

MEMBANGUN PENGALAMAN POSITIF SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA LEDOK SAMBI

Wisnu Hadi¹, Atun Yulianto², Yulianto³, Lina Ayu Safitri⁴

¹Universitas Bina Sarana Informatika, wisnu.wsh@bsi.ac.id

²Universitas Bina Sarana Informatika, atun.aty@bsi.ac.id

³Universitas Bina Sarana Informatika, yulianto.ylt@bsi.ac.id

⁴Universitas Bina Sarana Informatika, lina.las@bsi.ac.id

ABSTRAK

Setiap kunjungan wisatawan menghasilkan pengalaman positif, yang mencakup aspek fisik seperti keindahan alam dan kenyamanan akomodasi serta interaksi emosional yang tercipta selama kunjungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang kepuasan wisatawan dari pengalaman positif yang didapat para wisatawan berkunjung di Ledok Sambu Sleman Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah analisis data kualitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, studi literatur, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 44% pengunjung menyatakan mereka akan membicarakan pengalaman positif mereka selama di Ledok Sambu kepada orang lain, dan 44% lainnya menilai hal tersebut baik. Penilaian terhadap fasilitas dan pelayanan menunjukkan bahwa 48% responden menilai sangat baik, 32% menilai baik, dan 20% menilai cukup baik. Citra obyek wisata yang meliputi rasa aman, nyaman, keramahtamahan, kebersihan, harga tiket masuk dan makanan yang terjangkau yang menjadi bagian dari pengalaman positif wisatawan. Selain itu data 44% pengunjung akan membicarakan pengalaman positif mereka selama di Ledok Sambu kepada orang lain, dan 44% lainnya menilai hal tersebut baik. Namun, terdapat 4% pengunjung merasa cukup baik dan hanya 8% yang merasa kurang baik mengenai pengalaman selama berwisata. Pengalaman positif sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung di Ledok Sambu, menunjukkan bahwa pengelola wisata telah berhasil memberikan pelayanan yang baik dalam hal fasilitas, atraksi, aksesibilitas, dan citra destinasi.

Kata Kunci : Pengalaman Positif, Kepuasan, Wisatawan

ABSTRACT

Every tourist visit produces a positive experience, which includes physical aspects such as natural beauty and accommodation comfort, as well as emotional interactions created during the visit. This research aims to understand tourist satisfaction from the positive experiences obtained by tourists visiting Ledok Sambu, Sleman, Yogyakarta. The method used is qualitative data analysis with data collection through questionnaires, observations, literature studies, and documentation. The results show that 44% of visitors stated that they would share their positive experiences during their time at Ledok Sambu with others, and another 44% rated this as good. Evaluations of facilities and services indicate that 48% of respondents rated them as very good, 32% rated them as good, and 20% rated them as satisfactory. The image of the tourist attraction, which includes feelings of safety, comfort, hospitality, cleanliness, and affordable ticket prices and food, is part of the tourists' positive

experience. Additionally, data shows that 44% of visitors would discuss their positive experiences at Ledok Sambu with others, and another 44% rated it as good. However, 4% of visitors felt it was satisfactory, and only 8% felt it was not good regarding their experience during the visit. Positive experiences serve as a strategy to enhance tourist satisfaction for those visiting Ledok Sambu, indicating that tourism managers have successfully provided good service in terms of facilities, attractions, accessibility, and destination image.

Keyword: *Positive Experience, Satisfaction, Tourists*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan global membuat semua kegiatan di dunia ini dapat terakses dengan cepat. Salah satunya adalah sektor Pariwisata dimana pariwisata adalah interaksi sosial antara wisatawan dan masyarakat lokal, yang dapat mempengaruhi pola kehidupan dan budaya masyarakat. Interaksi ini dapat membawa dampak positif maupun negatif

Tidak dipungkiri bahwa industri pariwisata menjadi salah satu sektor yang paling berkembang dan kompetitif selama ini. Para wisatawan kini tidak hanya mencari destinasi yang menarik, tetapi juga mengharapkan adanya pengalaman yang unik dan memuaskan selama mereka berwisata. Faktor kepuasan wisatawan merupakan indikator penting yang menentukan daya tarik keberhasilan suatu obyek wisata atau destinasi. Oleh karena itu, membangun pengalaman positif bagi wisatawan menjadi kunci utama dalam meningkatkan kepuasan mereka saat mereka berkunjung di destinasi wisata. Pengalaman positif adalah perasaan dan pemikiran yang menyenangkan atau memuaskan yang dialami seseorang selama suatu peristiwa atau aktivitas yang mencakup faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, fasilitas, atau aspek emosional lain yang dihadapi oleh wisatawan. Menurut Limantoro Lim, dkk (2021) bahwa kunci untuk mendapatkan keunggulan dalam industri pariwisata adalah penciptaan pengalaman bernilai tinggi, yaitu menciptakan pengalaman perjalanan wisata yang unik dan berkesan sehingga dapat memunculkan kepuasan wisata bagi wisatawan.

Ada hal yang didapat setiap kunjungan wisatawan yaitu pengalaman positif seperti mencakup aspek fisik seperti keindahan alam dan kenyamanan akomodasi serta interaksi emosional yang tercipta selama kunjungan. Kemudian ada faktor-faktor seperti pelayanan yang ramah, kemudahan akses, dan keaslian pengalaman budaya dapat secara signifikan memengaruhi persepsi wisatawan. Dalam hal ini ada konteks strategi yang berfokus pada personalisasi dan adaptasi terhadap preferensi individu wisatawan menjadi sangat relevan. Pengalaman pengunjung berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali, sedangkan citra destinasi tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Secara langsung kepuasan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Pengalaman pengunjung dan citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan(Sulistiyanda, dkk(2022).

Dengan pendekatan yang holistik, maka pengelola destinasi dan penyedia layanan wisata dapat menciptakan pengalaman yang tidak hanya memenuhi keinginan wisatawan, tetapi juga melebihi ekspektasi wisatawan. Artinya pendekatan holistik ini dalam membangun pengalaman positif bagi wisatawan berarti mempertimbangkan semua aspek yang memengaruhi pengalaman wisatawan secara keseluruhan, bukan hanya fokus pada satu atau dua aspek saja. Dengan pendekatan ini pengalaman wisatawan adalah hasil dari interaksi kompleks antara berbagai faktor. Untuk dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai strategi yang dapat diterapkan untuk membangun pengalaman positif dan dampaknya

terhadap tingkat kepuasan wisatawan. Adapun strategi yang diimplementasikan dengan peningkatan kualitas layanan, pengembangan atraksi wisata yang unik, peningkatan aksesibilitas dan konektivitas. Dengan memahami elemen-elemen kunci yang membentuk pengalaman wisatawan, diharapkan dapat ditemukan solusi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing destinasi wisata.

Dari latar belakang diatas maka peneliti melakukan penelitian tentang Membangun Pengalaman Positif Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Ledok Sambi. Sebagai destinasi wisata yang berlatarbelakang alam dengan keunikan sungai yang jernih serta pemandangan yang masih alami yang dimiliki tentu menarik sebagai obyek penelitian untuk mengetahui pengalaman positif para wisatawan dikaitkan dengan kepuasan wisatawan.

KAJIAN LITERATUR

Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat berpindah ke tempat lain dan meninggalkan tempat semula, dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan atau rekreasi agar dapat memenuhi kepuasan batin (Yanti, 2018).

Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu (Husna, 2022).

Menurut Pendit dalam “Pengantar Industri Pariwisata”, pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis jenis pariwisata tersebut adalah wisata budaya, wisata cagar alam, wisata

konvensi, wisata pertanian, wisata buru, serta wisata ziarah(Turangan, dkk(2022).

Wisatawan

Menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009, wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Wisatawan juga adalah orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung (visitor) yang terdiri dari banyak orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan, termasuk di dalamnya(Jayadi, dkk (2017).

Objek Dan Daya Tarik Wisata

Kata Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Setiap daerah yang memiliki daya tarik wisata yang harus dikembangkan sebagai bagian dalam pengembangan kepariwisataan dalam pembangunan pemerintah daerah.

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, menjelaskan bahwa “Daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan , kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Menurut Middleton (2009) dalam Fitriana, dkk(2019) bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya industri wisata sangat tergantung pada 3A, yaitu: (1) Atraksi (*attraction*) yang terdiri dari atraksi alam (lanskap, laut, iklim, flora, fauna, dan bentuk geografis lain serta kekayaan alam), atraksi buatan (bangunan, monumen, taman, pusat konvensi, dan sebagainya), atraksi budaya (tarian, music, agama, dan spesial Event), dan atraksi sosial; (2) Mudah dicapai (*accessibility*) yang di dalamnya termasuk infrastruktur (jalan, tempat parkir, bandara, jalur kereta api, dan pelabuhan), perlengkapan (ketersediaan transportasi menuju ke tempat tujuan, faktor operasional, dan regulasi pemerintah; (3) Fasilitas (*amenities*) yang merupakan hal-hal penunjang terciptanya kenyamanan wisatawan untuk dapat mengunjungi suatu daerah

tujuan wisata semisal akomodasi hotel, restoran, transportasi, aktivitas toko suvenir, pelayanan informasi dan fasilitas lain seperti pusat bahasa dan pusat Kesehatan.

Pengalaman Wisatawan

Setiap wisatawan bisa saja memiliki pengalaman positif atau negatif yang merupakan hasil tak terhindarkan dari mengonsumsi suatu produk layanan, karena kebutuhan dan keinginan mereka berbeda satu sama lain. Hal ini juga berlaku dalam industri pariwisata. Pengalaman pariwisata yang positif adalah hasil dari kesan. Kesan yang dimaksud adalah kesan yang terkait dengan kepuasan wisatawan, serta memiliki pengaruh positif terhadap wisatawan (Limantoro Lim, dkk(2021)).

Juga menurut (Limantoro Lim, dkk) bahwa pengalaman pariwisata negatif adalah hasil dari kekecewaan atau ketidakpuasan dan memiliki pengaruh negatif terhadap wisatawan. Bahwa dimensi pengalaman wisatawan ada yang positif dan negatif, serta memiliki makna yang lebih luas daripada pengalaman pariwisata yang memuaskan dan tidak puas. Masalah puas atau tidak puas hanya menunjukkan apakah harapan wisatawan terpenuhi atau tidak.

Pengalaman wisatawan memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan mereka. Destinasi wisata perlu berupaya untuk menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan dan meminimalkan potensi pengalaman negatif. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kebersihan dan keamanan, serta menyediakan atraksi dan fasilitas yang menarik. Sehingga wisatawan akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk berkunjung ke destinasi wisata yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler & Keller (2014) menyatakan bahwa kepuasan konsumen/wisatawan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara

kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Apabila kinerja di bawah harapan konsumen tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan konsumen puas, jika kinerja melebihi harapan konsumen amat puas atau senang (Girsang dkk, 2022).

Bahwa Indikator kepuasan Konsumen (Wisatawan) Menurut Kotler (2011) yang dikutip (Girsang dkk, 2022) bahwa atribut pembentuk kepuasan adalah sebagai berikut: (1) Kesesuaian harapan wisatawan; (2) Minat berkunjung kembali; (3) Kesiediaan merekomendasikan.

Dengan demikian kepuasan wisatawan sendiri yaitu respons atau tanggapan yang diberikan para wisatawan setelah terpenuhinya kebutuhan mereka akan sebuah produk atau pun jasa, sehingga para wisatawan memperoleh rasa nyaman dan senang karena harapannya telah terpenuhi. Selain itu kepuasan wisatawan juga sering dijadikan sebagai salah satu tujuan utama dari strategi pemasaran bisnis, baik bisnis yang dijalankan dengan memproduksi barang maupun bisnis jasa.

Strategi Kepuasan Wisatawan

Strategi meningkatkan kepuasan pelanggan atau wisatawan merupakan cara yang untuk memperoleh pelanggan atau wisatawan baru dengan terlebih dahulu menggabungkan berbagai cara.

Dalam meningkatkan kepuasan wisatawan yang datang di destinasi wisata perlu strategi. Menurut Vellas dan Becherel (2009), yang dikutip (Samtono, dkk, 2021) menjelaskan bahwa strategi adalah sebuah rencana induk yang mempunyai kunci tertentu baik jangka panjang, menengah, maupun pendek, yang menyangkut tujuan yang mengarah pada capaian target tertentu, termasuk perencanaan dimasa datang yang diinginkan dengan rancangan mengenai cara-cara yang sesuai untuk merealisasikan.

Strategi untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dapat diterapkan seperti fokus pada kualitas pengalaman wisatawan melalui : (1) Identifikasi faktor kunci kepuasan meliputi kualitas

pelayanan, fasilitas, atraksi, aksesibilitas, nilai uang, dan aspek lainnya; (2) Ukur kepuasan secara berkala misal implementasikan metode pengukuran kepuasan wisatawan secara teratur, seperti survei, kuesioner, atau analisis media sosial; (3) Analisis umpan balik wisatawan yaitu dengan analisis umpan balik dari wisatawan, baik positif maupun negatif.

METODE PENELITIAN

Dalam kegiatan penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif yang dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan nyata sekarang (sementara berlangsung).

Kemudian analisis yang digunakan adalah data kualitatif deskriptif berupa data yang diperoleh (berupa kata-kata, gambar, perilaku). Tidak dituangkan dalam bentuk bilangan atau dalam bentuk statistik, melainkan tetap dalam bentuk kualitatif yang memiliki arti lebih kaya dari sekedar angka atau frekuensi (Andi, 2011 :28)

Dalam penelitian kualitatif deskriptif ini yang menjadi obyek pengambilan data di destinasi wisata Ledok Sambu Pakem Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai destinasi wisata dengan latar belakang wisata alam yang menarik untuk diteliti karena kunjungan wisatawan yang memberikan pengalaman positif setelah mereka berkunjung.

Untuk teknik pengumpulan data menurut sumbernya data di bagi menjadi 2 macam yaitu: (1) Data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer yaitu yang asli, informasi dari tangan pertama atau responden (Wardiyanta, 2006). Penulis mendapat informasi langsung dari pihak-pihak pelaku wisata serta wisatawan saat berwisata di Ledok Sambu; (2) Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga (Wardiyanta, 2006). Penggunaan data sekunder ini dapat menguntungkan bagi

penulis karena dapat menghemat waktu, tenaga dan dana.

Agar memperoleh hasil penelitian yang mendekati kebenaran maka digunakan instrumen antara lain angket/kuesioner, pengamatan, dokumentasi dan studi pustaka yang berkaitan dengan judul penelitian.

Untuk data-data dari kuesioner dari pengunjung atau wisatawan yang berkunjung di Ledok Sambu nantinya dianalisis data karena dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yang pengujiannya bertitik tolak dari data yang telah terkumpul kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. sedangkan penghitungan persentase pendapat responden adalah:

$$NP = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Di mana

NP : Nilai Persentase

n : Jumlah Responden

N : Total Responden

Penjelasan rumus diatas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

- ¹⁾NP (Nilai Persentase): Ini adalah hasil akhir perhitungan yang menunjukkan berapa persen bagian tersebut dari keseluruhan. Biasanya dinyatakan dalam satuan persen (%).
- ²⁾n (Jumlah Bagian): Ini adalah jumlah atau frekuensi dari item atau kategori tertentu yang sedang Anda analisis. Ini adalah bagian yang ingin diketahui persentasenya terhadap keseluruhan.
- ³⁾N (Jumlah Keseluruhan): Ini adalah total jumlah atau frekuensi dari semua item atau observasi dalam suatu penelitian. N adalah keseluruhan data yang menjadi dasar perhitungan persentase.
- ⁴⁾100%: Faktor pengali ini digunakan untuk mengubah hasil desimal menjadi persentase.

PEMBAHASAN

Kabupaten Sleman bagian dari Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki banyak destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan, terutama wisata alamnya. Hal ini dikarenakan adanya Gunung Merapi yang masih aktif sehingga menarik untuk diteliti oleh

ilmuwan dunia dan menjadikan gunung ini selalu ikon wisata kota Yogyakarta.

Salah satu destinasi wisata alam yang menarik dikunjungi wisatawan lokal dan nasional yaitu wisata Lembah Ledok Sambi Pakem di Kabupaten Sleman. Obyek wisata ini menjual keindahan sungai kuning yang berhulu dari Gunung Merapi sehingga kejernihan serta kesegarannya menarik untuk dikunjungi. Obyek wisata yang belum lama dibuka sebelum covid-19 melanda sangat cocok untuk wisata keluarga.

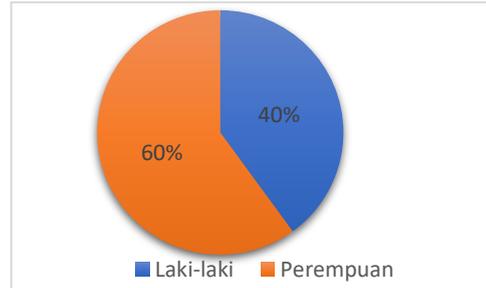


Sumber : Peneliti (2024).

Gambar 1. Destinasi Wisata Ledok Sambi

Berbagai strategi pengembangan wisata alam ini terus dilakukan oleh pelaku wisata di Ledok Sambi ini untuk memberikan kepuasan wisatawan sehingga menjadi rekomendasi obyek wisata ini untuk dikunjungi. Dengan lokasi yang sangat strategis karena ada dijalar obyek wisata alam Kaliurang serta Candi Prambanan sehingga pengelola wisata ini selalu berusaha melakukan berbagai strategi atau cara agar wisatawan tertarik berkunjung ke obyek wisata alam ini. Untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai membangun pengalaman positif sebagai strategi meningkatkan kepuasan wisatawan di objek Wisata Ledok Sambi.

Kegiatan penelitian ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang sedang berkunjung di Ledok Sambi sebagai sampel responden penelitian maka peneliti menetapkan sebanyak 25 orang dengan latar belakang pendidikan, jenis kelamin dan umur responden. Sehingga data yang diperoleh dari hasil olahan kuesioner dapat kami sajikan dalam penelitian ini di bawah ini :

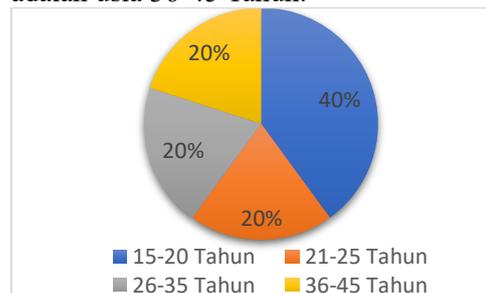


Sumber :Data Peneliti (2024)

Gambar 2. Grafik Tentang Jenis Kelamin Responden

Pada data profil responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner tersebut antara lain 40% adalah responden berjenis kelamin pria dan 60% berjenis kelamin Wanita.

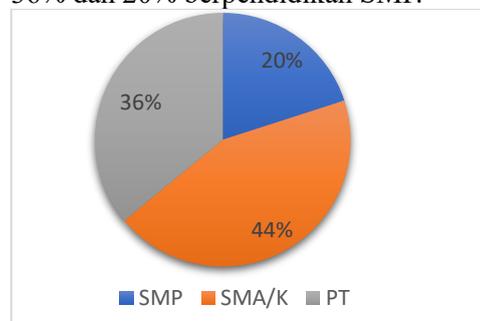
Sedangkan data untuk usia para responden dalam penelitian ini didapat 40% berusia 15-20 Tahun dan 20% berusia 21-25 Tahun dilanjut 20% berusia 26-35 Tahun kemudian 20% adalah usia 36-45 Tahun.



Sumber Data Peneliti (2024)

Gambar 3. Grafik Tentang Usia Responden

Profil mengenai segi pendidikan didapat bahwa berpendidikan SMA/SMK baik sudah lulus maupun masih sekolah yaitu 44% serta yang berpendidikan perguruan tinggi sebanyak 36% dan 20% berpendidikan SMP.



Sumber Data Peneliti (2024)

Gambar 4. Grafik Tentang Pendidikan Responden

Dengan demikian bahwa pengunjung Ledok Sambi sangat diminati oleh anak muda dan sekaligus berwisata bersama keluarga

Tabel 1. Data Frekuensi Kunjungan Responden

No.	Data Frekuensi Kunjungan	Frekuensi	Persentase
1.	Pertama kali	11	44%
2.	2-3 kali	10	40%
3.	Lebih dari 3 kali	4	16%

Sumber Data Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel data tersebut, terlihat bahwa sebagian besar wisatawan adalah orang yang baru pertama kali mengunjungi Ledok Sambi yaitu 44%, diikuti oleh mereka yang sudah berkunjung 2-3 kali sebanyak 40%, dan hanya sedikit yang telah melakukan

kunjungan lebih dari 3 kali yakni 16%. Hal ini dikarenakan objek wisata Ledok Sambi masih tergolong baru dan berkembang serta sedang marak dibicarakan di khalayak umum terutama media sosial.

Tabel 2. Data Sumber Informasi Terkait Objek Wisata

No.	Sumber Informasi	Frekuensi	Persentase
1.	Rekomendasi teman/saudara	9	36%
2.	Brosur paket wisata	2	8%
3.	Media elektronik	13	52%
4.	Lain-lain	1	4%

Sumber Data Peneliti (2024)

Data tentang sumber informasi mengenai obyek wisata Ledok Sambi bahwa sebagian besar pengunjung sebanyak 52% mendapatkan informasi melalui media elektronik, seperti media sosial, situs web, atau platform video. Hal ini menunjukkan bahwa media elektronik adalah sumber informasi utama yang efektif untuk menarik minat calon pengunjung di era digital.

Sedangkan menurut rekomendasi terdapat sebanyak 36% pengunjung mengetahui informasi tentang lokasi ini melalui rekomendasi dari teman atau saudara. Dengan demikian menunjukkan bahwa pengalaman positif yang dibagikan secara langsung sangat berperan penting dalam menarik minat para wisatawan baru.

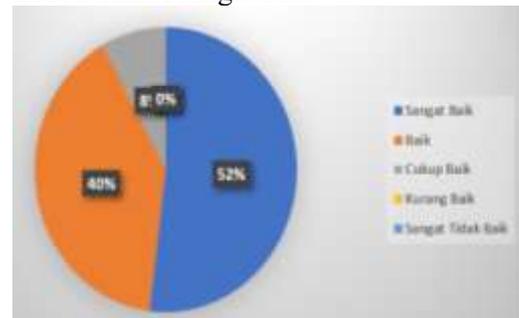
Membangun Pengalaman Positif Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Ledok Sambi.

Untuk mengetahui kepuasan wisatawan saat berkunjung di Ledok Sambi Pakem Sleman sebagai pengalaman positif yang dapat memberikan informasi bagi pengelola obyek wisata agar pengembangan destinasi dapat berjalan dengan baik

maka didapatkan data dari sampel responden sebagai berikut :

Respons Kepuasan Wisatawan Terkait Atraksi Wisata .

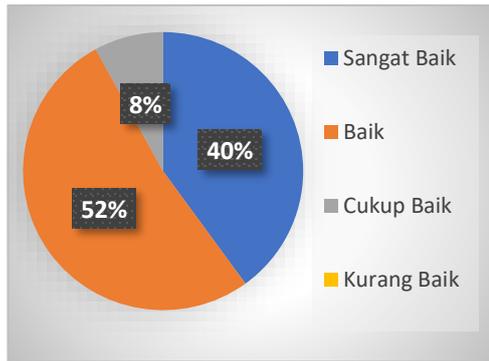
Berdasarkan data gambar 5 tentang kepuasan wisatawan terhadap pemandangan (*lansecape*), sebanyak 52% menilai bahwa pemandangan alam di Ledok Sambi sangat baik.



Sumber ; Data Peneliti (2024)

Gambar 5. Grafik Tentang Kepuasan Wisatawan Terkait Pemandangan.

Kemudian terdapat 40% pengunjung menilai baik dan hanya 8% pengunjung yang menilai cukup baik. Dengan demikian pemandangan ledok sambi menurut hasil riset dari sebagian responden menyatakan sangat baik sehingga layak menjadi referensi destinasi yang menarik bagi wisatawan.



Sumber Data Peneliti (2024)

Gambar 6. Grafik Tentang Kepuasan Wisatawan Terkait Kondisi Alam.

Hasil penilaian terkait kondisi alam di Ledok Sambi menunjukkan bahwa sebanyak 52% pengunjung menilai baik. Selanjutnya 40% menilai sangat baik dan hanya terdapat 8% pengunjung yang menilai cukup baik.

Respons Kepuasan Wisatawan Terkait Fasilitas dan Pelayanan.

Berdasarkan hasil observasi serta kuesioner mengenai kepuasan pelanggan terhadap fasilitas dan pelayanan di Ledok Sambi, Sebagian besar responden memberikan penilaian yang positif. Hal ini ditunjukkan dengan data hasil riset dari responden sebanyak 48% pengunjung menilai sangat baik kemudian 32% menilai baik dan hanya 20% yang menilai cukup baik dengan kualitas fasilitas dan pelayanan wisata Ledok Sambi.

Pelayanan karyawan Ledok Sambi juga dinilai baik oleh 64% pengunjung, dilanjutkan sebanyak 24% menilai sangat baik, kemudian terdapat 8% menilai cukup baik dan hanya 4% yang menilai kurang baik. Pada aspek kualitas pelayanan di restoran, 88% pengunjung menilai baik hingga sangat baik, sementara 8% cukup baik dan hanya terdapat 4% merasa kurang baik.

Kualitas makanan dan minuman di restoran Ledok Sambi mendapatkan penilaian yang tinggi, dengan 44% pengunjung merasa baik kemudian 40% menilai sangat baik, dan hanya 16% pengunjung yang merasa cukup baik. Pada aspek sanitasi dan *higiene* menunjukkan bahwa 28% pengunjung menilai sangat baik dan 28% menilai

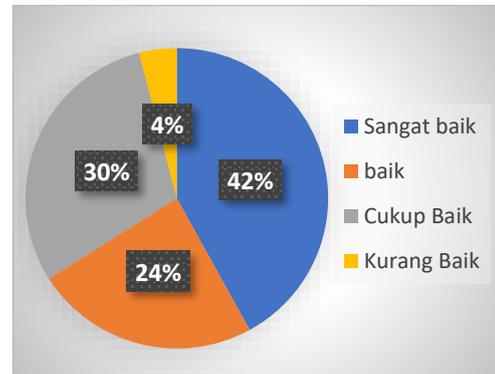
baik. Kemudian terdapat 40% pengunjung menilai cukup baik dan 4% menilai kurang baik.



Sumber Data Peneliti (2024)

Gambar 9. Fasilitas Parkir Cukup Luas. Fasilitas parkir menunjukkan persepsi yang cukup beragam, yakni 48% pengunjung menilai sangat baik, 16% menilai baik, 32% cukup baik, dan 4% menilai kurang baik. Secara keseluruhan, penilaian pelanggan terhadap Ledok Sambi cukup baik, meskipun terdapat beberapa aspek, seperti sanitasi dan fasilitas parkir, yang masih memerlukan peningkatan.

Respons Kepuasan Wisatawan Terkait Aksesibilitas .



Sumber Data Peneliti (2024)

Gambar 10. Grafik Tentang Kepuasan Wisatawan Terkait Aksesibilitas

Sebagian besar pengunjung merasa bahwa jalan menuju Ledok Sambi cukup mudah ditempuh. Sebanyak 42% responden menilai aksesibilitas jalan sangat baik, sementara 24% menilai baik. Di sisi lain, 30% merasa jalan tersebut cukup baik, dan hanya 4% yang menilai jalan tersebut kurang baik. Dari segi kualitas jalan, 20% pengunjung menilai jalan menuju Ledok Sambi

sangat baik, dan 56% menilai jalan tersebut baik. Namun, 60% pengunjung menilai kondisi jalan cukup baik, sementara 4% menilai kondisi jalan kurang baik.

Petunjuk jalan menuju Ledok Sambi mendapatkan penilaian yang sangat positif. Sebanyak 56% pengunjung menilai petunjuk jalan sangat baik, 32% menilai petunjuk jalan tersebut baik, dan 12% menilai cukup baik. Ledok Sambi dapat diakses dengan mudah melalui Google Map, yang diakui oleh 88% responden, yang menilai aksesibilitas digital ini sangat baik. Hanya 12% yang menilai bahwa akses ke Ledok Sambi melalui Google Map baik.

Respons Kepuasan Wisatawan Terkait Citra Objek Wisata.

Hasil riset terkait citra dimulai dari keramahan masyarakat sekitar maka terdapat sebanyak 40% pengunjung menilai keramahan masyarakat sekitar Ledok Sambi sangat baik, dan 40% lainnya menilai baik. Namun, ada 12% yang merasa keramahan masyarakat cukup baik, sementara 8% menilai keramahan tersebut sangat tidak baik.

Sementara kebersihan area sekitar Ledok Sambi mendapatkan penilaian yang cukup beragam. Sebanyak 20% pengunjung menilai kebersihan sangat baik, dan 20% lainnya menilai baik. Namun, 40% menilai kebersihan cukup baik, dan 20% menilai kurang baik. Keamanan di sekitar Ledok Sambi mendapatkan penilaian yang cukup positif. Sebanyak 40% pengunjung menilai keamanan sangat baik, dan 32% lainnya menilai baik. Namun, 20% merasa keamanan cukup baik, dan 8% menilai kurang baik.

Respons Kepuasan Wisatawan Terkait Biaya/Harga.

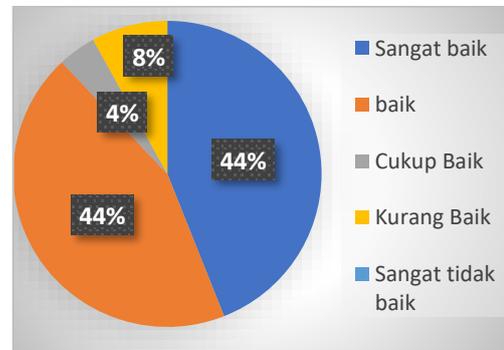
Terdapat Sebanyak 40% pengunjung merasa bahwa harga atau biaya yang dikenakan di Objek Wisata Ledok Sambi sangat baik atau terjangkau, dan 44% merasa harga tersebut baik. Namun, ada 12% yang merasa harga cukup baik, dan 4% menilai harga tersebut kurang baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar

pengunjung merasa bahwa harga di Ledok Sambi masih dalam kategori yang dapat diterima, meskipun ada sebagian kecil yang merasa harga tersebut agak tinggi atau kurang terjangkau.

Mengenai harga makanan, 40% pengunjung menilai harga makanan di Ledok Sambi sangat baik atau terjangkau. Sebanyak 32% pengunjung menilai harga makanan tersebut baik, dan 20% merasa harga tersebut cukup baik. Namun, 8% merasa harga makanan kurang terjangkau. Penilaian ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung merasa harga makanan cukup terjangkau, meskipun ada sebagian kecil yang merasa harga makanan masih terlalu tinggi.

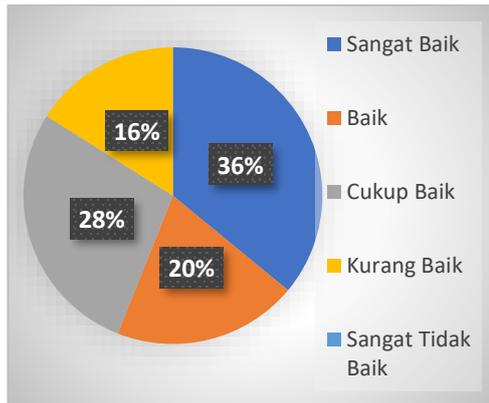
Respons Kepuasan Wisatawan Terkait Pernyataan Pengalaman Positif dan Merekomendasikan Ke Wisatawan Lain

Sebanyak 44% pengunjung menyatakan bahwa mereka akan membicarakan pengalaman positif mereka selama di Ledok Sambi kepada orang lain, dan 44% lainnya menilai hal tersebut baik.



Sumber Data Peneliti (2024)

Gambar 13. Grafik Tentang Kepuasan Wisatawan Terkait Pengalaman Positif Namun, terdapat 4% pengunjung merasa cukup baik, dan 8% merasa kurang baik mengenai pengalaman selama berwisata di Ledok Sambi. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung merasa sangat puas dengan pengalaman mereka di Ledok Sambi dan merasa cukup termotivasi untuk berbicara positif tentang tempat tersebut kepada orang lain.



Sumber Data Peneliti (2024)

Gambar 14. Grafik Tentang Kepuasan Wisatawan Terkait Merekomendasikan Untuk Berkunjung Ke Wisatawan Lain.

Mengenai niat untuk merekomendasikan Ledok Sambu, 36% pengunjung menilai sangat baik dan 20% lainnya menilai baik. Sebanyak 28% pengunjung menilai cukup baik tentang merekomendasikan tempat tersebut, dan 16% menilai kurang baik. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung merasa cukup puas dan akan merekomendasikan Objek Wisata Ledok Sambu, meskipun ada sebagian kecil yang kurang antusias untuk merekomendasikan tempat ini. Sebanyak 28% pengunjung menyatakan sangat baik bahwa mereka berniat untuk mengunjungi Ledok Sambu kembali, dan 24% menilai baik. Sebanyak 20% menilai cukup baik untuk mengunjungi kembali, namun 12% menilai kurang baik, dan 16% menilai sangat tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas pengunjung memiliki niat untuk kembali, ada sejumlah pengunjung yang merasa kurang tertarik atau tidak berniat untuk mengunjungi kembali Objek Wisata Ledok Sambu.

Dari uraian diatas tentang membangun pengalaman positif sebagai strategi meningkatkan kepuasan para wisatawan yang berkunjung di Ledok Sambu bahwa pengelola wisata sudah berhasil memberikan pelayanan yang baik. Mayoritas responden memberikan penilaian yang sangat baik terhadap fasilitas serta pelayanan yang diterima wisatawan saat berkunjung di sana.

Dengan demikian strategi pengelola wisata Ledok Sambu Sleman telah berhasil memberikan citra baik kepada wisatawan dari hal keramahan, kebersihan, keamanan serta kenyamanan yang diberikan kepada pengunjung. Hal ini kemudian menjadi pengalaman yang berharga untuk dijadikan oleh para wisatawan untuk merekomendasikan ke orang lain untuk berkunjung ke Ledok Sambu sehingga memberi dampak positif bagi pengelola untuk meningkatkan pengembangan wisata agar lebih baik.

PENUTUP SIMPULAN

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengalaman positif sebagai strategi meningkatkan kepuasan dimana wisatawan yang berkunjung di wisata Ledok Sambu Sleman merasakan pelayanan sesuai dengan apa yang dirasakan saat berkunjung seperti bahwa pemandangan alam di Ledok Sambu sangat baik. Selain itu keadaan alamnya yang masih bersih dan sejuk udaranya juga di nilai baik oleh wisatawan hal ini Ledok Sambu berada dilereng Gunung Merapi yang masih aktif.

Pengalaman positif yang telah memberikan kepuasan adalah fasilitas dan pelayanan pengelola wisata di Ledok Sambu bahwa responden memberikan penilaian yang positif atau sangat baik dan baik. Akses jalan yang mudah sehingga memudahkan wisatawan dapat mudah mencari Lokasi Ledok Sambu ini.

Kemudian pengalaman positif yang merasakan kepuasan terhadap citra obyek wisata yang telah memberikan rasa aman, nyaman serta didukung keramahan dan kebersihan selama mereka berkunjung di Ledok Sambu. Citra obyek wisata yang lain adalah harga tiket masuk serta makanan juga di nilai cukup murah dan terjangkau sehingga biaya yang dikeluarkan sesuai dengan pelayanan yang diterima mereka.

Dari pengalaman positif yang didapat setelah berkunjung mereka akan merekomendasikan ke orang lain untuk

berkunjung ke Ledok Sambu hal ini dari pendapat pengunjung menilai sangat baik sehingga mereka akan berkunjung kembali ke obyek wisata tersebut.

SARAN

Dari Kesimpulan diatas agar keberadaan obyek wisata Ledok Sambu sebagai wisata alam dan keluarga tetap menjadi tujuan wisata yang pilihan wisatawan khususnya keluarga maka pengelola harus mempertahankan pelayanan serta citra wisata yang melekat yaitu alami, bersih, aman dan ramah.

Untuk meningkatkan pengelolaannya agar lebih baik maka pengelola wisata harus selalu menerapkan Sapta Pesona sebagai acuan untuk menjadikan Ledok Sambu sebagai wisata alam dan keluarga yang mampu menarik wisatawan untuk sering berkunjung lagi.

Pengalaman positif yang didapat pengunjung selama ini bisa menjadi tolok ukur bahwa wisata alam Ledok Sambu mampu memberikan kepuasan ke wisatawan hal ini dikarenakan strategi pengelola yang sudah baik dalam mempromosikan sebagai wisata alam dan keluarga yang ramah dan aman serta bersih.

REFERENSI

- Anonim. *Undang-Undang Republik Indonesia, No. 10 Tahun 2009, Kepariwisataaan.*
- Andi Prastowo, (2011). *Memahami Metode Penelitian.* Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Fitriana, Rina dan Sarmadi, Kiki Amalia. (2019). *Pengaruh Daya Tarik Taman Potret Terhadap Kepuasan Wisatawan. Jurnal IKRA-ITH Humaniora Vol. 3 No. 3 Bulan November 2019.* Hal : 155-162.
- Girsang, Meyga Kristina., dkk (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Taman Bunga Sapu Juma Tongging Karo. Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB).*

Volume 22 Nomor 2, September 2022. Hal : 399-413.

- Husna, Faizah Khotimatul. (2022). *Analisis dampak sektor pariwisata bagi perekonomian warga sekitar kawasan Wisata Siblarak Polanharjo Kabupaten Klaten. Journal of Economics Research and Policy Studies, Volumen 2 No. 2 Tahun 2022, Hal : 104-117.*
- Jayadi,dkk .(2017). *Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Green Bowl, Ungasan, Kuta Selatan, Bali. Jurnal Analisis Pariwisata. Vol. 17 No. 2, 2017.Hal 69-77. ISSN : 1410 – 3729 .*
- Limantoro Lim, Florin,. Dkk (2021). *Meningkatkan Kualitas Pengalaman Wisatawan Dengan Pelayanan Kepemanduan Dan Penerapan Protokol Kesehatan Di Desa Wisata Nglanggeran – Studi Pendahuluan. Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture (UNCLLE) Vol. 1 No. 1, April 2021 e-ISSN: 2798-7302. Hal : 45-64.*
- Samtono, dkk (2021). *Strategi peningkatankepuasan Pengunjung Obyek Wisata Bukitcinta Banyubirukabupaten Semarang. Jurnal Media Wisata, Volume 19, Nomor1,Mei 2021. Hal : 110-118.*
- Sulistyanda, dkk (2022). *Pengaruh Pengalaman Pengunjung Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Wisatawan Telaga Sarangan. Prosiding Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4.*

September 2022 E-ISSN: 2686
– 1771.

Turangan, dkk (2022). *Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Tomohon*. Jurnal Spasial Vol 9. No. 1,2022 ISSN 2442-3262. Hal : 77-89

Wardiyanta (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*, Yogyakarta : CV. Andi. Offset

Yanti, D. (2018). *Pemanfaatan Web Blog sebagai Media Distribusi Informasi Pariwisata*. Jurnal Darma Agung, Volume 26 No.1 Agustus 20218 Hal: 600–605.

BIODATA PENULIS

Wisnu Hadi, adalah dosen Universitas BSI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Perhotelan. Saat ini aktif dalam berbagai penelitian terkait kepariwisataan serta Ekonomi

Manajemen dan menjadi trainer pada beberapa Lembaga Pelatihan.

Atun Yulianto, adalah dosen Universitas BSI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Perhotelan. Saat ini aktif dalam berbagai penelitian terkait kepariwisataan dan menjadi Reviewer pada beberapa jurnal nasional.

Yulianto, adalah dosen Universitas BSI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Perhotelan. Saat ini aktif dalam berbagai penelitian terkait kepariwisataan serta Ekonomi Manajemen.

Lina Ayu Safitri, adalah dosen Universitas BSI Fakultas Teknik Dan Informatika Program Studi Sistem Informasi. Saat ini aktif dalam berbagai penelitian terkait Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi