan pengunjung berada pada kategori puas dengan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 0,78. Pihak pengelola wisata harus memperbaiki dan meningkatkan sarana dan prasarana untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan meningkatkan peranannya di dalam pemasaran produk pertanian lokal.

Kata kunci: *hubungan pariwisata dan pertanian, manajemen pengelolaan wisata, kepuasan pengunjung.*

ANALYSIS OF THE VISITORS' SATISFACTION TOWARD WATERFALL AND THEIR RELATIONSHIP WITH THE MARKETING POTENTIAL OF LOCAL AGRICULTURAL PRODUCTS

Abstract

Aek Sijorni water tourism is a business that utilizes natural resources in the form of rivers as the primary source of tourist attractions. As a service provider, Aek Sijorni tourism must improve facilities and the quality of service to tourist visitors. This tourism contributes to the growth of agriculture in the area by using tourism potential as a forum for selling agricultural products. This study aims to describe the management of Aek Sijorni water tourism in South Tapanuli, analyze the level of satisfaction of its visitors, and examine the relationship of tourism to local agricultural marketing. The methods used in this study are descriptive qualitative and descriptive quantitative methods using importance-performance analysis tools and a customer satisfaction index. Data collection in this study was carried out by interviewing tour managers, traders at tourist sites, and local authorities as key informants, and the distribution of questionnaires to 67 tourist visitors selected by the non-probability sampling method. The study results show that Aek Sijorni's tourism management already has various plans, a neat organizational structure, and a clear division of labor but has not carried out tasks as determined. The Importance Performance Analysis (IPA) resulted in an average importance level of 4.16 which means it is important, and the performance level reaches 3.86, which means that overall, the level of performance is considered good by the visitors. The visitor satisfaction index is in the satisfied category with a Customer Satisfaction Index (CSI) value of 0.78. Tourism managers must improve facilities and infrastructure to increase visitor satisfaction and their role in marketing local agricultural products.

Keywords: *the relationship between tourism and agriculture, tourism management, visitor satisfaction.*