

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Agrowisata

Agrowisata adalah perpaduan berbagai aktivitas wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata. Potensi ini mencakup pemandangan alam yang indah, keanekaragaman fasilitas dan aktivitas produksi pertanian (Adnyani, et al., 2015). Agrowisata bukan hanya menawarkan produk hasil pertanian kepada wisatawan, tetapi juga menawarkan jasa yang membuat wisatawan merasa puas, selain itu juga wisatawan mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang industri pertanian. Menurut Zulkarnain (2021) menyatakan bahwa karakteristik agrowisata terbagi menjadi 4 yaitu

1. Agrowisata tanaman pangan dan hortikultura adalah sebuah agrowisata yang berfokus pada usaha tani dengan tanaman pangan seperti sawah dan berbagai jenis palawija serta tanaman hortikultura seperti sayur-sayuran, buah-buahan, dan bunga-bunga yang meliputi kegiatan pemanenan, pengolahan pasca panen dan kegiatan pemasaran sebagai daya tarik.
2. Agrowisata tanaman industri adalah tempat agrowisata yang berfokus pada kegiatan usaha tani dengan daya tarik tanaman keras di dataran rendah dan dataran tinggi, wisatawan dapat melihat bentuk pohon, bentuk buah, budidaya tradisional, proses pemanenan, dan mengonsumsi buah secara langsung di kebun.

3. Agrowisata perikanan merupakan obyek agrowisata kegiatan budidaya hingga pengolahan produk perikanan.
4. Agrowisata peternakan merupakan jenis agrowisata yang meliputi kegiatan budidaya dan pengolahan produk ternak besar dan ternak kecil menjadi daya tarik.

2.2 Daya Tarik

Daya tarik agrowisata merupakan salah satu unsur penting dalam industri agrowisata yang harus mendapat perhatian guna menarik wisatawan untuk mengunjungi obyek agrowisata. Suatu destinasi wisata akan lebih menarik apabila memiliki keunikan yang berbeda dari destinasi wisata lainnya (Rif'an, 2018). Daya tarik wisata merupakan segala bentuk keunikan, keindahan, dan nilai dalam bentuk berbagai kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia. Menikmati pemandangan alam yang ada di destinasi wisata akan membuat wisatawan merasa senang. Daya tarik wisata diklasifikasikan berdasarkan pada jenis tiga jenis antara lain daya tarik alam, yaitu wisata yang mempunyai keunikan daya tarik alamnya untuk dikunjungi misalnya pantai, gunung, air terjun, lembah, mata air, dan sebagainya. Daya tarik budaya, yaitu wisata yang menawarkan keunikan daya tarik budaya yang dapat dikunjungi seperti tempat dan peninggalan bersejarah, kesenian, serta wisata yang menjunjung tinggi kearifan lokal daerahnya. Daya tarik minat khusus, yaitu wisata yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi yang sesuai dengan minat dan kebutuhan wisatawan seperti olahraga, wisata rohani, wisata kuliner dan wisata belanja (Listianingrum, 2019). Terdapat syarat-

syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi daya tarik wisata untuk dapat menarik wisatawan berkunjung ke daerah tujuan wisata antara lain *what to do*, merupakan sesuatu yang menarik untuk dilihat, *what to see*, yaitu sesuatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat destinasi wisata dan *what to buy*, merupakan sesuatu yang menarik dan khas untuk dibeli (Martalia *et al.*, 2023).

2.3 Fasilitas

Fasilitas dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung serta meningkatkan kepuasan wisatawan. Wisatawan yang merasa nyaman dengan fasilitas yang ada, maka akan meningkatkan jumlah wisatawan. Objek wisata yang memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai, tempat tersebut akan menarik wisatawan (Nurhayati, 2019). Memberikan fasilitas dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan bagi wisatawan selama berada obyek wisata. Berbagai ketersediaan fasilitas yang diperlukan akan membuat wisatawan merasa nyaman sehingga lebih banyak wisatawan akan berkunjung. Menurut Rosita *et al.*, (2016), menyatakan bahwa fasilitas terdiri dari tiga bagian yaitu, fasilitas utama yang merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dianggap sangat penting sepanjang pengunjung tinggal di objek wisata yang terdiri dari kebersihan, kenyamanan dan keindahan. Fasilitas pendukung, yang berfungsi sebagai pelengkap fasilitas utama agar wisatawan merasa lebih nyaman, termasuk tempat makan, tempat parkir, tempat belanja, dan transportasi, dan semua dikategorikan berdasarkan kebersihan, kerapian, kenyamanan, dan keindahan. Fasilitas perlengkapan, fasilitas pelengkap ini dianggap penting oleh wisatawan selama berada di objek

wisata. Fasilitas perlengkapan termasuk fasilitas pokok seperti toilet umum, tempat ibadah, pemandu wisata dan pusat informasi.

2.4 Aksesibilitas

Aksesibilitas juga menjadi salah satu faktor keberhasilan obyek wisata yang meliputi akses informasi dan akses jalan berfungsi untuk mempermudah wisatawan dalam mengunjungi suatu objek wisata. Aksesibilitas berkaitan dengan seberapa cepat atau lambat wisatawan dalam mencapai objek wisata dengan kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh (Jamalludin *et al.*, 2024). Akses jalan yang baik akan mempermudah dan membuat nyaman wisatawan selama dalam perjalanan menuju lokasi destinasi wisata. Jalan yang mudah diakses dan terawat, terdapat penunjuk arah yang jelas, akses angkutan umum tersedia dan jadwal yang teratur, kondisi lalu lintas tidak macet menjadi penilaian aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan (Ramdan *et al.*, 2024).

Lokasi wisata yang tidak didukung aksesibilitas yang berkualitas dapat menurunkan kepuasan wisatawan ke tempat tersebut. Suatu objek tidak didukung aksesibilitas yang memadai maka objek wisata tersebut akan sangat susah untuk menjadi industri pariwisata (Hanafi, 2023).

2.5 Kualitas Pelayanan

Pelayanan kepada wisatawan dengan baik merupakan salah satu mencapai keberhasilan dan keuntungan bagi perusahaan yang bergerak dalam industri agrowisata. Kualitas pelayanan yang ditawarkan suatu perusahaan akan

mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan (Setiawan *et al.*, 2019). Wisatawan tentunya menginginkan pelayanan yang maksimal. Menurut Tjiptono (2016) bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan wisatawan yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan penyedia objek wisata dalam memenuhi sarana dan prasarana dapat diandalkan dari pelayanan yang diberikan oleh penyedia obyek wisata.
2. Keandalan (*reliability*) yaitu suatu kemampuan melakukan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan.
3. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kemampuan dalam memberikan bantuan kepada wisatawan dengan cepat dan memuaskan.
4. Jaminan (*assurance*) yaitu kepastian yang akan didapatkan oleh wisatawan apabila menggunakan jasa yang berhubungan dengan komunikasi, kredibilitas, keamanan, dan kompetensi.
5. Simpati (*empathy*) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang tulus dengan berupaya memahami keinginan wisatawan.

2.6 Harga

Faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan adalah harga tiket. Harga tiket merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh penyedia objek wisata, karena harga tiket dapat mempengaruhi jumlah pengunjung serta kepuasan

wisatawan. Setiap pengunjung wisata akan mempertimbangkan harga tiket dan pelayanan dalam pemilihan objek wisata yang akan dikunjungi (Renanita, 2017).

Harga tiket akan mempengaruhi jumlah dan kepuasan wisatawan, namun di sisi lain pengelola objek wisata tidak bisa sembarangan menetapkan harga. Pengelola objek wisata harus cermat dalam menetapkan harga yang sepadan dengan nilai produk yang disediakan, sehingga pengelola objek wisata dapat memenuhi kepuasan wisatawan dan juga memperoleh keuntungan (Phasaribu *et al.*, 2017). Terdapat beberapa indikator yang harus diperhatikan dalam menetapkan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing, dan kesesuaian harga dengan manfaat (Kotler dan Armstrong, 2017).

2.7. Kepuasan Wisatawan

Kepuasan konsumen bagi perusahaan merupakan sesuatu yang harus prioritas, karena hal tersebut merupakan tujuan dari bisnis. Menurut Tjiptono (2016), kepuasan wisatawan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk atau jasa atas apa yang didapatkan sesuai dengan harapannya. Hal ini berkaitan dengan harapan yang terpenuhi setelah menggunakan produk atau pelayanan yang didapatkan. Menurut Aliman *et al.* (2014), menyatakan bahwa kepuasan wisatawan itu sendiri dapat diukur melalui indikator sebagai berikut yaitu kenikmatan wisata, kepuasan terhadap keputusan berkunjung, kepuasan destinasi, perasaan puas, kebutuhan akan pengalaman,

kebijaksanaan dalam memilih perjalanan, wisata yang menarik, tur yang melebihi ekspektasi, membandingkan destinasi.

Tingkat kepuasan wisatawan yang tinggi dapat berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan yang datang dan meningkatkan pendapatan di wilayah tersebut. Namun jika tingkat kepuasan wisatawan rendah maka akan berdampak pada berkurangnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata. Menciptakan rasa puas pengunjung merupakan sebuah tantangan kepada pelaku obyek wisata. Kepuasan wisatawan dapat menjadi bahan evaluasi pengelola obyek wisata dalam mengembangkan destinasi wisata agar dapat memenuhi bahkan melampaui dari harapan wisatawan yang berkunjung. Menurut Indrasari (2019) bahwa tingkat kepuasan konsumen terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh penyedia objek wisata adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, lokasi.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk menemukan kajian yang relevan dengan diteliti dan berfungsi sebagai dasar digunakan untuk menyusun penelitian. Berikut ini adalah penjelasan penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian ini

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sjukriana *et al.*, (2023) dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung”. Hasil dari penelitian ini adalah variabel persepsi harga, kualitas layanan dan fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung di Takuban Perahu

Bandung Jawa Barat. Persamaan dari penelitian tersebut, sama-sama membahas variabel harga, kualitas layanan, fasilitas dan kepuasan wisatawan namun yang membedakan pada variabel daya tarik dan aksesibilitas serta jumlah sampel yang diteliti oleh Sjukriana *et al.*, (2023) sebanyak 150 responden selain itu metode yang digunakan *Structural Equation - Partial Least Square* (SEM-PLS).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Widodo *et al.*, (2022) dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Coban Putri Kota Batu, Malang”. Hasil penelitian ini adalah daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan, serta daya tarik wisata dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung secara bersamaan. Persamaan dari penelitian ini sama-sama meneliti variabel daya tarik wisata, fasilitas dan kepuasan wisatawan namun perbedaan penelitian terdapat pada variabel aksesibilitas, kualitas pelayanan dan harga.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Styaningrum *et al.*, (2023) dengan judul “Pengaruh Atribut Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus Kebun Refugia Magetan”. Hasil dari penelitian ini adalah variabel daya tarik wisata dan aksesibilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, variabel fasilitas dan layanan tambahan secara parsial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan. Variabel daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, dan layanan

tambahan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan. Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas variabel daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, layanan tambahan dan kepuasan wisatawan. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel harga.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Farisa *et al.*, (2018) dengan judul “Pengaruh Daya Tarik, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono)”. Hasil dari penelitian ini adalah daya tarik wisata, harga wisata dan Lokasi wisata berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan. Daya tarik wisata, harga wisata dan lokasi wisata berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan wisatawan Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono. Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas variabel daya tarik wisata dan harga wisata. Perbedaan penelitian ini adalah fasilitas, aksesibilitas dan kualitas pelayanan.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Elvionita, *et al* (2022) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen di Agrowisata Purwosari Kecamatan Mijen Kabupaten Semarang”. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), menunjukkan nilai rata-rata 91,46% untuk kriteria "sangat puas" untuk setiap indikator dan pada Diagram Kartesius dari 25 atribut, terdapat tiga atribut yaitu atribut nomor 1, 20 dan 24 memerlukan perbaikan dan peningkatan. Hasil dari perhitungan metode *Customer Satusfaction Index* (CSI) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap

pelayanan di Hortimart Agro Center adalah 83.44%, yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa "sangat puas" dengan skor yang berada di antara 81% dan 100%. Perbedaan pada penelitian terletak pada metode analisis data yaitu analisis SWOT, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satusfaction Index* (CSI), dan Diagram Kartesius.