



wonderful
indonesia



Jurna Hospitality

PASOPATI

VOL 3 NOMOR 1 SEPTEMBER 2015

Jl. Raya Jabon KM.0,7, Tambak Rejo, Gayaman,
Mojoanyar, Mojokerto, Jawa Timur 61364

ISSN:2338-7440

SUSUNAN PENGURUS JURNAL HOSPITALITY

PENANGGUNG JAWAB

Direktur Akpar Majapahit Surabaya
Ir. Juwono Saroso, MM., MM Par

Ketua Penyunting

Hedy Wahidin Saleh, SH., MBA., MSi.Par

Mitra Bestari (Penyunting Ahli)

Prof. Dr. Dr. Soetomo WE., MPD – STIEPARI Semarang

Penyunting Pelaksana

Otje Herman Wibowo, Amd., SE., M Par
Paulus Sutrisno W., SST Par., M Par
Dewi Mariyanah, SST. Par., M.Par
Renny Savitri, SST. Par., M Par
Agus Sudarsono, SST. Par., M Par

Dewan Redaksi

Drs. Ec Andrian LB, MBA., MM., M.Par
Astinah, Amd Par

Alamat Redaksi

Akademi Pariwisata Majapahit
Jl. Jemursari 244 Surabaya
Telp. 0318410109, Fax 0318432050
E-mail akparmajapahit@gmail.com
www.majapahit.org

SYARAT ARTIKEL

1. Artikel origin, belum dimuat dimedia (jurnal) manapun juga, berupa hasil penelitian, pengabdian kepada masyarakat, kajian pustaka, orbatorium dan kajian-kajian lain yang setara;
2. Sistematika penulisan
 - a. Artikel hasil penelitian
 - Judul
 - Nama penulis dan alamat E-mail
 - Abstrak
 - Kata kunci
 - Pendahuluan (permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian
 - Kajian pustaka
 - Metode Penelitian
 - Hasil dan Pembahasan
 - Simpulan (dan saran bila diperlukan)
 - Daftar rujukan
 - b. Artikel essay:
 - Judul
 - Nama Penulis dan alamat Email
 - Abstrak
 - Kata kunci
 - Pendahuluan
 - Isi
 - Simpulan
 - Daftar pustaka
3. Teknik pengutipan menggunakan format author date page (ADP)
4. Daftar rujukan menggunakan format author date page (ADP)
5. Artikel berbahasa Indonesia menggunakan ejaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, artikel berbahasa Inggris menggunakan American atau British style
6. Artikel diketik menggunakan computer, menggunakan program Microsoft Word for Windows, berspasi 1 (satu) pada kertas HVS A 4, margin kanan, atas dan bawah 3 cm, dan margin kiri 4 cm, antara 10 sampai dengan 15 halaman sudah termasuk gambar, tabel, ilustrasi dan daftar pustaka
7. Artikel dikirimkan dalam 2 copy ke alamat tredaksi Jurnal Hopitality:
Akademi Pariwisata Majapahit
Jl. Raya Jemursari 244 Surabaya
Telp. 0318410109, Fax 0318432050
E-mail akparmajapahit@gmail.com
www.majapahit.org

KATA PENGANTAR

Atas berkat rahmad Tuhan yang Maha Esa Redaksi Jurnal Hospitality mampu menerbitkan Volume III nomor 1 edisi bulan September 2015. Jurnal Hospitality Volume III nomor 1 ini berisi hasil penelitian dosen-dosen Akademi Pariwisata Majapahit di Monumen Kapal Selam Surabaya, sebagai perwujudan Bela Negara melalui pariwisata yang merupakan edisi khusus dan didedikasikan untuk menyambut hari Pahlawan 10 Nopember dan Hari Armada 5 Desember. Selain itu, jurnal ini juga berisikan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan sebuah perusahaan dan tingkat hunian hotel di tempat wisata serta tinjauan kelayakan usaha produk makanan dari aspek lingkungan eksternal

Monumen Kapal Selam adalah taman rekreasi yang berada di tengah taman swarga puspitaloka, dibangun atas prakarsa pimpinan TNI AL dan Gubernur Jawa Timur sebagai sarana pewarisan nilai-nilai luhur perjuangan bangsa Indonesia dalam merintis, menegakkan dan mengisi kemerdekaan sekaligus bukti pengabdian Korps Hiu Kencana dan pelestarian benda bersejarah bagi TNI AL

Para peneliti Akpar Majapahit meneliti dari berbagai aspek, mulai motivasi sampai implementasi dengan maksud untuk menyampaikan bahwa berwisata di Monumen Kapal Selam bukan sekedar rekreasi, tetapi juga pembelajaran untuk memahami eksistensinya sekaligus aksi bela Negara.

Semoga jurnal edisi ini memberikan nuansa akademis, sebagai sebuah atmosphere yang juga memberikan pengetahuan empiric agar kampus tidak menjadi menara gading. Akhirnya jurnal Hospitality menantikan sumbangan artikel untuk penerbitan nomor berikutnya.

Selamat membaca

Pimpinan Redaksi

DAFTAR ISI

Susunan Redaksi	1
Kata Pengantar	2
Daftar Isi	3
Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Berwisata <i>Hardita Kusdiharjo</i>	5
Motivasi Wisatawan untuk Berwisata ke Monumen Kapal Selam <i>Paulus Sutrisno, R</i>	18
Persepsi Wisatawan Terhadap Obyek Wisata Monumen Kapal Selam <i>Otje Herman Wibowo</i>	27
Implementasi Fungsi Monumen Kapal Selam Dalam Atraksi Wisata <i>Juwono Saroso</i>	40
Deskripsi Pengalaman Berwisata di Monumen Kapal Selam Berdasar Kriteria Gartner <i>Agus Sudharsono</i>	52
Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Monumen Kapal Selam <i>Dewi Mariyanah</i>	61
Faktor - Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Di Kampus Akademi Pariwisata Majapahit Surabaya <i>Paulus Sutrisno, R</i>	73
Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Tamu Terhadap Tingkat Hunian Di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” Kota Batu Malang <i>Hardhita Kusdharyanto</i>	90
Studi Perbandingan Fermentasi Produk Tape Pisang Kepok Kuning (Musa Paradisiaca L.) Dan Pisang Tanduk (Musa Corniculata Lour) Berdasarkan Tingkat Kesukaan Masyarakat <i>Hardhita Kusdharyanto</i>	125
Penggunaan Ikan Lele Dumbo (Clarias Gariepinus) Segar Menggantikan Lele Dumbo Kukus Untuk Meningkatkan Mutu Nugget CV. Sulung Wicaksono Berdikari Dan Tinjauan Kelayakan Usaha Dari Aspek Lingkungan Eksternal <i>Rachma Nur Devianti</i>	146

FAKTOR FAKTOR PENDORONG MOTIVASI WISATAWAN UNTUK BERWISATA KE MONUMEN KAPAL SELAM SURABAYA

HARDHITA KUSDHARYANTO
Dosen Akpar Majapahit
Email: jokotole.keraton@gmail.com

Abstrak

Dari hal tersebut diketahui bahwa faktor pendorong motivasi *Social Interaction* memperoleh skor 442, faktor *escape* dan *educational opportunity* memperoleh skor sama yaitu 415, *Relaxations* memperoleh skor 406, *play* memperoleh skor 401, *Prestige* memperoleh skor 398, *Strengthening family bonds* memperoleh skor 391, *Romance* memperoleh skor 373, *Selffulfillment (self discovery)* memperoleh skor 370, terakhir *Wish fulfillment* memperoleh skor 336

Sebagian besar responden menginginkan untuk melakukan perjalanan wisata. Pada faktor-faktor *relaxations* (4 %) *play* (4 %), *strengthening family bonds* (8 %) *prestige*, (4 %), *romance* (1%), *selffulfillment* (3 %) dan *wishfulfillment* (18 %) responden memilih dan berpendapat kurang setuju dan tidak ada yang memilih dan berpendapat tidak setuju.

Kata kunci: faktor pendorong, motivasi, wisatawan

PENDAHULUAN

Monumen Kapal Selam (Monkasel) dibangun atas prakarsa Pemimpin TNI AL, Gubernur Jawa Timur dan para sesepuh dimaksudkan untuk, menambah obyek wisata bernuansa bahari di Jawa Timur, khususnya Surabaya, sebagai sarana pewarisan nilai sejarah yang merupakan cermin kebesaran bangsa Indonesia sebagai bangsa bahari, sebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur perjuangan bangsa Indonesia dalam merintis, menegakkan dan mengisi kemerdekaan, sebagai penghormatan kepada pejuang dan pahlawan laut, sekaligus sebagai bukti sejarah pengabdian korps Hiu Kencana kepada bangsa dan Negara. dan memberI motivasi agar masyarakat lebih mengenal dan mencintai laut.

Monumen mulai dibangun pada 1 Juli 1995 dan dibuka untuk umum pada 15 Juli 1998 ini merupakan bukti kebanggaan warga kota Surabaya akan sebutan Surabaya sebagai Kota Pahlawan dan Kota Angkatan Laut, sebagai 1 di antara 2 museum kapal selam di seluruh dunia. Monkasel menjadi salah satu andalan pariwisata Surabaya. Museum kapal selam ini merupakan obyek wisata edukasi berwawasan bahari karena terdapat sejarah-sejarah mengenai kapal selam itu beserta seluruh isinya.

Monkasel berada di tengah-tengah taman Swarga Puspitaloka, dilengkapi dengan sarana hiburan videorama, *live music* dan wisata air Kalimas. Taman Swarga Puspitaloka yang asri dengan aneka macam tumbuhan yang tertata rapi, dipadukan dengan *jogging track*, koridor, tempat duduk dan lampu-lampu hias. Pada dinding pembatas sebelah barat divisualisasikan sejarah kekuatan bahari selama 12 abad dalam sebuah karya seni lukis yang siap dinikmati. Sedangkan di pelataran sebelah timur monument terdapat panggung hiburan, di tempat ini berbagai acara dapat digelar. Setiap hari Sabtu dan Minggu malam, hiburan *live music* merupakan sajian khusus Monkasel. Hiburan video rama menyuguhkan film layar lebar yang dilengkapi sound system double stereo, sangat mendukung penayangan film berjudul “Monumen Kapal Selam” dan “Lebih Mengetahui TNI Angkatan Laut”.

Obyek wisata ini dilengkapi dengan fasilitas hiburan wisata air di Kalimas, antara lain perahu karet, perahu motor, sepeda air, perahu naga dan jet ski (carteran) setiap hari Sabtu dan Minggu. Café Monkasel yang berada tepat di belakang monumen menyediakan aneka masakan khas yang siap dinikmati di dalam ruangan maupun di taman Swarga Puspitaloka, zona free wifi yang dapat langsung diakses di area café, aneka ragam souvenir di sebelah utara gedung multimedia.

Meskipun letaknya strategis, mudah dikunjungi dan tergolong unik, langka, namun belum mampu menyedot pengunjung apalagi memberi pemahaman tentang pengetahuan kebaharian. Sampai saat ini Monkasel baru berfungsi sebagai taman rekreasi, oleh karena itu dibutuhkan strategi pengembangan daya tarik wisata yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sekaligus memberikan pemahaman tentang kebaharian sesuai dengan fungsi Monkasel.

RUMUSAN MASALAH

Wisatawan yang berkunjung ke Monumen Kapal Selam berasal dari berbagai daerah dan berbagai lapisan masyarakat, masing-masing dengan tujuan dan motivasi serta faktor pendorong dan faktor penarik yang berbeda Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “ faktor –faktor apakah yang menjadi pendorong motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam Surabaya ?” .

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengungkapkan faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam.
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendorong motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam.

KAJIAN PUSTAKA

Motivasi adalah sebuah alasan atau dorongan untuk bertindak, yang berasal dari dalam maupun dari luar. Motivasi seseorang dipengaruhi oleh internal (*intrinsic motivation*) dan faktor eksternal (*extrinsic motivation*). Secara intrinsic motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan dan keinginan, yang meliputi kebutuhan fisiologis, keamanan, social, *prestige* dan aktualisasi diri..

Wisatawan berasal dari bahasa Sanskerta, kata “wisata” yang berarti perjalanan. Didalam bahasa Indonesia, akhiran “wan” berarti seseorang dengan keadaannya. Sehingga wisatawan dapat diartikan sebagai orang yang melakukan perjalanan. Selain itu wisatawan dapat diasosiasikan dengan kata “*tourist*” dalam bahasa Inggris dan jika diperhatikan, kata “*tourist*” berasal dari kata “*tour*” yang merupakan sinonim dengan pariwisata dan dalam bahasa Sanskerta berarti perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Motivasi wisatawan bersifat dinamis, dapat berubah-ubah dari waktu ke waktu (Pearce 9 1988) sesuai dorongan atas perjalanan tersebut terdiri berbagai kepentingan baik kepentingan sosial maupun kebudayaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan tersebut berupa faktor pendorong dan faktor penarik, dalam arti keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor-faktor pendorong (*push faktor*) dan faktor-faktor penarik (*full faktor*).

Faktor pendorong dan penarik ini sesungguhnya merupakan faktor internal dan faktor eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan. Fandeli (1995) menjelaskan kedua faktor tersebut adalah sebagai berikut: (1) Faktor Pendorong, faktor yang mendorong seseorang untuk berwisata adalah ingin terlepas, meskipun sejenak dari kehidupan yang rutin setiap hari, lingkungan yang tercemar, kemacetan lalu lintas dan hiruk pikuk kehidupan kota. (2) Faktor Penarik. faktor ini berkaitan dengan adanya atraksi wisata di daerah atau di tempat wisata. Atraksi ini dapat berupa kemash uran akan obyek wisata, tempat- tempat yang banyak diperbincangkan orang serta sedang menjadi berita.

Faktor pendorong umumnya bersifat social psikologis atau merupakan *person specific motivation*, sedangkan faktor penarik merupakan faktor *destinations specific attribute*. Dengan adanya faktor pendorong, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata, tetapi belum jelas destinasi wisata mana yang dituju. Berbagai faktor penarik yang dimiliki destinasi akan menyebabkan orang memilih destinasi wisata untuk memenuhi *need and wants* nya. Ryan (1993) dari kajian literturnya menemukan berbagai faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, yaitu:

1. *Escape* ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan atau kejenuhan dari lingkungan sehari-hari;
2. *Relaxations* keinginan untuk penyegaran yang juga berhubungan untuk escape
3. *Play* ingin menikmati kegembiraan dari berbagai permainan yang merupakan kemunculan kembali sifat kekanak-kanakan dan melepaskan diri sejenak dari urusan yang serius;
4. *Strengthening family bonds* ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam kontek VFR (*Visiting Friends and Relaxations*)
5. *Prestige* untuk menunjukkan gengsi dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga dorongan untuk menunjukkan/menaikkan status dan derajat social;
6. *Social interaction* untuk melakukan interaksi soial dengan teman sejawat atau dengan masyarakat local yang dikunjungi

7. *Romance* Keinginan untuk bertemu orang-orang yang bisa memberikan suasana romantic, untuk memenuhi kebutuhan, khususnya pariwisata seks
 8. *Educational opportunity* keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain atau daerah lain atau kebudayaan etnis lain, hal ini pendorong dominan dalam pariwisata
 9. *Selffulfillment* keinginan menemukan diri sendiri (self discovery) karena diri sendiri biasanya bisa pada saat kita menemukan daerah atau orang lain;
 10. *Wish fulfillment* keinginan untuk merealisasi mimpi-mimpi yang lama dicita-citakan, saampai mengorbankan diri dengan cara berhemat agar bisa melakukan perjalanan.
- Jakson (1989) mengidentifikasi berbagai faktor penarik dan membedakannya menjadi 11 faktor, yaitu: (1) *location climate*, (2) *national promotions*, (3) *retail marketing*, (4) *wholesale marketing*, (4) *special event*, (5) *eincentive scheme*, (6) *visiting firrnds*, (7) *visiting relatie*, (9) *tourist attractions*, (10) *culture*, (11) *nature environment man made environment*.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian di Monumen Kapal Selam Surabaya, Jl. Pemuda 39 Surabaya. Tepatnya di sebelah kiri Surabaya Plaza (Delta Plaza), dilakukan selama 2 bulan, yakni bulan Juni dan Juli 2014, pada hari Sabtu dan Minggu.

Penelitian ini di desain sebagai penelitian survei dengan populasi wisatawan yang berkunjung dalam tahun penelitian dilakukan, sehingga pada saat penelitian dilaksanakan jumlahnya belum diketahui, karena populasi penelitian bersifat *infinite*, maka besarnya sampel ditetapkan sebesar 100 wisatawan, dipilih secara accidental sampling, terdiri dari wisatawan yang ditemui selama penelitian berlangsung, baik laki-laki maupun perempuan, dengan ketentuan telah berumur 17, berakal sehat dan bersedia menjadi sampel.

Instrumen utama penelitian adalah kuestioner, bersifat tertutup dengan menggunakan *Skala Likert*, dengan mengadaptasi faktor pendorong dan faktor penarik motivasi wisatawan yang disampaikan oleh Ryan .(1993) . Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan angket kepada para responden.

Data yang diperoleh dideskripsikan dalam bentuk tabel untuk selanjutnya ditafsirkan dan dianalisis untuk mendiskripsikan faktor pendorong motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dan mungkin saja terdorong untuk berwisata di Monkasel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berwisata merupakan kebutuhan bagi manusia, bahkan bagi sebagian orang sudah merupakan kebutuhan pokok. Keinginan untuk berwisata tumbuh karena adanya faktor-faktor pendorong motivasi. Faktor pendorong motivasi umumnya bersifat sosial psikologis atau merupakan *person specific motivation*, Dengan adanya faktor pendorong, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata, tetapi belum jelas destinasi wisata mana yang dituju. Deskripsi mengenai faktor pendorong motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam, disampaikan dalam tabel-tabel berikut ini:

1. Hasil Angket Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Wisatawan sebagaimana tersebut tabel-tabel berikut ini :

1.1 Rekapitulasi hasil angket faktor *escape* sebagaimana tersebut dalam tabel 1 di bawah ini

Tabel 1
Rekapitulasi hasil angket faktor *escape*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	34	34 %	170
2.	Setuju	4	47	47 %	188
3.	Cukup setuju	3	19	19 %	57
4.	Kurang setuju	2	-	-	-
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	415

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *escape* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 34 orang (34%) dengan rating 5 dan score 170, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 47 orang (47%) dengan rating 4 dan score 188, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 19 orang (19%) dengan rating 3 dan score 57, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 0 (tidak ada), sehingga tidak ada jumlah persentase dan score, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan skor. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya setiap responden menghendaki adanya *escape* untuk mengusir kejenuhan, namun belum tahu kemana.

1.2 Rekapitulasi hasil angket faktor *relaxations* sebagaimana tersebut dalam tabel 2 berikut

Tabel 2
Rekapitulasi hasil angket faktor *relaxations*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	26	326 %	130
2.	Setuju	4	54	54 %	216
3.	Cukup setuju	3	20	20 %	60
4.	Kurang setuju	2	-	-	-
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	406

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *relaxations* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 27 orang (27 %) dengan rating 5 dan score 130, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 54 orang (54 %) dengan rating 4 dan score 2016, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 20 orang (20 %) dengan rating 3 dan score 60, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 0 (tidak ada), sehingga tidak ada jumlah persentase dan skor, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan skor. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya semua responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *relaxations* untuk mengusir ketegangan, namun belum tahu kemana. .

1.3 Rekapitulasi hasil angket faktor *play* sebagaimana tersebut dalam tabel 3 berikut ini

Tabel 3
Rekapitulasi hasil angket faktor *play*

No	Kategori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	28	28 %	140
2.	Setuju	4	49	49 %	196
3.	Cukup setuju	3	19	19 %	57
4.	Kurang setuju	2	4	4 %	8
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	401

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *play* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 28 orang (28 %) dengan rating 5 dan score 140 yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 49 orang (49 %) dengan rating 4 dan score 196, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 19 orang (19 %) dengan rating 3 dan score 59, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 4 (4 %), dengan rating 2, dengan score 8, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan skor. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden atau 94 % menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *play* namun belum memutuskan kemana dan hanya 4 orang (4 %) yang kurang setuju.

1.4 Rekapitulasi hasil angket faktor *Strengthening family bonds* sebagaimana tersebut dalam tabel 4 berikut ini

Tabel 4
Rekapitulasi hasil angket faktor *Strengthening family bonds*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	21	21 %	105
2.	Setuju	4	57	57 %	228
3.	Cukup setuju	3	14	14 %	42
4.	Kurang setuju	2	8	16 %	16
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	391

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *Strengthening family bonds* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 21 orang (21 %) dengan rating 5 dan score 105, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 57 orang (57 %) dengan rating 4 dan score 228, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 14 orang (14 %) dengan rating 3 dan score 42, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 8 orang (8 %), dengan rating 2 dan score 16, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya sebagian besar responden atau 92 % responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *Strengthening family bonds* namun belum tahu kemana dan hanya 8 % yang kurang setuju.

1.5 Rekapitulasi hasil angket faktor *prestige* sebagaimana tersebut dalam tabel 5 berikut ini:

Tabel 5
Rekapitulasi hasil angket faktor *prestige*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	14	14 %	70
2.	Setuju	4	62	62 %	248
3.	Cukup setuju	3	24	24 %	72
4.	Kurang setuju	2	4	4 %	8
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	398

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *prestige* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 14 orang (14 %) dengan rating 5 dan score 70, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 62 orang (62 %) dengan rating 4 dan score 248, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 24 orang (24 %) dengan rating 3 dan score 72, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 4 orang (4 %), dengan rating 2 dan score 8, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya sebagian besar responden atau 96 % responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *prestige* namun belum tahu kemana, hanya 4 % yang kurang setuju dan tidak ada yang tidak setuju..

1.6 Rekapitulasi hasil angket faktor *social interaction* sebagaimana tersebut dalam tabel 6 berikut ini:

Tabel 6
Rekapitulasi hasil angket faktor *social interaction*

No	Kategori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	54	54 %	270
2.	Setuju	4	34	34 %	136
3.	Cukup setuju	3	12	12 %	36
4.	Kurang setuju	2	-	-	-
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	442

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *social interactions* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 54 orang (54 %) dengan rating 5 dan score 270, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 34 orang (34 %) dengan rating 4 dan score 136, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 12 orang (12 %) dengan rating 3 dan score 36, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya semua responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *prestige* namun belum memutuskan ke mana.

1.7 Rekapitulasi hasil angket faktor *romance* sebagaimana tersebut dalam tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Rekapitulasi hasil angket faktor *romance*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	13	13 %	65
2.	Setuju	4	47	47 %	188
3.	Cukup setuju	3	39	39 %	117
4.	Kurang setuju	2	1	1 %	2
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	373

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *romance* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 13 orang (13 %) dengan rating 5 dan score 65, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 47 orang (47 %) dengan rating 4 dan score 188, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 39 orang (39 %) dengan rating 3 dan score 117, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 1 orang atau (1 %) dengan rating 2 dan score 2, dan score yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya semua responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *prestige* namun belum memutuskan ke mana

1.8 Rekapitulasi hasil angket faktor *educational opportunity* sebagaimana tersebut dalam tabel 8 berikut ini:

Tabel 8
Rekapitulasi hasil angket faktor *educational opportunity*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	47	47 %	235
2.	Setuju	4	45	45 %	180
3.	Cukup setuju	3	8	8 %	34
4.	Kurang setuju	2	-	-	-
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	415

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *educational opportunity* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 47 orang (47 %) dengan rating 5 dan score 235 yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 45 orang (45 %) dengan rating 4 dan score 180, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 8 orang (8 %) dengan rating 3 dan score 34, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya semua responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *educational opportunity* namun belum memutuskan ke mana .

1.9 Rekapitulasi hasil angket faktor *self fulfillment (self discovery)* sebagaimana tersebut dalam tabel 9 berikut:

Tabel 9
Rekapitulasi hasil angket faktor *self fulfillment (self discovery)*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	8	8 %	40
2.	Setuju	4	67	67 %	264
3.	Cukup setuju	3	22	22 %	66
4.	Kurang setuju	2	3	3 %	6
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	370

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *self fulfillment (self discovery)* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 8 orang (8 %) dengan rating 5 dan score 40, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 67 orang (67 %) dengan rating 4 dan score 246, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 22 orang (22 %) dengan rating 3 dan score 66, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 3 orang atau (3 %) dengan rating 2 dan score 6, dan yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada sebagian besar atau 96 % responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *self fulfillment (self discovery)* namun belum memutuskan ke mana dan hanya 3 % kurang setuju.

1.10 Rekapitulasi hasil angket faktor *wish fulfillment* sebagaimana tersebut dalam tabel 10 berikut:

Tabel 10
Rekapitulasi hasil angket faktor *wish fulfillment*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	3	3 %	15
2.	Setuju	4	45	45 %	180
3.	Cukup setuju	3	39	39 %	117
4.	Kurang setuju	2	13	13 %	26
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	338

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *wish fulfillment* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 3 orang (3 %) dengan rating 5 dan score 15, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 45 orang (45 %) dengan rating 4 dan score 180, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 39 orang (39 %) dengan rating 3 dan score 117, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 13 orang atau (13 %) dengan rating 2 dan skor 26, dan yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan skor. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada sebagian besar atau 87 % responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *wish fulfillment* namun belum memutuskan ke mana dan hanya 3 % kurang setuju.

2. Kompilasi Scoring Hasil Angket Terhadap Faktor-Faktor Pendorong motivasi wisatawan sebagaimana tersebut dalam tabel 11 berikut:

Tabel 11
Rekapitulasi hasil angket faktor *wish fulfillment*

No	Faktor Pendorong	Rating					Jml	Score
		5	4	3	2	1		
1.	<i>Escape</i>	34	47	19	-	-	100	415
2.	<i>Relaxations</i>	26	54	20	-	-	100	406
3.	<i>Play</i>	28	49	19	4	-	100	401
4.	<i>Strenghtening family bonds</i>	21	57	14	8	-	100	391
5.	<i>Prestige</i>	14	62	24	4	-	100	398
6.	<i>Social interaction</i>	54	34	12	-	-	100	442
7.	<i>Romance</i>	13	47	39	1	-	100	373
8.	<i>Educational opportunity</i>	47	45	8	-	-	100	415
9.	<i>Self fulfillment (self discovery)</i>	8	67	22	3	-	100	370
10.	<i>Wish fulfillment</i>	3	45	39	13	-	100	338
		Jumlah						3949

SIMPULAN

Dari hal tersebut diketahui bahwa faktor pendorong motivasi *Social interaction* memperoleh skor 442, faktor *escape* dan *educational opportunity* memperoleh score sama yaitu 415, *Relaxations* memperoleh skor 406, *play* memperoleh skor 401, *Prestige* memperoleh skor 398, *Strengthening family bonds* memperoleh skor 391, *Romance* memperoleh skor 373, *Selffulfillment (self discovery)* memperoleh skor 370, *Wish fulfillment* memperoleh skor 338

Sebagian besar responden menginginkan untuk melakukan perjalanan wisata. Pada faktor-faktor *relaxations* (4 %) *play* (4 %), *strengthening family bonds* (8 %) *prestige*, (4 %), *romance* (1%), *self fulfillment* (3 %) dan *wishfullfilment* (18 %) responden memilih dan berpendapat kurang setuju dan tidak ada yang memilih dan berpendapat tidak setuju.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto.2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta:Bumi Aksara.
- Cristie, Mill Robert, 2000, Tourism in International Business, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta;
- Kotler, Philip, 1997, Marketing Management, Analysis, Planning, Implementaations and Control, Prentice Hall, Inc
- Fandeli, Chafid, Perencanaan Pariwisata. Yogyakarta: Pelajar
- Gartner, W. C.. 1996. Tourism Development. New York: International Thomson Publishing Company.
- Kusmayadi, Ir., 2000. Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Marpaung, Happy, Drs., Herman Bahar, 2002. Pengantar Pariwisata, Bandung : Alfabeta
- Pendit, Nyoman S. 2003. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Yogyakarta: Pradnya Paramitha.
- Pitana, I Gde 2005. Pengantar Ilmu Pariwisata.Penerbit: Penerbit Andi..
- Soekadijo, R. G. 2000. Anatomi Pariwisata. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.Bandung: Alfabeta.



Sunaryo, Bambang, 2013, Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Gava Media, Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy. 2011. SWOT Balanced Scorecard. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Suwantoro, Gamal, SH.. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta : ANDI.

Wahab, Salah, 1997. Pemasaran Pariwisata. Jakarta : PT. Padnya Paramita

Yoeti, Oka A, H. Drs. MBA., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: PT. Angkasa

MOTIVASI WISATAWAN UNTUK BERWISATA DI MONUMEN KAPAL SELAM SURABAYA

PAULUS SUTRISNO, R
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit
Email: soetrisno123@gmail.com

Abstrak

Penelitian tentang motivasi wisatawan di Monumen Kapal Selam dilakukan terhadap 100 orang sampel yang dipilih secara accidental sampling, terdiri dari wisatawan yang ditemui selama penelitian berlangsung, baik laki-laki maupun perempuan, dengan menggunakan angket yang disusun berdasar motivasi dalam pariwisata yang disampaikan McIntosh (1997) dan Murphy (1985,

Motivasi utama wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam adalah cultural motivation dengan skor tertinggi 448, diikuti *physical or physiological motivation* dengan skor 423, *fantasy motivation* dengan skor 398 dan terakhir *social motivation* dengan skor 391. Sedangkan penghitungan terhadap tingkat motivasi memperoleh skor 33,2 dengan kategori tinggi.

Kata kunci: *motivasi, wisatawan, Monkasel*

PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai banyak monumen, yang didirikan untuk mengenang peristiwa bersejarah yang telah dilalui oleh bangsa Indonesia dan dijadikan sebagai obyek wisata sejarah agar masyarakat dapat mengetahui peristiwa bersejarah yang terjadi dan memahami nilai-nilai sejarah yang diabadikan melalui monument itu.

Monumen Kapal Selam (Monkasel) yang berada di Bantaran Kalimas Jl. Pemuda Surabaya dibangun atas prakarsa Pemimpin TNI AL, Gubernur Jawa Timur dan para sesepuh Kapal Selam, dimaksudkan untuk, menambah obyek wisata bernuansa bahari di Jawa Timur, khususnya Surabaya, sebagai sarana pewarisan nilai sejarah yang merupakan cermin kebesaran bangsa Indonesia sebagai bangsa bahari, ebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur perjuangan bangsa Indonesia dalam merintis, menegakkan dan mengisi kemerdekaan, sebagai penghormatan kepada pejuang dan pahlawan laut, sekaligus sebagai bukti sejarah pengabdian korps Hiu Kencana kepada bangsa dan Negara. dan memberl motivasi agar masyarakat lebih mengenal dan mencintai laut.

Monumen mulai dibangun pada 1 Juli 1995 dan dibuka untuk umum pada 15 Juli 1998 ini merupakan bukti kebanggaan warga kota Surabaya akan sebutan Surabaya sebagai Kota Pahlawan

dan Kota Angkatan Laut, sebagai 1 di antara 2 museum kapal selam di seluruh dunia. Monkasel menjadi salah satu andalan pariwisata Surabaya. Museum kapal selam ini merupakan obyek wisata edukasi berwawasan bahari karena terdapat sejarah-sejarah mengenai kapal selam itu beserta seluruh isinya.

Obyek wisata di tengah-tengah taman Swarga Puspitaloka, dilengkapi dengan sarana hiburan video rama, live music dan wisata air Kalimas, jogging track, koridor, tempat duduk dan lampu-lampu hias, pada dinding pembatas sebelah barat divisualisasikan sejarah kekuatan bahari selama 12 abad dalam sebuah karya seni lukis yang siap dinikmati. Sedangkan di pelataran sebelah timur monument terdapat panggung hiburan, di tempat ini berbagai acara dapat digelar.

Setiap hari Sabtu dan Minggu malam, hiburan *live music* merupakan sajian khusus Monkasel. Hiburan video rama menyuguhkan film layar lebar yang dilengkapi sound system double stereo, sangat mendukung penayangan film berjudul “Monumen Kapal Selam” dan “Lebih Mengetahui TNI Angkatan Laut”.

Monkasel juga menyediakan fasilitas hiburan wisata air di Kalimas, antara lain perahu karet, perahu motor, sepeda air, perahu naga dan jet ski (carteran) setiap hari Sabtu dan Minggu. Café Monkasel yang berada tepat di belakang monumen menyediakan aneka masakan khas yang dapat dinikmati di dalam ruangan maupun di taman Swarga Puspitaloka, zona free wifi yang dapat langsung diakses di area café dan aneka ragam souvenir di sebelah utara gedung multimedia.

Atraksi wisata dan fasilitas tersebut dimaksudkan untuk menarik warga masyarakat berwisata di Monkasel dan memberikan pengetahuan kebaharian atau setidaknya, atau setidaknya wisatawan mengetahui sejarah kejayaan nenek moyang kita sebagai bangsa bahari.

RUMUSAN MASALAH

Wisatawan yang berkunjung ke Monumen Kapal Selam berasal dari berbagai daerah dan berbagai lapisan masyarakat, masing-masing dengan tujuan dan motivasi yang berbeda. Motivasi wisatawan merupakan hal penting dalam mengambil keputusan untuk berwisata. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apa dan bagaimanakah motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam Surabaya ?”

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian tentang motivasi wisatawan ini bertujuan untuk mengungkapkan dan mendeskripsikan motivasi wisatawan yang berkunjung ke Monumen Kapal Selam Surabaya

KAJIAN PUSTAKA

Wisatawan berasal dari bahasa Sansekerta, kata “wisata” yang berarti perjalanan. Didalam bahasa Indonesia, akhiran “wan” berarti seseorang dengan keadaannya. Sehingga wisatawan dapat diartikan sebagai orang yang melakukan perjalanan. Selain itu wisatawan dapat diasosiasikan dengan kata “*tourist*” dalam bahasa Inggris dan jika diperhatikan, kata “*tourist*” berasal dari kata “*tour*” yang merupakan sinonim dengan pariwisata dan dalam bahasa Sansekerta berarti perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Plog (1972, dalam Pitana, 2005) mengelompokkan tipologi wisatawan berdasarkan pola perilaku dan pilihan kunjungan ke suatu destinasi menjadi 3 tipe, yaitu: (1) *Allocentris*, yaitu wisatawan yang hanya ingin mengunjungi tempat-tempat yang belum diketahui, kunjungannya bersifat petualangan dan mau memanfaatkan fasilitas yang disediakan masyarakat setempat, (2) *Psychocentis*, yaitu wisatawan yang hanya ingin mengunjungi daerah tujuan wisata yang mempunyai fasilitas yang standarnya sama dengan dinegaranya, (3) *Mid-Centris*, yaitu kelompok wisatawan yang terletak di antara wisatawan *Allocentris* dan *Psychocentris*.

Motivasi adalah suatu kondisi atau dorongan yang menggerakkan individu untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Atau dapat juga diartikan segala sesuatu yang dapat menimbulkan kekuatan agar individu berbuat. Sebagian besar orang melakukan liburan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang bermacam-macam. Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam membahas hubungan wisatawan dengan perjalanan wisata yang akan dilakukannya, karena motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini acapkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri (Sharpley, 1994: Wahab, 1975).

Pada dasarnya setiap wisatawan melakukan perjalanan wisata dimotivasi oleh beberapa faktor. McIntosh (1997) dan Murphy (1985, cf. Sharpley, 1994) mengatakan bahwa motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu

1. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai, dan sebagainya,
2. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain, termasuk ketertarikan akan berbagai obyek tinggalkan budaya (monument bersejarah),
3. *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat social), seperti mengunjungi teman dan keluarga (*VFR "Visiting Friends and Relative"*), menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang mendatangkan gengsi (nilai *prestise*), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan, dan seterusnya,
4. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai *status and prestige motivation*

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Monumen Kapal Selam Surabaya, Jl. Pemuda 39 Surabaya. Tepatnya di sebelah kiri Surabaya Plaza (Delta Plaza), dilakukan selama 2 bulan, yakni bulan Juni dan Juli 2014, pada hari Sabtu dan Minggu.

Penelitian ini didesain sebagai penelitian survey dengan populasi wisatawan yang berkunjung dalam tahun penelitian dilakukan, sehingga pada saat penelitian dilaksanakan jumlahnya belum

diketahui, karena populasi penelitian *infinite*, maka besarnya sampel ditetapkan sebesar 100 wisatawan, dipilih secara accidental sampling, terdiri dari wisatawan yang ditemui selama penelitian berlangsung, baik laki-laki maupun perempuan, dengan ketentuan telah berumur 17, berakal sehat dan bersedia menjadi sampel.

Penelitian ini bersifat eksploratoris, dilaksanakan dengan tujuan untuk mengungkapkan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monkasel. Instrumen utama penelitian adalah kuestioner, bersifat tertutup dengan menggunakan *Skala Likert*, dengan mengadaptasi motivasi wisatawan yang disampaikan oleh McIntosh (1997) dan Murphy (1985, cf. Sharpley). Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan angket kepada para responden.

Pengolahan data dilakukan dengan membuat tabulasi hasil angket untuk selanjutnya ditafsirkan dan dianalisis sehingga diperoleh deskripsi tentang apa dan bagaimana motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam Surabaya. Selanjutnya evaluasi terhadap motivasi wisatawan dengan menggunakan rumus dan skor dalam tabel berikut:

$$r = \frac{Ns}{Nq} \text{ dan } K = \frac{r}{s} \quad \text{dengan katagori berdasar skor dalam tabel:}$$

No	Skala	Rating	Kategori
1.	0 s/d 1	5	Sangat rendah
2.	1,1 s/d 2	4	Rendah
3.	2,1 s/d 3	3	Sedang
4.	3,1 s/d 4	2	Tinggi
5.	4,1 s/d 5	1	Sangat Tinggi

Sumber: Data Olahan

HASIL PENELITIAN

Monumen Kapal Selam sebagai obyek wisata telah dipromosikan lewat berbagai media, sehingga informasi tentang Monumen Kapal Selam telah tersebar luas di masyarakat, menumbuhkan motivasi untuk berwisata mengunjungi Monumen Kapal Selam Surabaya. Hasil-hasil penelitian terhadap motivasi wisatawan yang berkunjung ke Monumen Kapal Selam Surabaya, disajikan dalam tabel-tabel, berikut deskripsi yang menyertainya, sebagai berikut:

1. Hasil angket terhadap pernyataan bahwa: *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai, adalah motivasi wisatawan untuk berwisata ke Monumen Kapal Selam Surabaya, adalah sebagaimana dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1
 Hasil angket terhadap *Physical or physiological motivation*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	44	44 %	220
2.	Setuju	4	40	40 %	160
3.	Cukup setuju	3	11	11 %	33
4.	Kurang setuju	2	5	5 %	10
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	423

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai *physical or physiological motivation* menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 44 orang (44%) dengan rating 5 dan score 220, yang berpendapat setuju sebanyak 40 orang (40%) dengan rating 4 dan score 160, yang berpendapat cukup setuju sebanyak 11 orang (11%) dengan rating 3 dan score 36, yang berpendapat kurang setuju sebanyak 5 orang (5%) dengan rating 2 dan score 10, serta yang berpendapat tidak setuju sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score.

- Hasil angket terhadap pernyataan bahwa: *cultural motivation* (motivasi budaya) yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain, termasuk ketertarikan akan berbagai obyek peninggalan budaya, monument bersejarah, adalah motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam Surabaya, adalah sebagaimana tersebut dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2
 Hasil angket terhadap *cultural motivation*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	52	52 %	260
2.	Setuju	4	44	44 %	176
3.	Cukup setuju	3	4	4 %	12
4.	Kurang setuju	2	-	-	-
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	448

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai *physical or physiological motivation* menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 44 orang (44%) dengan rating 5 dan score 220, yang berpendapat setuju sebanyak 40 orang (40%) dengan rating 4 dan score 160, yang berpendapat cukup setuju sebanyak 11 orang (11%) dengan rating 3 dan score 36, yang berpendapat kurang setuju sebanyak 5 orang (5%) dengan rating 2 dan score 10, serta yang berpendapat tidak setuju sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score.

- Hasil angket terhadap pernyataan bahwa *social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat social), seperti mengunjungi teman dan keluarga (*VFR "Visiting Friends and Relative"*), menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang mendatangkan gengsi/nilai prestise, melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan, dan sejenuisnya adalah motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam Surabaya, adalah sebagaimana tercatum dalam tabel 3 berikut:

Tabel 3
Hasil angket terhadap *social motivation* atau *interpersonal motivation*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	32	32 %	160
2.	Setuju	4	37	37 %	148
3.	Cukup setuju	3	21	21 %	63
4.	Kurang setuju	2	10	10 %	20
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	391

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai *social motivation* atau *interpersonal motivation* menunjukkan bahwa pengunjung yang berpendapat sangat setuju sebanyak 32 orang (32 %) dengan rating 5 dan score 160, yang berpendapat setuju sebanyak 37 orang (37 %) dengan rating 4 dan score 148, yang berpendapat cukup setuju sebanyak 21 orang (21%) dengan rating 3 dan score 63 yang berpendapat kurang setuju sebanyak 10 orang (10 %) dengan rating 2 dan score 20, serta yang berpendapat tidak setuju sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score.

- Hasil angket terhadap pernyataan bahwa *fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis (*status and prestige motivation*) adalah motivasi wisatawan untuk berwisata ke Monumen Kapal Selam Surabaya, adalah sebagaimana tersebut dalam tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Hasil angket terhadap *fantasy motivation*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	31	31 %	155
2.	Setuju	4	45	45 %	180
3.	Cukup setuju	3	15	14 %	45
4.	Kurang setuju	2	9	9 %	18
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	398

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai *fantasy motivation* persepsi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam Surabaya, menunjukkan bahwa wisatawan yang memili dan berpendapat sangat setuju berjumlah 31 atau (31 %) dengan rating 5 dan score 155, yang berpendapat setuju sebanyak 44 orang (45%) dengan rating 4 dan score 180, yang berpendapat cukup setuju sebanyak 15 orang (15 %) dengan rating 3 dan score 45, yang berpendapat kurang setuju sebanyak 9 orang (9%) dengan rating 2 dan score 18, serta yang berpendapat tidak bagus sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. .

Tabel 5
Kompilasi skore motivasi wisatawan untuk beerkunjung ke Monomen Kapal Selam Surabaya

No	Faktor Pendorong	Rating					Jml	Score
		5	4	3	2	1		
1.	<i>Physical or physiological motivation</i>	44	40	11	5	-	100	415
2.	<i>Cultural motivation</i>	52	44	4	-	-	100	423
3.	<i>Social motivation</i>	32	37	21	10	-	100	448
4.	<i>Fantasy motivation</i>	31	45	15	9	-	100	391
		Jumlah						1660

Sumber: Data Olahan

Dari tabel kompilasi skor motivasi wisatawan diperoleh total skor sebesar 1660 dan menunjukkan bahwa total cultural motivation memperoleh skor tertinggi 448, physical or physiological motivation memperoleh skor 423. fantasy motivation memperoleh skor 398, social motivation memperoleh skor 391

6. Untuk menentukan tingkat atau katagori motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monkasel:

$$r = \frac{Ns}{Nq} = \frac{1660}{4} = 332 \quad \text{dan} \quad K = \frac{r}{s} = \frac{332}{100} = 3,22 \text{ (tinggi)}$$

SIMPULAN

Pemahaman wisatawan terhadap informasi tentang motivasi yang disampaikan dalam koestioner benar dan wisatawan menjawab dengan kejujuran, maka motivasi utama wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam adalah cultural motivation, (motivasi budaya) yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain, termasuk ketertarikan akan berbagai obyek peninggalan budaya, monument bersejarah, dengan skor tertinggi 448, diikuti *physical or physiological motivation* dengan skor 423, *fantasy motivation* dengan skor 398 dan terakhir *social motivation* dengan skor 391. Sedangkan penghitungan terhadap tingkat motivasi memperoleh skor 33, 2 dengan katagori tinggi.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto.2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Fandeli, Chafid, *Perencanaan Pariwisata*. Yogyakarta: Pelajar
- Gartner, W. C.. 1996. *Tourism Development*. New York: International Thomson Publishing Company.
- Kusmayadi, Ir., 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Marpaung, Happy, Drs., Herman Bahar, 2002. *Pengantar Pariwisata*, Bandung : Alfabeta



Pendit, Nyoman S. 2003. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana.

Yogyakarta: Pradnya Paramitha.

Pitana, I Gde 2005. Pengantar Ilmu Pariwisata. Penerbit: Penerbit Andi.

Soekadijo, R. G. 2000. Anatomi Pariwisata. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Sunaryo, Bambang, 2013, Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Gava Media, Yogyakarta.

Suwantoro, Gamal SH.. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta : ANDI.

Wahab, Salah, 1997. Pemasaran Pariwisata. Jakarta : PT. Padnya Paramita

Yoeti, Oka A, H. Drs. MBA., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: PT. Angkasa

Suwantoro, Gamal. 1997, Dasar-Dasar Pariwisata, Edisi pertama, cet 1, Yogyakarta: Andi

Yoeti, Oka A, H. Drs. MBA., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: PT. Angkasa

**PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP OBYEK WISATA
MONUMEN KAPAL SELAM
SURABAYA**

OTJE HERMAN WIBOWO
Dosen Akpar Majapahit
Email: otjewibowo@yahoo.com

Abstrak

Monkasel adalah obyek wisata yang *procedure* memasukinya sangat mudah, keberadaannya di lokasi yang strategis ditengah taman swarga puspitaloka, dibutuhkan sebagai sarana pelestarian dan pewarisan nilai-nilai sejarah kejuangan kebaharian, bentuknya menarik, sebagai sumber pengetahuan, mempunyai alat-alat peraga yang lengkap, dengan penataan estetika yang baik, tersedia fasilitas makan minum, parkir, layanan pemandu wisata dan fasilitas toilet.

Kata kunci: persepsi, wisatawan, obyek wisata

PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai banyak monumen, yang didirikan untuk mengenang peristiwa bersejarah yang telah dilalui oleh bangsa Indonesia dan dijadikan sebagai obyek wisata sejarah agar masyarakat dapat mengetahui peristiwa bersejarah yang terjadi dan memahami nilai-nilai sejarah yang diabadikan melalui monument itu.

Monumen Kapal Selam (Monkasel) yang berada di Bantaran Kalimas Jl. Pemuda Suarabaya dibangun atas prakarsa Pemimpin TNI AL, Gubernur Jawa Timur dan para sesepuh Kapal Selam, dimaksudkan untuk, menambah obyek wisata bernuansa bahari di Jawa Timur, khususnya Surabaya, sebagai sarana pewarisan nilai sejarah yang merupakan cermin kebesaran bangsa Indonesia sebagai bangsa bahari, sebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur perjuangan bangsa Indonesia dalam merintis, menegakkan dan mengisi kemerdekaan, sebagai penghormatan kepada pejuang dan pahlawan laut, sekaligus sebagai bukti sejarah pengabdian korps Hiu Kencana kepada bangsa dan Negara.dan memberl motivasi agar masyarakat lebih mengenal dan mencintai laut.

Monumen mulai dibangun pada 1 Juli 1995 dan dibuka untuk umum pada 15 Juli 1998 ini merupakan bukti kebanggaan warga kota Surabaya akan sebutan Surabaya sebagai Kota Pahlawan dan Kota Angkatan Laut, sebagai 1 di antara 2 museum kapal selam di seluruh dunia. Monkasel menjadi salah satu andalan pariwisata Surabaya. Museum kapal selam ini merupakan obyek wisata edukasi berwawasan bahari karena terdapat sejarah-sejarah mengenai kapal selam itu beserta seluruh isinya.

Monkasel diposisikan sebagai obyek wisata sejarah dan edukasi kebaharian. Tetapi Monkasel berada di tengah-tengah taman Swarga Puspitaloka, dilengkapi dengan sarana hiburan video rama, live music dan wisata air Kalimas. Taman Swarga Puspitaloka yang asri dengan aneka macam tumbuhan yang tertata rapi, dipadukan dengan jogging track, koridor, tempat duduk dan lampu-lampu hias. Pada dinding pembatas sebelah barat divisualisasikan sejarah kekuatan bahari selama 12 abad dalam sebuah karya seni lukis yang siap dinikmati. Sedangkan di pelataran sebelah timur monument terdapat panggung hiburan, di tempat ini berbagai acara dapat digelar. Setiap hari Sabtu dan Minggu malam, hiburan live music merupakan sajian khusus Monkasel. Hiburan video rama menyuguhkan film layar lebar yang dilengkapi sound system double stereo, sangat mendukung penayangan film berjudul “Monumen Kapal Selam” dan “Lebih Mengetahui TNI Angkatan Laut”.

Monkasel juga menyediakan fasilitas hiburan wisata air di Kalimas, antara lain perahu karet, perahu motor, sepeda air, perahu naga dan jet ski (carteran) setiap hari Sabtu dan Minggu. Café Monkasel yang berada tepat di belakang monumen menyediakan aneka masakan khas yang siap dinikmati di dalam ruangan maupun di taman Swarga Puspitaloka, zona free wifi yang dapat langsung diakses di area café, aneka ragam souvenir di sebelah utara gedung multimedia.

RUMUSAN MASALAH

Jika persepsi wisatawan terhadap obyek wisata diartikan sebagai aktivitas wisatawan mengenali, menafsirkan dan memberikan gambaran serta pemahaman terhadap obyek dan daya tarik wisata yang dikunjunginya maka bagaimanakah gambaran mengenai obyek wisata dibentuk melalui pembelajaran ingatan dan perhatian serta harapan terhadap obyek wisata yang dikunjunginya?

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian terhadap persepsi wisatawan terhadap obyek wisata Monkasel bertujuan:

1. Untuk mengungkapkan persepsi wisatawan terhadap Monkasel sebagai obyek wisata sejarah dan kebaharian;
2. Untuk mendeskripsikan persepsi wisatawan tentang Monkasel sebagai obyek wisata sejarah kebaharian

KAJIAN PUSTAKA

Persepsi (perceptio, percipio dalam bahas latin) adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi bukanlah penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Sistem persepsi juga bisa dipelajari melalui komputasi, dari informasi yang diproses oleh sistem tersebut. Persepsi dalam dalam filisofi adalah sejauh mana unsur-unsur sensori seperti suara, aroma, atau warna ada dalam realitas objektif, bukan dalam pikiran perseptor.

Kotler (1997) menyatakan bahwa persepsi adalah proses memilih, menata dan mentafsir stimuli yang dilakukan seseorang agar mempunyai arti tertentu. Stimuli adalah rangsangan

fisik, visual dan komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi respon seseorang (Sodik, 2003). Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) persepsi merupakan proses dimana seseorang, mengatur dan menginterpretasikan rangsangan yang diterima menjadi gambaran keadaan dunia dan saling terkait. Persepsi meliputi (1) *perceptual selection*, di mana seseorang menerima rangsangan dan akan selektif dalam memilih informasi yang akan membantu dalam mengevaluasi produk sesuai kebutuhan, (2) *perceptual organization* di mana seseorang tidak memisahkan rangsangan-rangsangan yang diterima dari lingkungan dan mengelompokkannya secara utuh sehingga dapat mengambil keputusan berdasar informasi yang diterima, (3) *perceptual interpretation* di mana seseorang menghubungkan rangsangan-rangsangan yang diterima dengan faktor-faktor yang paling disukai dan paling sesuai, di mana pengalaman masa lalu dan interaksi sosial membantu terbentuknya harapan yang kemudian memberikan pilihan baru.

Parcek dan Khanna (2011) bahwa persepsi merupakan suatu proses penerimaan, pemilihan, pengorganisasian dan pemberian arti terhadap rangsangan yang diterima. Namun demikian pada proses tersebut tidak hanya sampai pemberian arti saja tetapi akan mempengaruhi perilaku yang akan dipilihnya sesuai dengan rangsangan yang diterimanya

Persepsi wisatawan terhadap obyek wisata adalah aktivitas wisatawan mengenali, menafsirkan dan memberikan gambaran serta pemahaman terhadap obyek dan daya tarik wisata yang dikunjunginya. Gambaran mengenai obyek wisata dibentuk melalui pembelajaran ingatan dan perhatian serta harapan terhadap obyek wisata yang dikunjunginya.

Objek Wisata atau "*tourist attraction*" adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Objek Wisata, atraksi wisata adalah segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 ayat 5, Objek Wisata atau disebut Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Dalam kedudukannya yang sangat menentukan tersebut maka, daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun serta dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang ke obyek wisata (Suwantoro, 1997: 19). Wardiyanta (2006: 52) menjelaskan tentang yang dimaksud dengan obyek wisata adalah sesuatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan dan dapat memberikan kepuasan pada wisatawan, berupa: (1) berasal dari alam, misalnya pantai, pemandangan alam, pegunungan, hutan, dan lain-lain, (2) merupakan hasil budaya, misalnya museum, candi, dan galeri, (3) merupakan kegiatan masyarakat keseharian, misalnya tarian, karnaval, dan lain-lain.

Objek wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Yoeti (1996) memberikan penjelasan bahwa suatu obyek wisata atau daya tarik wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, syarat-syarat tersebut adalah: (1) *something to see*, di tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata

yang khusus, yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh tempat lain, di samping itu ia harus mempunyai pula atraksi wisata yang dapat dijadikan entertainments, (2) *something to do* di tempat tersebut harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau amusement dan tempat atau wahana yang bisa digunakan wisatawan untuk beraktivitas seperti olah raga, kesenian maupun kegiatan lain yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama, (3) *something to buy* di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (*shopping*), terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing dan sarana-sarana pembantu lain untuk lebih memperlancar seperti money changer, bank, kantor pos, dan lain-lain.

J. Spillane (1982) mengemukakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Kepuasan wisatawan terhadap destinasi wisata berkaitan dengan pengalaman perjalanan, sangat erat kaitannya dengan kualitas produk pariwisata yang diterimanya, terutama keragaman daya tarik dan aktivitas wisata.

Produk wisata di suatu destinasi wisata memainkan peranan penting untuk memuaskan pengunjungnya. Jika kinerja produk wisata destinasi lebih tinggi dari harapan wisatawan, maka penilaian positif dapat direalisasikan. Namun, jika kinerja produk wisata destinasi di bawah harapan wisatawan, maka penilaian negatif terjadi. Ketika ada penilaian positif, wisatawan akan mengevaluasi pengalaman dengan cara yang positif, dan ketika ada penilaian negatif, wisatawan akan mengevaluasi pengalaman dalam cara negatif. Kepuasan wisatawan ditunjukkan dengan ingin kembalinya wisatawan tersebut ke destinasi yang dikunjungnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Monumen Kapal Selam Surabaya, Jl. Pemuda 39 Surabaya. Tepatnya di sebelah kiri Surabaya Plaza (Delta Plaza), dilakukan selama 2 bulan, yakni bulan Juni dan Juli 2014, pada hari Sabtu dan Minggu.

Penelitian ini didesain sebagai penelitian survey dengan populasi wisatawan yang berkunjung dalam tahun penelitian dilakukan, sehingga pada saat penelitian dilaksanakan jumlahnya belum diketahui, karena populasi penelitian infinite, maka besarnya sampel ditetapkan sebesar 100 wisatawan, dipilih secara accidental sampling, terdiri dari wisatawan yang ditemui selama penelitian berlangsung, baik laki-laki maupun perempuan, dengan ketentuan telah berumur 17, berakal sehat dan bersedia menjadi sampel.

Penelitian ini bersifat eksploratoris, dilaksanakan dengan tujuan untuk mengungkapkan dan mendeskripsikan persepsi wisatawan yang berkunjung ke Monkasel. Instrumen utama penelitian adalah kuestioner, bersifat tertutup dengan menggunakan *Skala Likert*.

Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan angket kepada para responden. Data yang diperoleh dideskripsikan dalam bentuk tabel untuk selanjutnya ditafsirkan dan dianalisis secara kualitatif. Untuk menggambarkan persepsi wisatawan untuk berkunjung ke Monkasel.

HASIL PENELITIAN

1. Data jumlah pengunjung

Berdasar data dikantor pengelola jumlah pengunjung Monkasel tahun 2013, adalah sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 1
Jumlah pengunjung 2013

No	Nama Bulan	Perorangan	Rombongan	Paket Khusus	Tamu
1	Januari	6.263	2.363	11	64
2.	Februari	7.290	2.890	9	58
3.	Maret	8.331	3.711	-	52
4..	April	9.533	3.653	10	-
5	Mei	9.620	2.321	15	65
6.	Juni	10.231	4.153	14	75
7	Juli	8.147	4.543	12	87
8.	Agustus	11.058	4.772	9	79
9.	September	10.146	3.932	-	67
10.	Oktober	10.692	2.845	8	65
11.	November	9.478	2.941	10	53
12	Desember	9.432	1.837	9	58
Jumlah		110.221	39.961	135	723

Sumber: Data Pengunjung Monkasel

2. Hasil angket persepsi wisatawan terhadap obyek wisata Monumen Kapal Selam sebagai mana sebagaimana tersebut dalam tabel-tabel di bawah ini:

2.1 Tabel persepsi wisatawan terhadap tentang keberadaan Monkasel

Tabel 2
Persepsi Wisatawan Terhadap Keberadaan Monkasel

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat bagus	5	40	40 %	200
2.	Bagus	4	44	44 %	176
3.	Cukup bagus	3	12	12 %	36
4.	Kurang bagus	2	4	4 %	8
5.	Tidak bagus	1	-	-	-
Jumlah			100	100 %	420

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai persepsi wisatawan tentang keberadaan Monkasel menunjukkan bahwa pengunjung yang berpendapat sangat bagus sebanyak 40 orang (40%) dengan rating 5 dan score 200, yang berpendapat bagus sebanyak 44 orang (44%) dengan rating 4 dan score 176, yang berpendapat cukup bagus sebanyak 12 orang (12%) dengan rating 3 dan score 36, yang berpendapat kurang bagus sebanyak 4 orang (4%) dengan rating 2 dan score 8, serta yang berpendapat tidak bagus sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Dari hal tersebut diketahui bahwa wisatawan sangat mendukung adanya Monkasel sehingga hal ini dapat dikatakan sebagai kekuatan Monkasel untuk berkembang lebih baik.

2.2 Hasil angket persepsi wisatawan terhadap bentuk Monkasel

Tabel 3
Persepsi wisatawan terhadap bentuk Monkasel

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat menarik	5	36	36 %	180
2.	Menarik	4	44	44 %	176
3.	Cukup menarik	3	20	20 %	60
4.	Kurang menarik	2	-	-	-
5.	Tidak menarik	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	416

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket menunjukkan bahwa pengunjung yang berpendapat sangat menarik sebanyak 36 orang (36%) dengan rating 5 dan score 180, yang berpendapat menarik sebanyak 44 orang (44%) dengan rating 4 dan score 176, yang berpendapat cukup menarik sebanyak 20 orang (20%) dengan rating 3 dan score 60, serta yang berpendapat kurang dan tidak menarik 0 dengan rating 2 dan 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hal ini menunjukkan bahwa Monkasel diminati oleh pengunjung.

2.3 Persepsi wisatawan mengenai prosedur memasuki Monkasel disajikan dalam tabel 4

Tabel 4
Persepsi wisatawan mengenai prosedur memasuki Monkasel

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat mudah	5	52	52 %	260
2.	Mudah	4	36	36 %	144
3.	Cukup mudah	3	12	12 %	36
4.	Kurang mudah	2	-	-	-
5.	Tidak mudah	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	440

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket menunjukkan bahwa pengunjung yang berpendapat untuk memasuki Monkasel sangat mudah sebanyak 52 orang (52%) dengan rating 5 dan score 260, yang berpendapat mudah sebanyak 36 orang (36%) dengan rating 4 dan score 144, yang berpendapat cukup mudah sebanyak 12 orang (12%) dengan rating 3 dan score 36, serta yang berpendapat kurang dan tidak mudah sebanyak 0 dengan rating 2 dan 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan prosedur dapat menjadi kekuaktan untuk kenyamanan pengunjung.

2.4 Persepsi wisatawan mengenai kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel

Tabel 5
Persepsi wisatawan mengenai kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat lengkap	5	12	12 %	60
2.	Lengkap	4	48	48 %	192
3.	Cukup lengkap	3	32	32 %	96
4.	Kurang lengkap	2	8	8 %	16
5.	Tidak lengkap	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	364

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket menunjukkan bahwa pengunjung yang berpendapat sangat lengkap sebanyak 12 orang (12%) dengan rating 5 dan score 60, yang berpendapat lengkap sebanyak 48 orang (48%) dengan rating 4 dan score 192, yang berpendapat cukup mudah sebanyak 32 orang (32%) dengan rating 3 dan score 96, serta yang berpendapat kurang lengkap sebanyak 8 orang (8%) dengan rating 2 dan score 16, dan yang berpendapat tidak lengkap sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel sudah cukup baik, namun perlu dilengkapi kembali karena dapat menjadi kelemahan bagi Monkasel.

2.5 Persepsi wisatawan mengenai fasilitas makan dan minum di Monkasel

Tabel 6
Persepsi wisatawan mengenai fasilitas makan dan minum

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat memadai	5	-	-	-
2.	Memadai	4	24	24 %	96
3.	Cukup memadai	3	48	48 %	144
4.	Kurang memadai	2	28	28 %	84
5.	Tidak memadai	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	324

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket menunjukkan bahwa pengunjung yang berpendapat sangat memadai sebanyak 0 dengan rating 5 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score, yang berpendapat memadai sebanyak 24 orang (24%) dengan rating 4 dan score 96, yang berpendapat cukup memadai sebanyak 48 orang (48%) dengan rating 3 dan score 144, serta yang berpendapat kurang memadai sebanyak 28 orang (28%) dengan rating 2 dan score 84, dan yang berpendapat tidak lengkap sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas makan minum di Monkasel tidak memberi kepuasan pengunjung sehingga dapat menjadi kelemahan bagi Monkasel.

2.6 Persepsi wisatawan mengenai fasilitas toilet di Monkasel

Tabel 7
Persepsi wisatawan mengenai fasilitas toilet di Monkasel

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat memadai	5	4	4 %	20
2.	Memadai	4	4	4 %	16
3.	Cukup memadai	3	56	56 %	168
4.	Kurang memadai	2	20	20 %	40
5.	Tidak memadai	1	16	16 %	16
	Jumlah		100	100 %	260

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket menunjukkan bahwa pengunjung yang berpendapat sangat memadai sebanyak 4 orang (4%) dengan rating 5 dan score 20, yang berpendapat memadai sebanyak 4 orang (4%) dengan rating 4 dan score 16, yang berpendapat cukup memadai sebanyak 56 orang (48%) dengan rating 3 dan score 168, yang berpendapat kurang memadai sebanyak 20 orang (20%) dengan rating 2 dan score 40, dan yang berpendapat tidak lengkap sebanyak 16 orang dengan rating 1 dan score 16. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas toilet tidak terlalu memberi kepuasan dan kenyamanan bagi pengunjung sehingga dapat menjadi kelemahan bagi Monkasel.

2.7 Persepsi wisatawan mengenai fasilitas parkir di Monkasel

Tabel 8
Persepsi wisatawan mengenai fasilitas parkir di Monkasel

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat memadai	5	8	8 %	40
2.	Memadai	4	24	24 %	96
3.	Cukup memadai	3	48	48 %	144
4.	Kurang memadai	2	12	12 %	24
5.	Tidak memadai	1	8	8 %	8
	Jumlah		100	100 %	312

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket menunjukkan bahwa pengunjung yang berpendapat sangat memadai sebanyak 8 orang (8%) dengan rating 5 dan score 40, yang berpendapat memadai sebanyak 24 orang (24%) dengan rating 4 dan score 96, yang berpendapat cukup memadai sebanyak 48 orang (48%) dengan rating 3 dan score 144, yang berpendapat kurang memadai sebanyak 12 orang (12%) dengan rating 2 dan score 24, dan yang berpendapat tidak lengkap sebanyak 8 orang (8%) dengan rating 1 dan score 8. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas parkir tidak terlalu cukup memadai kenyamanan bagi pengunjung sehingga dapat menjadi kelemahan bagi Monkasel.

2.8 Persepsi wisatawan mengenai layanan pemandu wisata di Monkasel

Tabel 9
Persepsi wisatawan mengenai layanan pemandu wisata

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat memuaskan	5	-	-	-
2.	Memuaskan	4	28	28 %	112
3.	Cukup memuaskan	3	40	40 %	120
4.	Kurang memuaskan	2	28	28 %	56
5.	Tidak memuaskan	1	4	4 %	4
	Jumlah		100	100 %	292

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket menunjukkan bahwa pengunjung yang berpendapat sangat memuaskan sebanyak 0 dengan rating 5 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score, yang berpendapat memuaskan sebanyak 28 orang (28%) dengan rating 4 dan score 112, yang berpendapat cukup memuaskan sebanyak 40 orang (40%) dengan rating 3 dan score 120, yang berpendapat kurang memuaskan sebanyak 28 orang (28%) dengan rating 2 dan score 56, dan yang berpendapat tidak memuaskan sebanyak 4 orang (4%) dengan rating 1 dan score 4. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan guide masih belum memuaskan bagi pengunjung sehingga dapat menjadi kelemahan bagi Monkasel karena *guide* sangat penting untuk memberi penjelasan dan pengetahuan pengunjung.

2.9 Persepsi wisatawan mengenai penataan estetika di Monkasel

Tabel 10
Persepsi wisatawan mengenai penataan estetika di Monkasel

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat rapi	5	12	12 %	60
2.	Rapi	4	36	36 %	144
3.	Cukup rapi	3	44	44 %	132
4.	Kurang rapi	2	8	8 %	16
5.	Tidak rapi	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	440

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket menunjukkan bahwa pengunjung yang berpendapat sangat rapi sebanyak 12 (12%) dengan rating 5 dan score 60, yang berpendapat rapi sebanyak 36 orang (36%) dengan rating 4 dan score 144, yang berpendapat cukup rapi sebanyak 44 orang (44%) dengan rating 3 dan score 132, yang berpendapat kurang rapi sebanyak 8 orang (8%) dengan rating 2 dan score 16, dan yang berpendapat tidak rapi sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hal ini menunjukkan bahwa penataan estetika lingkungan di Monkasel sudah cukup rapi, namun perlu ditata kembali agar menjadi lebih asri dan tidak menjadi kelemahan bagi Monkasel.

2.10 Persepsi wisatawan mengenai museum / monumen sangat menarik untuk dikunjungi karena akan memberi pengetahuan dan pengalaman bagi wisatawan.

Tabel 11

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	132	32 %	160
2.	Setuju	4	52	52 %	208
3.	Cukup setuju	3	16	16 %	48
4.	Kurang setuju	2	-	-	-
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	416

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket menunjukkan bahwa pengunjung yang berpendapat sangat setuju sebanyak 32 orang (32%) dengan rating 5 dan score 160, yang berpendapat setuju sebanyak 52 orang (52%) dengan rating 4 dan score 208, yang berpendapat cukup setuju sebanyak 16 orang (16%) dengan rating 3 dan score 48, yang berpendapat kurang setuju dan tidak setuju sebanyak 0 dengan rating 2 dan 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung sangat setuju dengan pernyataan tersebut sehingga dapat menjadi kekuatan bagi Monkasel untuk lebih berkembang dan diminati.

2.11 Persepsi wisatawan untuk kembali berkunjung ke Monkasel

Tabel 12
Persepsi wisatawan untuk kembali berkunjung ke Monkasel

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat berkenan	5	4	4 %	20
2.	Berkenan	4	72	72 %	288
3.	Ragu-ragu	3	4	4 %	12
4.	Belum tahu	2	20	20 %	40
5.	Tidak berkenan	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	360

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket menunjukkan bahwa pengunjung yang sangat berkenan sebanyak 4 orang (4%) dengan rating 5 dan score 20, yang berkenan sebanyak 72 orang (72%) dengan rating 4 dan score 288, yang ragu-ragu sebanyak 4 orang (4%) dengan rating 3 dan score 12, yang belum tahu sebanyak 20 orang (20%) dengan rating 2 dan score 40 dan yang tidak berkenan sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung berminat untuk kembali mengunjungi Monkasel dan hal ini dapat menjadi kekuatan bagi Monkasel.

3. Deskripsi persepsi wisatawan terhadap obyek wisata Monumen Kapal Selam sebagaimana dalam tabel 13 berikut ini:

Tabel 13
Kompilasi persepsi wisatawan terhadap obyek wisata Monomen
Kapal Selam Surabaya

No	Aspek	Rating					Jml	Score
		5	4	3	2	1		
1	Keberadaan Monkasel	40	44	12	4	-	100	420
2	Bentuk Monkasel	36	44	80	-	-	100	416
3	Prosedur masuk	52	36	12	-	-	100	440
4.	Benda peraga	12	48	32	8	-	100	364
5.	Fasilitas Mamin	24	48	28	-	-	100	324
6.	Fasilitas Toilet	4	4	56	20	16	100	260
7.	Fasilitas Parkir	8	24	48	12	8	100	312
8.	Layanan Pemandu Wisata	-	28	40	28	4	100	292
9.	Penataan estetika	12	36	44	8	-	100	352
10	Sumber pengetahuan	32	52	16	-	-	100	416
11	Berkunjung kembali	4	72	4	20	-	100	360
Jumlah								1660

Sumber: Data Olahan

SIMPULAN

Monkasel adalah obyek wisata yang *procedure* memasukinya sangat mudah, keberadaannya di lokasi yang strategis ditengah taman swarga puspitaloka, dibutuhkan sebagai pelestarian dan pewarisan nilai-nilai sejarah kejuangan kebaharian, bentuknya menarik, sebagai sumber pengetahuan, mempunyai alat-alat peraga yang lengkap, dengan penataan estetika yang baik, tersedia fasilitas makan minum, parker, layanan pemandu wisata dan fasilitas toilet.

DAFTAR RUJUKAN

- Kotler, Philip. (1997), *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control*, 19th Ed. New Jersey, Prentice Hall International, Inc.
- Schiffman, L. G. dan Kanuk LL. (2007), *Consumer Behavior*, 9th. Ed, New Jersey, Prentice Hall.
- Sodik, Nur (2014), Analisis Keberhasilan Persepsi Konsumen Pada Negara Asal Terhadap Kualitas dan Harga Produk Otomotif, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*,
- Pareek, U. dan Khanna, S, (2011) *Understanding organizational behavior*, 3rd Ed. UK. Oxford University Press

**IMPLEMENTASI FUNGSI MONUMEN DALAM
ATRAKSI WISATA EDUKASI BERWAWASAN BAHARI
DI MONUMEN KAPAL SELAM
SURABAYA**

JUWONO SAROSO
Dosen Akpar Majapahit
Email: juwono.saroso@gmail.com

Abstrak

Penelitian deskriptif ini sekaligus menerapkan teknik observasi, simak dolumen, indept interview dan angket sebagai teknik pengumpulan data. Analisis deskriptif terhadap data yang diperoleh menunjukkan bahwa (1) implementasi 5 fungsi Monumen Kapal Selam telah dilakukan oleh pengelola, (2) tetapi belum maksimal tergantung pada minat wisatawan yang umumnya hanya berfoto, (3) deskripsi wisatawan tentang implementasi fungsi Monumen Kapal Selam adalah Monumen Kapal Selam adalah taman rekreasi yang memberikan perlindungan asset Negara (Kapal Selam) sebagai benda bersejarah, tempat pengembangan hobi dan bakat, yang melestarikan nilai-nilai perjuangan bangsa dan pendidikan sejarah kebaharian. Penghitungan terhadap hasil angket memperoleh skor 3,836 dengan katagori tinggi

Kata kunci: implementasi, fungsi, monumen, edukasi, bahari.

PENDAHULUAN

Setiap monumen dibangun untuk memperingati peristiwa bersejarah atau pelaku sejarah, sekaligus sebagai upaya pelestarian terhadap obyek yang berwujud maupun yang tidak berwujud, berupa nilai-nilai luhur yang tumbul dari atau menyertai pelaku sejarah. Benda bersejarah atau peristiwa bersejarah tersebut.

Monumen adalah bangunan atau tempat yang mempunyai nilai sejarah yang penting, karena itu dipelihara dan dilindungi Negara (KBBI, 2008), diciptakan untuk mengingat seseorang, kejadian, bersejarah, yang memiliki nilai lebih dari usianya, juga memiliki fungsi untuk meningkatkan kualitas penampilan sebuah tempat oleh karena itu juga sebagai obyek seni dan obyek wisata.

Kapal selam KRI Pasopati 410 adalah salah satu kapal selam TNI AL dari Satuan Kapal Selam Armada RI Kawasan Timur (Satselarmatim). Kapal ini termasuk jenis SS type Whiskey Class dibuat di Vladi Wostok, Rusia pada tahun 1952 dan masuk jajaran TNI AL terhitung mulai

tanggan 29 Januari 1962 dengan tugas pokok menghancurkan garis lintas musuh (*anti shipping*), dan mengadakan pengintaian. Selama pengabdianya, KRI Pasopati banyak berperan aktif menegakkan kedaulatan Negara dan hukum di laut yurisdiksi nasional. Dalam Operasi Trikora KRI Pasopati terlibat langsung di garis depan memberi tekanan-tekanan psikologis terhadap lawan, sehingga Irian Barat dapat kembali ke dalam wilayah RI.

KRI Pasopati 410 adalah benda bersejarah yang harus dilestarikan. Pelestarian benda bersejarah dilakukan dengan cara (1) melindungi dengan peraturan, (2) memelihara dengan membiayai secara kontinyu., (3) merawat sesuai dengan bahaan dan kondisi benda, (4) mengembangkan dengan menambah dan memperbaiki serta memperkaya dengan inovasi dan kreasi, (5) mewariskan dengan menginformasikan, memberikan pengetahuan, menggunakan dalam kehidupan sehari-hari dengan cara interbalisasi kepada generasi berikutnya, (6) mendayagunakan- memanfaatkan untuk hal yang berguna dan baik tanpa merusak benda atau sistemnya

Monumen Kapal Selam (Monkasel) dibangun atas prakarsa Pemimpin TNI AL, Gubernur Jawa Timur dan para sesepuh Kapal Selam, dimaksudkan untuk, menambah obyek wisata bernuansa bahari di Jawa Timur, khususnya Surabaya, sebagai sarana pewarisan nilai sejarah yang merupakan cermin kebesaran bangsa Indonesia sebagai bangsa bahari, ebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur perjuangan bangsa Indonesia dalam merintis, menegakkan dan mengisi kemerdekaan, sebagai penghormatan kepada pejuang dan pahlawan laut, sekaligus sebagai bukti sejarah pengabdian korps Hiu Kencana kepada bangsa dan Negara. serta memberi motivasi agar masyarakat lebih mengenal dan mencintai laut.

Pembangunan Monkasel dimaksudkan untuk (1) menambah obyek wisata bernuansa bahari di Jawa Timur, khususnya Surabaya, (2) sebagai sarana pewarisan nilai sejarah yang merupakan cermin kebesaran bangsa Indonesia sebagai bangsa bahari, (3) sebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur perjuangan bangsa Indonesia dalam merintis, menegakkan dan mengisi kemerdekaan, (4) sebagai penghormatan kepada pejuang dan pahlawan laut, sekaligus sebagai bukti sejarah pengabdian korps Hiu Kencana kepada bangsa dan Negara, (5) memberi motivasi agar masyarakat lebih mengenal dan mencintai laut. Pemanfaatan Monumen Kapal Selam sebagai obyek wisata diharapkan dapat mewujudkan tujuan pembangunannya.

RUMUSAN MASALAH

Penelitian tentang implementasi fungsi Monumen Kapal Selam dilakukan dengan rumusan masalah “Bagaimanakah Implementasi fungsi Monumen Kapal Selam sebagai atraksi wisata sejarah kebaharian?”

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian eksploratoris ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengungkap implementasi fungsi Monument Kapal Selam sebagai atraksi wisata sejarah kebaharian;
2. Untuk memaparkan implementasi fungsi Monumen Kapal Selam sebagai atraksi wisata sejarah kebaharian;

KAJIAN PUSTAKA

Objek Wisata atau “*tourist attraction*” adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 ayat 5, merumuskan bahwa objek wisata atau disebut daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Dalam kedudukannya yang sangat menentukan tersebut maka, daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun serta dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang ke obyek wisata (Suwanto, 1997).

Setiap obyek wisata harus memenuhi kriteria 4A, yaitu: *Attraction* (Daya Tarik), *Accessability* (Akses), *Amenities* (Fasilitas) dan *Ancillary* (Kelembagaan). *Attraction* (Daya Tarik) untuk menarik wisatawan, semua ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud berupa alam keadaan alam serta flora dan fauna seperti: pemandangan alam, panorama yang indah, maupun masyarakat dan budayanya. Selain itu karya manusia yang berwujud, yang dengan sengaja dibuat untuk daya tarik wisata maupun tidak.

Atraksi wisata dapat dikembangkan dari sumber daya yang dimiliki daerah tujuan wisata. Pitana (2009), sumber daya budaya yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata antara lain bangunan bersejarah, situs, monument, museum, galeri seni, situs budaya kuno dan sebagainya. Monumen sebagai daya tarik wisata Yoeti, (1996) menyatakan bahwa *Attraction* (Daya Tarik), merupakan *something to see*, yang berbeda, yang dapat dijadikan entertainments, juga *something to do*, harus disediakan fasilitas rekreasi atau amusement dan tempat atau wahana yang bisa digunakan wisatawan untuk beraktivitas yang dapat membuat wisatawan senang dan betah tinggal lebih lama dan *something to buy* sebagai pendukung terselenggaranya kegiatan wisata baik di negara/ tempat asal wisatawan, sepanjang rute transit, maupun di negara/ tempat tujuan wisata, misalnya, toko oleh-oleh (*souvenir*) atau toko bebas bea (*duty free shops*), restoran, asuransi perjalanan wisata, travel cek (*traveller cheque*), bank dengan kartu kredit, money changer, kantor pos, dan lain-lain

Monumen sebagai daya tarik wisata mengimplementasikan fungsi–fungsinya sebagai atraksi wisata, fungsi wisata berjalan simultan dengan fungsi-fungsi monument yang lain

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif dilaksanakan dengan menggabungkan penelitian kualitatif dan kuantitatif, di Monumen Kapal Selam Surabaya, Jl. Pemuda 39 Surabaya. Tepatnya di sebelah kiri Surabaya Plaza (Delta Plaza), dilakukan selama 2 bulan, yakni bulan Juni dan Juli 2014, pada hari Sabtu dan Minggu. .

Data kualitatif diperoleh melalui observasi, simak dokumen dan *Indept Interview* dengan informan kunci, Bapak Dijono, selaku kepala bagian operasional Monumen Kapal Selam. Sedangkan data kuantitatif dilakukan dengan penyebaran angket, dengan populasi yang bersifat

infinite. Sampel ditetapkan sebesar 100 wisatawan dipilih secara accidental sampling, terdiri dari wisatawan yang ditemui selama penelitian berlangsung, baik laki-laki maupun perempuan, dengan ketentuan telah berumur 17, berakal sehat dan bersedia menjadi sampel.

Instrumen utama penelitian adalah kuestioner, bersifat tertutup dengan menggunakan Skala Likert, dengan mengadaptasi implementasi fungsi Monumen Kapal Selam yang diprogramkan Pengelola. Analisis data menerapkan teknik analisis deskriptif komulatif untuk mengetahui kehandalan implementasi fungsi monument kapal selam, dengan rumus:

$$r = \frac{Ns}{Nq} \text{ dan } K = \frac{r}{s} \quad \text{dengan katagori berdasar skor dalam tabel:}$$

No	Skala	Rating	Katagori
1.	0 s/d 1	5	Rendah
2.	1,1 s/d 2	4	Sedang
3.	2,1 s/d 3	3	Cukup
4.	3,1 s/d 4	2	Tinggi
5.	4,1 s/d 5	1	Sangat Tinggi

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Obyek berdasar Hasil Observasi

Monumen Kapal Selam KRI Pasopati berada di tengah-tengah taman Swarga Puspitaloka, dilengkapi dengan sarana hiburan video rama, film layar lebar yang dilengkapi sound system double stereo, mendukung penayangan film berjudul “Monumen Kapal Selam” dan “Lebih Mengenal TNI Angkatan Laut”.

Taman Swarga Puspitaloka yang asri dengan aneka macam tumbuhan yang tertata rapi, dipadukan dengan jogging track, koridor, tempat duduk dan lampu-lampu hias. Pada dinding pembatas sebelah barat divisualisasikan sejarah kekuatan bahari selama 12 abad dalam sebuah karya seni lukis yang siap dinikmati. Sedangkan dipelataran sebelah timur monument terdapat panggung hiburan, di tempat ini berbagai acara dapat digelar. Live music merupakan sajian khusus setiap hari Sabtu dan Minggu malam.

Fasilitas hiburan wisata air di Kalimas, antara lain perahu karet, perahu motor, sepeda air, perahu naga dan jet ski setiap hari Sabtu dan Minggu. Café Monkasel berada tepat di belakang monumen menyediakan aneka masakan khas, dapat dinikmati di dalam ruangan maupun di taman warga Puspitaloka, terdapat zona free wifi yang dapat langsung diakses di area café. Monkasel telah menyiapkan aneka ragam souvenir di sebelah utara gedung multimedia.

Deskripsi Obyek Penelitian berdasar Hasil Indept Interview dengan informan kunci, Bapak Dijono, kepala bagian operasional Monumen Kapal Selam:

Menurut penjelasan Bapak Dijono atas pertanyaan bagaimana kondisi fisik kapal selam saat ini adalah sebagai berikut:

3.1.W “Kondisinya masih baik, meskipun proses penempatannya sebelum menjadi monumen harus dipotong dulu menjadi 16 bagian tetapi kemudian dirangkai kembali seperti sebagaimana bentuk semula. Sehingga tidak merubah bentuk dan benda-benda di dalamnya.

3.1.O Wawancara dilakukan di dalam Monumen Kapal Selam.

Dilanjutkan dengan pertanyaan berikutnya, bagaimana perilaku pengunjung pada saat berada di dalam monumen. Penjelasan beliau adalah:

3.2.W “Pada dasarnya semua perilaku pengunjung itu baik, sebagian besar dari mereka hanya berfoto-foto di dalam kapal. Namun kita tetap mengawasi dan memberi pengertian agar tidak merusak benda-benda di Monkasel.

3.2.O Idem dito

Dilanjutkan dengan pertanyaan berikutnya, menurut bapak apakah sebenarnya tujuan dan fungsi dari pembangunan Monkasel. Penjelasan beliau adalah:

3.3.W “Pembangunan Monumen Kapal Selam ini ditujukan untuk menghargai jasa pejuang, khususnya TNI AL dalam mempertahankan NKRI dan sebagai icon Surabaya sebagai Kota Pahlawan dan Kota Maritim. Sehingga diharapkan dapat berfungsi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung dalam hal bahari.

3.3.O Idem dito

Dilanjutkan dengan pertanyaan berikut, apakah menurut bapak fungsi dari Monkasel sudah dimaksimalkan. Penjelasan beliau adalah:

3.4.W “Kami sudah berusaha semaksimal mungkin dalam hal tersebut dengan menyediakan guide dan ruang video rama tentang sejarah Kapal Selam, namun semua itu kembali pada minat pengunjung. Terkadang mereka hanya sekedar masuk monumen dan setelah itu keluar dan duduk saja di taman sekitar monumen.

3.4.O Idem ditto

Berdasarkan hasil indept interview yang telah disampaikan sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai result (r) antara lain:

Bahwa kondisi fisik Monumen Kapal Selam masih dalam kondisi baik, meskipun dalam proses sebelumnya harus dibagi menjadi 16 bagian namun tidak merubah bentuk semula. Sehingga kelengkapan benda-benda peraga di dalam monumen masih tetap terjaga dan lengkap (3.1.r).

Perilaku pengunjung sudah dinilai baik oleh pengelola dan selama di dalam monumen, pengunjung juga tidak merusak benda-benda yang ada didalamnya. Sehingga benda-benda peraga di dalam monumen masih tetap utuh (3.2.r).

Tujuan dan fungsi didirikannya Monumen Kapal Selam ialah untuk mengenang jasa pejuang khususnya dan berfungsi untuk menambah pengetahuan pengunjung pada umumnya, sehingga pengunjung dapat memperoleh wawasan dalam hal bahari (3.3.r). Pengelola telah berupaya dalam memaksimalkan fungsi Monkasel sebagai wisata edukasi kebaharian, namun seluruhnya kembali pada minat pengunjung (3.4.r).

IMPLEMENTASI FUNGSI MONUMEN KAPAL SELAM

Implementasi fungsi Monumen Kapal Selam dalam bentuk program yang disusun pengelola diharapkan mampu membangkitkan minat para wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam, meliputi:

1. Sarana Pendidikan dan Pengenalan Sejarah
Monkasel dapat dijadikan sebagai sarana pendidikan dan pengenalan sejarah bagi pelajar karena Monkasel merupakan salah satu tempat untuk memperoleh berbagai pengetahuan tentang kapal selam, kelautan dan juga peranan kapal selam itu sendiri dalam sejarah penegakan Kedaulatan RI. Selain itu monument ini dapat pula digunakan sebagai sarana pendidikan bagi Taruna Akademi Angkatan Laut dan juga siswa sekolah pelayaran. Bagi masyarakat, Monumen Kapal Selam berperan sebagai sarana tapak tilas sejarah perjuangan kemerdekaan Indonesia melawan Belanda di lautan. Hal ini akan memberi motivasi rakyat untuk lebih mengenal dan menghargai para pejuang.
2. Sarana Pelestarian Nilai-nilai Luhur
Keberadaan Monumen Kapal Selam juga merupakan cermin kebesaran bangsa Indonesia sebagai bangsa bahari. Berdirinya monumen ini sebagai symbol penghormatan kepada pejuang dan pahlawan laut sekaligus sebagai bukti sejarah pengabdian Korps Hiu Kencana kepada bangsa dan Negara.
3. Sarana Perlindungan Aset Negara
KRI Pasopati 410 benda bersejarah, dimonumenkan setelah berperan aktif dalam pengamanan kedaulatan RI. Di Vladi Wostock Rusia sebagai tempat perakitannya, sekarang ini sudah tidak lagi memproduksi kapal selam sejenis SS Type Whiskey Class seperti KRI Pasopati 410 ini. Suku cadangnya semakin sulit didapatkan dan karena alasan-alasan tersebut KRI Pasopati tidak dioperasikan lagi.
4. Sarana Taman Rekreasi
Dalam rangka menambah obyek wisata yang berwawasan bahari yang aman, tertib, bersih, sejuk, indah, menarik, menimbulkan rasa senang dan berkesan bagi wisatawan yang mengunjunginya, khususnya bagi warga Surabaya,

5. Sarana Pengembangan Bakat dan Hobi

Pihak Monumen Kapal Selam telah menyediakan sarana bagi pengunjung untuk menyalurkan hobinya. Misalnya menyanyi atau juga olah raga seperti jogging, panjat tebing dan olah raga air dan olah raga yang menguji keberanian seperti flying fox.

Deskripsi implementasi fungsi Monkasel berdasar respon wisatawan

Implementasi fungsi obyek wisata Monumen Kapal Selam Surabaya dalam atraksi wisata disajikan dalam tabel-tabel berikut:

1. Deskripsi respon wisatawan atas pernyataan “Pengelola telah mengimplemetasikan fungsi Monkasel sebagai sarana pendidikan dan pengenalan sejarah”, hasilnya sebagaimana dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1
Monkasel sebagai sarana pendidikan dan pengenalan sejarah

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Baik Sekali	5	11	11 %	55
2.	Baik	4	28	28 %	112
3.	Sedang	3	23	23 %	69
4.	Kurang baik	2	38	38 %	76
5.	Kurang sekali	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	312

Sumber: Data Olahan

Hasil angket menunjukkan bahwa terhadap implementasi fungsi Monumen Kapal Selam sebagai sarana pendidikan dan pengenalan sejarah wisatawan yang berpendapat baik sekali berjumlah 11 orang (11%) dengan rating 5 dan score 55, yang berpendapat baik 28 orang (28 %) dengan rating 4 dan score 112, yang berpendapat sedang 23 orang (23 %) dengan rating 3 dan score 69, yang berpendapat kurang baik sebanyak 38 orang (38 %) dengan rating 2 dan score 76, dan yang berpendapat tidak baik sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Dari hasil tersebut diketahui bahwa implementasi fungsi Monument Kapal Selam sebagai sarana pendidikan dan pengenalan sejarah masih harus dioptimalkan. .

2. Deskripsi respon wisatawan atas pernyataan “ Pengelora talah mengimplementasikan fungsi Monumen Kapal Selam sebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur”, hasilnya sebagaimana dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2
Monkasel sebagai sarana pPelestarian nilai-nilai luhur

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Baik Sekali	5	-	-	-
2.	Baik	4	58	58 %	232
3.	Sedang	3	31	31 %	93
4.	Kurang baik	2	11	11 %	22
5.	Tidak baik	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	347

Sumber: Data Olahan

Hasil angket menunjukkan bahwa terhadap implementasi fungsi Monumen Kapal Selam sebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur” berpendapat baik sekali tidak ada, sehingga tidak ada persentase dan tidak skor, yang berpendapat baik 58 orang (58 %) dengan rating 4 dan score 232, yang berpendapat sedang 31 orang (31 %) dengan rating 3 dan score 93,, yang berpendapat kurang baik sebanyak 11 orang (11 %) dengan rating 2 dan score 22, dan yang berpendapat tidak baik sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Dari hasil tersebut diketahui bahwa implementasi fungsi Monument Kapal Selam sebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur masih harus dioptimalkan.

3. Deskripsi respon wisatawan atas pernyataan “Monumen Kapal Selam sebagai sarana perlindungan asset Negara” hasilnya sebagaimana tersebut dalam tabel 3 berikut:

Tabel 3
Monumen Kapal Selam sebagai sarana perlindungan asset Negara

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Baik Sekali	5	39	39 %	195
2.	Baik	4	51	51 %	204
3.	Sedang	3	10	10 %	30
4.	Kurang baik	2	-	-	-
5.	Kurang sekali	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	429

Sumber: Data Olahan

Hasil angket menunjukkan bahwa terhadap implementasi fungsi Monumen Kapal Selam sebagai sarana perlindungan asset Negara menunjukkan bahwa wisatawan yang berpendapat baik sekali berjumlah 39 orang (39 %) dengan rating 5 dan score 195, yang berpendapat baik 51 orang (51 %) dengan rating 4 dan score 204, yang berpendapat sedang 10 orang (10 %) dengan rating 3 dan score 30, yang berpendapat kurang baik tidak ada, sehingga tidak ada jumlah persentase dan tidak ada skor, dan yang berpendapat tidak baik sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Dari hasil tersebut diketahui bahwa implementasi fungsi Monument Kapal Selam sebagai sarana perlindungan asset Negara mendapat skor tinggi yaitu 429..

4. Deskripsi respon wisatawan atas pernyataan “ Pengelola telah mengimplementasikan fungsi Monumen Kapal Selam sebagai sarana Taman rekreasi” hasilnya sebagaimana dalam tabel 4 berikut:

Tabel 4
Monumen Kapal Selam sebagai sarana taman rekreasi

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Baik Sekali	5	59	59 %	290
2.	Baik	4	32	32 %	128
3.	Sedang	3	9	9 %	27
4.	Kurang baik	2	-	-	-
5.	Kurang sekali	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	450

Sumber: Data Olahan

Dari tabel tersebut hasil angket menunjukkan bahwa terhadap implementasi fungsi Monumen Kapal Selam sebagai sarana taman rekreasi menunjukkan bahwa sejarah wisatawan yang berpendapat baik sekali berjumlah 59 orang (59 %) dengan rating 5 dan score 290, yang berpendapat baik 32 orang (32 %) dengan rating 4 dan score 128, yang berpendapat sedang 9 orang (9 %) dengan rating 3 dan score 27, yang berpendapat kurang baik berjumlah 0 orang, sehingga tidak ada jumlah persentase, tidak ada jumlah skor, yang berpendapat tidak baik berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase. Dari data tersebut menunjukkan bahwa implementasi fungsi kapal selam sebagai taman rekreasi mendapat skor 450 dan merupakan skor tertinggi yang berarti tujuan pembangunan Monumen Kapal Selam sebagai obyek wisata tercapai..

5. Deskripsi respon wisatawan atas pernyataan “ Pengelola telah menimplementasikan fungsi Monumen Kapal Selam sebagai sarana pengembangan bakat dan hobi” hasilnya sebagaimana tersebut dalam tabel 5 berikut:

Tabel 5

Monumen Kapal Selam sebagai sarana pengembangan bakat dan hobi

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Baik Sekali	5	11	11 %	55
2.	Baik	4	58	58 %	232
3.	Sedang	3	31	31 %	93
4.	Kurang baik	2	-	-	-
5.	Kurang sekali	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	380

Sumber: Data Olahan

Hasil angket menunjukkan bahwa terhadap implementasi fungsi Monumen Kapal Selam sebagai sarana pengembangan bakat dan hobi wisatawan yang berpendapat baik sekali berjumlah 11 orang (11%) dengan rating 5 dan score 55, yang berpendapat baik 58 orang (58 %) dengan rating 4 dan score 322, yang berpendapat sedang 31 orang (31 %) dengan rating 3 dan score 93, yang berpendapat kurang baik sebanyak 0 orang, sehingga tidak ada jumlah persentase dan skor, dan yang berpendapat tidak baik sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Dari hasil tersebut diketahui bahwa implementasi fungsi Monument Kapal Selam sebagai sarana pengembangan bakat dan hobi mendapat skor 380, masih kurang, dan masih bisa dioptimalkan.

6. Kompilasi scoring implementasi fungsi-fungsi Monumen Kapal Selam berdasar respon wisatawan atas pernyataan pengelola Mononumen Kapal Selam adalah sebagaimana dalam tabel 6 berikut:

Tabel 6

Kompilasi scoring respon wisatawan terhadap penytaan pengelolaan mengenai implementasi fungsi Monumen Kapal Selam dalam atraksi wisata

No	Aspek	Rating					Jml	Score
		5	4	3	2	1		
1	Pendidikan & Pengenalan Sejarah	11	28	23	38	-	100	312
2	Sarana Pelestarian nilai luhur	-	38	31	11	-	100	347
3	Perlindungan asset Negara	39	51	10	-	-	100	429
4.	Taman rekreasi	59	32	3	-	-	100	450
5.	Pengembangan bakat dan hobi	11	58	31	-	-	100	380
Jumlah								1918

Sumber: Data Olahan

Hasil angket menunjukkan bahwa terhadap implementasi fungsi Monumen Kapal Selam sebagai sarana pendidikan dan pengenalan sejarah wisatawan yang berpendapat baik sekali berjumlah 11 orang (11%) dengan rating 5 dan score 55, yang berpendapat baik 28 orang (28 %) dengan rating 4 dan score 112, yang berpendapat sedang 23 orang (23 %) dengan rating 3 dan score 69, yang berpendapat kurang baik sebanyak 38 orang (38 %) dengan rating 2 dan score 76, dan yang berpendapat tidak baik sebanyak 0 dengan rating 1 sehingga tidak ada jumlah persentase dan score.

7. Tingkat implementasi fungsi Monumen Kapal Selam

Dari hasil tersebut diketahui bahwa implementasi fungsi Monument Kapal Selam minat wisatawan masih kurang, dan masih bisa dioptimalkan.

$$r = \frac{Ns}{Nq} = \frac{1918}{4} = 383,6 \text{ dan } K = \frac{r}{s} = \frac{383,6}{100} = 3,83 \text{ (tinggi)}$$

Implementasi 5 fungsi Monumen Kapal Selam telah dilakukan oleh pengelola berdasar respon wisatawan adalah 3, 83. Berdasarkan tabel scoring angka tersebut masuk katagori tinggi.

SIMPULAN

Implementasi 5 fungsi Monumen Kapal Selam telah dilakukan oleh pengelola, Deskripsi wisatawan tentang implementasi fungsi Monumen Kapal Selam berdasar hasil angket dalam survey dengan menggunakan kuesioner langsung adalah Monumen Kapal Selam adalah taman rekreasi yang memberikan perlindungan asset Negara (Kapal Selam) sebagai benda bersejarah, tempat pengembangan hobi dan bakat, yang melestarikan nilai-luhur perjuangan bangsa dan pendidikan sejarah kebaharian,

Deskripsi wisatawan tentang implementasi fungsi Monumen Kapal Selam adalah Monumen Kapal Selam adalah taman rekreasi yang memberikan perlindungan asset Negara (Kapal Selam) sebagai benda bersejarah, tempat pengembangan hobi dan bakat, yang melestarikan nilai-luhur perjuangan bangsa dan pendidikan sejarah kebaharian. Penghitungan terhadap hasil angket memperoleh skor 3,836 dengan katagori tinggi

Apresiasi terhadap implementasi fungsi Monumen Kapal Selam belum maksimal tergantung pada minat wisatawan yang umumnya hanya berfoto,

DAFTAR RUJUKAN

- Marpaung, Happy, Drs., Herman Bahar, 2002. Pengantar Pariwisata, Bandung : Alfabeta
- Wahab, Salah, 1997. Pemasaran Pariwisata. Jakarta : PT. Padnya Paramita
- Kusmayadi, Ir., 2000. Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataan. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kusmayadi, Ir. 2004, Statistika Pariwisata Deskriptif, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Yoeti, Oka A, H. Drs. MBA., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: PT. Angkasa
- Fandeli, Chafid, Perencanaan Pariwisata. Yogyakarta: Pelajar
- Suwantoro, Gamal. 1997, Dasar-Dasar Pariwisata, Edisi pertama, cet 1, Yogyakarta: Andi

**DESKRIPSI PENGALAMAN BERWISATA
DI MONUMEN KAPAL SELAM SURABAYA
BERDASAR KRITERIA GARTNER**

AGUS SUDARSONO
Dosen Akpar Majapahit
Email: agussudarsono77@gmail.com

Abstrak

Daya tarik wisata Monumen Kapal Selam sebagai suatu hal yang dicari dan ingin dilihat oleh wisatawan, karena daya tarik wisata akan memberikan pengalaman berwisata. Otentisitas obyek wisata Monumen kapal selam, sebagai sesuatu yang langka memberikan pengalaman yang paling berharga kepada wisatawan. Mengenai daya tarik wisata Monument Kapal Selam Surabaya dideskripsikan dengan kalimat bahwa Monumen Kapal Selam adalah obyek wisata dengan kapal selam sebagai obyek wisata yang otentik, mempunyai keragaman aktivitas, mempunyai keunikan, berkualitas dan memarik pengunjung.

Kata kunci: kapal selam, otentik, unik, langka, menarik.

PENDAHULUAN

Pariwisata ada karena ada wisatawan (Pitana dan Gayatri, 2005). Wisatawan adalah adalah subyek (pelaku) wisata, yaitu orang atau kelompok orang yang melakukan kegiatan wisata, yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara dan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah

Pada hakekatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik kepentingan sosial maupun kebudayaan. Kegiatan wisatawan dalam berwisata tentulah dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, baik faktor penarik maupun faktor pendorong dalam melakukan kegiatan perjalanan

Berwisata adalah melakukan perjalanan untuk mengunjungi suatu obyek wisata, menikmati atraksi wisata dan fasilitas-fasilitas serta layanan layanan yang disediakan oleh atau di obyek wisata dan/atau melakukan aktivitas-aktivitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Mengunjungi monumen bukan sekedar rekreasi, tetapi juga mempelajari segala hal yang berhubungan dengan dengan monumen itu dan turut serta melestarikan benda-benda atau nilai-nilai yang dilestarikan dengan mendirikan monumen itu, karena monument bukan sekedar taman rekreasi, tetapi juga (1) sarana pendidikan dan pengenalan sejarah, (2) sarana pelestarian nilai-nilai luhur, (3) sarana perlindungan aset Negara, (4) sarana pengembangan bakat dan hobi

Monumen Kapal Selam (Monkasel) dibangun atas prakarsa Pemimpin TNI AL, Gubernur Jawa Timur dan para sesepuh Kapal Selam, dimaksudkan untuk, menambah obyek wisata bernuansa bahari di Jawa Timur, khususnya Surabaya, sebagai sarana pewarisan nilai sejarah yang merupakan cermin kebesaran bangsa Indonesia sebagai bangsa bahari, ebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur perjuangan bangsa Indonesia dalam merintis, menegakkan dan mengisi kemerdekaan, sebagai penghormatan kepada pejuang dan pahlawan laut, sekaligus sebagai bukti sejarah pengabdian korps Hiu Kencana kepada bangsa dan Negara.dan memberi motivasi agar masyarakat lebih mengenal dan mencintai laut.

Berwisata ke Monumen Kapal Selam Surabaya, terutama, untuk atau dengan tujuan menikmati atraksi wisata dan fasilitas-fasilitas serta layanan layanan yang disediakan oleh atau di Monumen Kapal Selam dan/atau melakukan aktivitas-aktivitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya untuk memperoleh pengalaman berwisata yang berkesan atau sekedar memenuhi rasa ingin tahu.

RUMUSAN MASALAH

Penelitian dengan rumusan masalah “Bagaimanakah pengalaman wisatawan terhadap atraksi wisata berdasar kriteria daya tarik wisata Gartner?”

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk yang diperoleh wisatawan setelah berwisata ke Monumen Kapal Selam Surabaya ?” ini dilakukan untuk mengungkapkan dan
2. Untuk mendeskripsikan pengalaman yang diperoleh wisatawan setelah berwisata di Monumen Kapal Selam.Surabaya ini

KAJIAN PUSTAKA

Suatu daerah tujuan wisata, harus memenuhi 4A (Teori 4A), yaitu: *Attraction* (Daya Tarik), *Accesibility* (Akses), *Amenities* (Fasilitas) dan *Ancillary* (Kelembagaan). *Attraction* (Daya Tarik) merupakan something to see untuk menarik wisatawan, berupa semua ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud berupa alam keadaan alam serta flora dan fauna seperti: pemandangan alam, panorama yang indah, maupun masyarakat dan budayanya. Selain itu karya manusia yang berwujud, yang dengan sengaja dibuat untuk daya tarik wisata maupun tidak. .

Gartner (1996: 358-362), dalam *Tourism Center Of Minnesota* (1991) menemukan 5 kriteria untuk mengkaji suatu obyek daya tarik wisata, yaitu:

- 1) Kualitas (*Quality*), suatu daya tarik wisata ialah informasi, fasilitas yang bersih, rapi, dan nyaman, pelayanan yang efisien termasuk perlindungan terhadap alam dan budaya di lokasi wisata, pelayanan dalam obyek wisata,
- 2) Otentisitas (*Authenticity*) yang menunjukkan 'sense of place'. berupa sesuatu yang khas berasal dari daerah tertentu dan tidak ada di daerah lain. Sesuatu yang otentik berasal dari budaya setempat. Suatu daya tarik wisata yang tidak mengambil kekhasan dari daerahnya akan menimbulkan persaingan yang ketat karena daya tarik yang tidak otentik mudah untuk ditinggalkan wisatawan. Otentik meliputi aspek budaya, sejarah, serta alam. Hampir semua tempat memiliki sesuatu yang otentik yang dapat dikembangkan sehingga tercipta sense of place,
- 3) Keunikan (*Uniqueness*), sesuatu yang berbeda dengan yang lain, mungkin hampir sama tetapi ada perbedaan. Keunikan dapat menjadi kunci otentitas suatu atraksi wisata. Keunikan dapat juga dikembangkan dari sesuatu yang tidak otentik.
- 4) Keragaman aktivitas (*activity expansion*) begitu wisatawan berkunjung ke suatu daya tarik pastilah wisatawan memerlukan sesuatu untuk dilakukan. Semakin banyak pilihan aktivitas yang dapat dilakukan maka akan semakin panjang lama tinggal dan meningkatkan pengeluaran wisatawan.
- 5) Menarik pengunjung (*drawing power*) dilihat dari profil wisatawan yang berkunjung ke daya tarik tersebut. Drawing power dihubungkan dengan wisatawan dengan aspek psikografi, demografi serta geografi.

Wisatawan yang berkunjung akan memberikan interpretasi terhadap obyek wisata yang dikunjungi. Interpretasi wisatawan juga cerminan penilaian wisatawan mengenai pengalaman wisatawan berwisata di tempat itu sekaligus cerminan atas kepuasan wisatawan terhadap atraksi wisata, fasilitas pariwisata dan aktivitas wisatawan. Penilaian Daya Tarik Wisata ialah suatu proses atau kegiatan yang sistematis dan berkesinambungan untuk mengumpulkan informasi segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu (Wawan, 2011).

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian di Monumen Kapal Selam Surabaya, Jl. Pemuda 39 Surabaya. Tepatnya di sebelah kiri Surabaya Plaza (Delta Plaza), dilakukan selama 2 bulan, yakni bulan Juni dan Juli 2014, pada hari Sabtu dan Minggu.

Penelitian ini desain sebagai penelitian survey dengan populasi wisatawan yang berkunjung dalam tahun penelitian dilakukan, sehingga pada saat penelitian dilaksanakan jumlahnya belum diketahui, karena populasi penelitian ainfinite, maka besarnya sampel ditetapkan sebesar 100 wisatawan, dipilih secara accidental sampling, terdiri dari wisatawan yang ditemui selama

penelitian berlangsung, baik laki-laki maupun perempuan, dengan ketentuan telah berumur 17, berakal sehat dan bersedia menjadi sampel.

Penelitian ini bersifat eksploratoris, dilaksanakan dengan tujuan untuk mengungkapkan pengalaman yang diperoleh wisatawan setelah berkunjung ke Monkasel. Instrumen utama penelitian adalah kuestioner, bersifat tertutup dengan menggunakan *Skala Likert*, dengan mengadaptasi kriteria daya tarik wisata yang disampaikan oleh Gartner. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan angket kepada para responden.

Data yang diperoleh disajikan dalam bentuk tabel untuk selanjutnya ditafsirkan dan dianalisis secara kualitatif. Untuk menggambarkan pengalaman wisatawan setelah berkunjung ke Monkasel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Monumen Kapal Selam sebagai obyek wisata buatan menyajikan atraksi wisata yang bernilai sejarah kebaharian berupa kapal selam KRI Pasopati 410 ini sebagai obyek wisata tunggal yang tergolong unik dan langka yang ada di dunia, dengan spesifikasi:

Negara asal : Rusia
Jenis : SS Type Whiskey Class
Dinas di TNI AL : 15 Desember 1962
Panjang : 76,6 meter
Lebar : 6,30 meter
Kecepatan kapal : 18,3 knots diatas air dan 13,5 knots dibawah air
Berat penuh : 1300 ton
Berat kosong : 1050 ton
Jarak jelajah : 8500 mil laut
Bahan bakar : solar
Batere : 224 buah
Persenjataan : torpedo steam gas 12 buah
Panjang torpedo : 7 meter
Peluncur torpedo : 6 buah
Awak kapal : 63 orang termasuk perwira

Interpretasi wisatawan terhadap Monumen Kapal Selam tersebut juga cerminan penilaian wisatawan mengenai pengalaman wisatawan setelah berwisata di tempat itu sekaligus cerminan atas kepuasan wisatawan terhadap atraksi wisata, fasilitas pariwisata dan aktivitas wisatawan.

Berdasarkan kriteria Gartner, maka pengalaman berwisata di Monkasel sebagaimana dideskripsikan dalam tabel-tabel berikut ini:

Tabel 1
 Hasil angket terhadap kualitas daya tarik wisata Monkasel

No	Kualitas (Quality), daya tarik wisata	Rating					Jml	Score
		5	4	3	2	1		
1	Aestetika lingkungan,	-	-	56	34	10	100	246
2	Fasilitas	-	44	36	12	8	100	316
3	Informasi	-	-	48	50	2	100	244
4.	Bersih rapi, nyaman	-	-	48	52	-	100	248
5.	Layanan	-	42	34	24	-	100	270
Jumlah								1324

Sumber: Data Olahan

7. Hasil angket tentang pengalaman wisatawan mengenai kualitas daya tarik wisata Monkasel sebagaimana dalam tabel 1 berikut:

Dari hasil angket terhadap kualitas daya tarik wisata menunjukkan bahwa unsur fasilitas wisata memperoleh skor tertinggi yaitu 316, unsur layanan memperoleh skor 270, unsur bersih, rapi, nyaman memperoleh skor 248, unsur estetika lingkungan memperoleh skor 246 dan unsur informasi memperoleh skor 244. Total skor kualitas daya tarik wisata Monkasel adalah 1054.

Dari hal tersebut diketahui bahwa unsur utama dalam criteria kualitas daya tarik wisata Monkasel adalah fasilitas yang disediakan oleh pengelola. adalah wisatawan sangat mendukung adanya Monkasel sehingga hal ini dapat dikatakan sebagai kekuatan Monkasel untuk berkembang lebih baik.

Tabel 2
 Hasil angket terhadap otentisitas daya tarik wisata Monkasel

No	Otentisitas (Authenticity),	Rating					Jml	Score
		5	4	3	2	1		
1	Bentuk	53	37	10	-	-	100	431
2	Kondisi fisik	52	36	12	-	-	100	404
3	Obyek specific	48	50	2	-	-	100	440
4.	Keutuhan obyek	42	34	24	-	-	100	346
5.	Alat perlengkapan	-	67	25	8	-	100	343
Jumlah								1964

Sumber: Data Olahan

8. Hasil angket tentang pengalaman wisatawan mengenai otentisitas daya tarik wisata Monkasel sebagaimana dalam tabel 2 berikut:

Dari hasil angket terhadap otentisitas daya tarik wisata menunjukkan bahwa unsur kekhasan obyek wisata memperoleh skor tertinggi yaitu 440, bentuk obyek wisata memperoleh skor 431, kondisi fisik obyek wisata memperoleh skor 404, unsur keutuhan obyek memperoleh skor 346 dan keaslian bahan peraga memperoleh skor 343. Total skor keunikan daya tarik wisata Monkasel adalah 1964. Dari hal tersebut diketahui bahwa dalam criteria otentisitas daya tarik wisata Monkasel ditentukan oleh sifat obyek yang spesifik, wisatawan sangat adanya Monkasel sehingga sehingga harus dipertahankan.

9. Hasil angket pengalaman wisatawan mengenai keunikan daya tarik wisata Monkasel sebagaimana dalam tabel 3 berikut:

Tabel 3
Hasil angket terhadap keunikan daya tarik wisata Monkasel

No	Keunikan (Uniqueness),	Rating					Jml	Score	
		5	4	3	2	1			
1	Unik	-	-	56	34	10	100	246	
2	Langka	-	44	36	12	8	100	316	
3	Indah	-	-	48	50	2	100	246	
4.	Antic	-	-	48	52	-	100	248	
5.	Bernilai sejarah	-	42	34	24	-	100	318	
		Jumlah							1374

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket terhadap keunikan daya tarik wisata menunjukkan bahwa faktor nilai (bernilai sejarah) memperoleh skor tertinggi yaitu 318, faktor kelangkaan (obyek langka) memperoleh skor 316, faktor keantikan memperoleh skor 248, sedangkan faktor keunikan dan faktor keindahan memperoleh skor sama, yaitu 246. Total skor keunikan daya tarik wisata Monkasel 1374. Dari hal tersebut diketahui bahwa dalam criteria keunikan daya tarik wisata Monkasel ditentukan oleh nilai sejarah obyek setidaknya dalam hubungannya sejarah angkatan laut Indonesia oleh karena itu obyek harus dipertahankan agar nilai sejarahnya tidak hilang.

10. Hasil angket tentang pengalaman wisatawan mengenai keragaman aktivitas wisata di sebagaimana dalam tabel 4 berikut:

Tabel 4
 Hasil angket terhadap keragaman aktivitas wisata

No	Keragaman aktivitas (activity expansion),	Rating					Jml	Score
		5	4	3	2	1		
1	Dengarkan music	-	-	73	27	-	100	273
2	Bersantai	44	45	11	-	-	100	416
3	Berfoto	58	42	-	32	-	100	440
4.	Kuliner	-	53	47	-	-	100	353
5.	Mempelajari obyek	-	-	52	27	16	100	226
Jumlah								1708

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket terhadap keragaman aktivitas di daya tarik wisata menunjukkan bahwa berfoto merupakan aktivitas yang memperoleh skor tertinggi yaitu 440, bersantai memperoleh 416, dengarkan music memperoleh skor 273, kuliner 353 dan mempelajari obyek 324. Total skor kualitas daya tarik wisata Monkasel adalah 2826. Dari hal tersebut terbukti bahwa upaya melestarikan nilai-nilai sejarah kebaharian belum menjadi pilihan utama wisatawan, mempelajari obyek mendapatkan skor terendah.

11. Hasil angket tentang pengalaman berwisata mengenai drawing power obyek wisata Monkasel sebagaimana dalam tabel 5 berikut:

Tabel 5
 Hasil angket terhadap drawing power daya tarik wisata

No	Menarik pengunjung (drawing power)	Rating					Jml	Score
		5	4	3	2	1		
1	Tampilan luar	-	51	38	11	-	100	254
2	Lay out	-	44	42	14	-	100	302
3	Interior	-	35	47	12	-	100	281
4.	Warna	-	-	58	37	5	100	248
5.	Asesoris	-	12	34	54	-	100	234
Jumlah								1319

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket terhadap drawing power menunjukkan bahwa lay out Monkasel memperoleh skor tertinggi 302, interior 281, tampilan luar 254, warna 248, dan benda-benda peraga di monkasel memperoleh skor 234. Hal ini berarti wisatawan harus masuk ke dalam kapal selam, sebab daya tarik wisata justru terdapat di dalam kapal selam.

Tabel 6
Tabel kompilasi skor tentang pengalaman wisatawan setelah menikmati daya tarik wisata Monumen Kapal Selam

No	Kriteria	Rating					Score
		5	4	3	2	1	
1	Kualitas daya tarik wisata						1324
2	Otentisitas daya tarik wisata						1964
3	Keunikan daya tarik wisata						1374
4.	Keragaman aktivitas						1708
5.	Menarik pengunjung						1319
	Jumlah						7689

Sumber: Data Olahan

SIMPULAN

Daya tarik wisata Monumen Kapal Selam sebagai suatu hal yang dicari dan ingin dilihat oleh wisatawan, karena daya tarik wisata akan memberikan pengalaman berwisata. Otentisitas obyek wisata Monumen kapal selam, sebagai sesuatu yang langka memberikan pengalaman yang paling berharga kepada wisatawan. Mengenai daya tarik wisata Monument Kapal Selam Surabaya dideskripsikan dengan kalimat bahwa Monumen Kapal Selam adalah obyek wisata dengan kapal selam sebagai obyek wisata yang otentik, mempunyai keragaman aktivitas, mempunyai keunikan, berkualitas dan menarik pengunjung.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto.2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta:Bumi Aksara.
- Fandeli, Chafid, Perencanaan Pariwisata. Yogyakarta: Pelajar
- Gartner, W. C.. 1996. Tourism Development. New York: International Thomson Publishing Company.
- Kusmayadi, Ir., 2000. Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Marpaung, Happy, Drs., Herman Bahar, 2002. Pengantar Pariwisata, Bandung : Alfabeta
- Pendit, Nyoman S. 2003. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Yogyakarta: Pradnya Paramitha.
- Pitana, I Gde 2005. Pengantar Ilmu Pariwisata.Penerbit: Penerbit Andi..
- Soekadijo, R. G. 2000. Anatomi Pariwisata. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, Bambang, 2013, Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Gava Media, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2011. SWOT Balanced Scorecard. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Suwantoro, Gamal SH.. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta : ANDI.
- Wahab, Salah, 1997. Pemasaran Pariwisata. Jakarta : PT. Padnya Paramita
- Yoeti, Oka A, H. Drs. MBA., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: PT. Angkasa

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA
MONUMEN KAPAL SELAM SEBAGAI OBYEK WISATA
EDUKASI KEBAHARIAN**

DEWI MARIYANAH
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit
Email:mariyanahdewi@gmail.com

Abstrak

Monumen Kapal Selam merupakan obyek wisata yang berwawasan bahari dan berlokasi di Jl. Pemuda. Lokasi ini sangat strategis, yakni di tengah kota Surabaya sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh pengunjung. Selain itu pengelola Monkasel menyediakan hiburan dan fasilitas pendukung lainnya untuk dapat dinikmati pengunjung di area Monkasel, (1) Dari data yang dikemukakan, penulis merinci dan menjelaskan mengenai beberapa kelebihan dan kekurangan Monumen Kapal Selam sebagai daya tarik wisata edukasi yang dapat memberikan wawasan mengenai kebaharian di kota Surabaya, (2) Monumen Kapal Selam cukup diminati masyarakat, baik dari dalam kota Surabaya maupun luar kota Surabaya. Selain itu kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel turut mendukung fungsi Monkasel sebagai daya tarik wisata edukasi kebaharian di Surabaya.

Kata kunci: strategi, pengembangan, Monkasel

PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai banyak monumen, yang didirikan untuk mengenang peristiwa bersejarah yang telah dilalui oleh bangsa Indonesia dan dijadikan sebagai obyek wisata sejarah agar masyarakat dapat mengetahui peristiwa bersejarah yang terjadi dan memahami nilai-nilai sejarah yang diabadikan melalui monument itu.

Monumen Kapal Selam (Monkasel) yang berada di Bantaran Kalimas Jl. Pemuda Suarabaya dibangun atas prakarsa Pemimpin TNI AL, Gubernur Jawa Timur dan para sesepuh Kapal Selam, dimaksudkan untuk, menambah obyek wisata bernuansa bahari di Jawa Timur, khususnya Surabaya, sebagai sarana pewarisan nilai sejarah yang merupakan cermin kebesaran bangsa Indonesia sebagai bangsa bahari, ebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur perjuangan bangsa Indonesia dalam merintis, menegakkan dan mengisi kemerdekaan, sebagai penghormatan kepada pejuang dan pahlawan laut, sekaligus sebagai bukti sejarah pengabdian korps Hiu Kencana kepada bangsa dan Negara.dan memberI motivasi agar masyarakat lebih mengenal dan mencintai laut.

Monumen mulai dibangun pada 1 Juli 1995 dan dibuka untuk umum pada 15 Juli 1998 ini merupakan bukti kebanggaan warga kota Surabaya akan sebutan Surabaya sebagai Kota Pahlawan dan Kota Angkatan Laut, sebagai 1 di antara 2 museum kapal selam di seluruh dunia. Monkasel menjadi salah satu andalan pariwisata Surabaya. Museum kapal selam ini merupakan obyek wisata edukasi berwawasan bahari karena terdapat sejarah-sejarah mengenai kapal selam itu beserta seluruh isinya.

Pengembangan pariwisata, (Pearce, 1981) diartikan sebagai usaha meningkatkan daya tarik, melengkapi atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut pengembangan pariwisata harus didasarkan pada karakteristik daya tarik wisata suatu obyek dan harus simbiosis antara tujuan pengembangan obyek dengan kebutuhan wisatawan, untuk semaksimal mungkin memberikan kepuasan kepada wisatawan.

Kepuasan wisatawan terhadap destinasi wisata berkaitan dengan pengalaman perjalanan, sangat erat kaitannya dengan kualitas produk pariwisata yang diterimanya, terutama daya tarik dan keragaman aktivitas wisata. Produk wisata di suatu destinasi wisata memainkan peranan penting untuk memuaskan pengunjungnya. Jika kinerja produk wisata destinasi lebih tinggi dari harapan wisatawan, maka penilaian positif dapat direalisasikan. Jika kinerja produk wisata destinasi di bawah harapan wisatawan, maka penilaian negatif terjadi. Ketika ada penilaian positif, wisatawan akan mengevaluasi pengalaman dengan cara yang positif, dan ketika ada penilaian negatif, wisatawan akan mengevaluasi pengalaman dalam cara negatif. Kepuasan wisatawan ditunjukkan dengan ingin kembalinya wisatawan tersebut ke destinasi yang dikunjungnya.

RUMUSAN MASALAH

Monumen Kapal Selam tergolong unik, langka, terletak di pusat kota, di lokasi yang strategis, mudah dikunjungi dan namun belum mampu menyedot pengunjung apalagi mmberi pemahaman tentang pngetahuan kebaharian. Sampai saat ini Monkasel baru berfungsi sebagai taman rekreasi, oleh karena itu dibutuhkan strategi pengembangan daya tarik wisata yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sekaligus memberikan pemahaman tentang kebaharian sesuai dengan fungsi Monkasel

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menggali dan mengungkapkan IFAS dan EFAS Monomen Kapal Selam;
2. Untuk merumuskan peembangan Monumen Kapal Selam yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan sekaligus mewujudkan tujuan pembangunan Monumen Kapal Selam.

KAJIAN PUSTAKA

J. Spillane (1982) mengemukakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Prof. K.

Kraft dan Prof. Hunziker merumuskan bahwa pariwisata adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan dalam perjalanan dan pendiaman orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara asalkan orang asing itu tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang dilakukan. Herman V. Schulard (dalam Yoeti, 1996) pariwisata adalah sejumlah kegiatan terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman Bergeraknya orang-orang keluar masuk suatu kota atau daerah dan negara.

Salah Wahab (1975) menyatakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan juga sebagai suatu industri. Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri (meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain) untuk mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap. Pariwisata sebagai satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya.

Para pakar pariwisata membuat definisi pariwisata berbeda-beda, pada dasarnya hakekat yang disampaikan sama, bahwa pariwisata merupakan suatu entitas yang terdiri atas komponen-komponen seperti perjalanan (travelling), destinasi (daerah tujuan wisata dan obyek wisata), fasilitas pariwisata, dan aktivitas, baik aktivitas yang dilakukan wisatawan maupun aktivitas usaha yang dilakukan masyarakat berkaitan dengan kegiatan pariwisata tersebut (Wahab, 2003).

Penggunaan istilah industri pariwisata lebih banyak bertujuan untuk memberikan kesatuan ide tentang pariwisata dan meyakinkan bahwa pariwisata memberikan dampak positif dalam perekonomian dari *multiplier effect* yang ditimbulkannya (Robert Christie Mill dan Alastair M. Morrison, dalam Yoeti, 2007).

Pariwisata adalah industry tuan rumah. Pengembangan pariwisata harus didasarkan pada sumber daya yang dimiliki. Pengembangan pariwisata (Pearce, 1981) diartikan sebagai usaha untuk melengkapi atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut pengembangan pariwisata harus didasarkan pada karakteristik daya tarik wisata suatu obyek dan harus simbiosis antara tujuan pengembangan obyek dengan kepuasan wisatawan

Pengembangan pariwisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik perencanaan itu harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah aspek aksesibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan/ kompatibilitas dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, tingkat resistensi komunitas lokal, dan seterusnya (Pitana, 2009).

Carter dan Fabricus (2007) dalam Sunaryo (2013), salah satu aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam perencanaan pengembangan pariwisata paling tidak mencakup aspek-aspek sebagai berikut: (1) Pengembangan Atraksi dan Daya Tarik Wisata Atraksi merupakan daya

tarik yang akan melahirkan motivasi dan keinginan bagi wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata. (2) Pengembangan Amenitas dan Akomodasi Wisata Berbagai fasilitas wisata yang perlu dikembangkan dalam aspek amenities paling tidak terdiri dari akomodasi, rumah makan, pusat informasi wisata, toko cinderamata, pusat kesehatan, pusat layanan perbankan, sarana komunikasi, pos keamanan, Biro Perjalanan Wisata, ketersediaan air bersih, listrik, dan lain sebagainya. (3). Pengembangan Aksesibilitas Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat wisata, akan tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda penunjuk arah menuju lokasi wisata dan perangkat terkait lainnya. (4) Pengembangan Image (*Citra Wisata*) Pencitraan (*image building*) merupakan bagian dari positioning, yaitu kegiatan untuk membangun citra atau image dibenak pasar (wisatawan) melalui desain terpadu antara aspek kualitas produk, komunikasi pemasaran, kebijakan harga, dan saluran pemasaran yang tepat dan konsisten dengan citra atau image yang ingin dibangun serta ekspresi yang tampak dari sebuah produk.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian di Monumen Kapal Selam Surabaya, Jl. Pemuda 39 Surabaya. Tepatnya di sebelah kiri Surabaya Plaza (Delta Plaza), dilakukan selama 2 bulan, yakni bulan Juni dan Juli 2014, pada hari Sabtu dan Minggu. Populasi penelitian ainfinitive, sampel ditetapkan sebesar 100 wisatawan secara accidental sampling, terdiri dari wisatawan yang ditemui selama penelitian berlangsung, baik laki-laki maupun perempuan, dengan ketentuan telah berumur 17, berakal sehat dan bersedia menjadi sampel.

Analisis data menggunakan metode analisis SWOT. yang merupakan penganalisaan terhadap suatu obyek wisata yang diteliti dengan melihat kondisi yang ada pada obyek dan kemudian dilihat melalui kekuatan (*Strength*) obyek, kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Yoeti (1996) memaparkan makna paling mendalam dari analisis SWOT adalah apapun cara-cara serta tindakan yang diambil, proses pembuatan keputusan harus mengandung dan mempunyai prinsip-prinsip mengembangkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, menangkap kesempatan/ peluang, dan menghilangkan ancaman.

Ada dua hal yang mempengaruhi yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan yang menjadi potensi dan kelemahan yang menjadi kendala, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang yang menjadi kesempatan dan tantangan yang menjadi penghambat. Penggunaan analisis SWOT dalam skenario pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

- 1) Kekuatan (*Strength*), meliputi kekuatan pariwisata suatu wilayah, maka akan dapat dikembangkan sehingga mampu bertahan dalam pasar dan mampu bersaing untuk pengembangan selanjutnya. Dalam hal ini, kekuatan dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meraih peluang.
- 2) Kelemahan (*Weakness*) meliputi segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi sektor pariwisata. Pada umumnya, kelemahan-kelemahan yang dapat diidentifikasi

adalah kurangnya promosi, jeleknya pelayanan, kurang profesionalnya pelaksana pariwisata di lapangan, terbatasnya kendaraan umum ke obyek wisata.

- 3) Kesempatan (*Opportunity*) meliputi semua kesempatan yang ada sebagai akibat kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian.
- 4) Ancaman (*Threats*) dapat berupa hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi pariwisata, seperti peraturan yang tidak memberikan kemudahan dalam berusaha, rusaknya lingkungan, dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor internal meliputi kekuatan yang menjadi potensi dan kelemahan yang menjadi kendala,

Tabel 1

No	Internal Faktor	Rating					Score
		5	4	3	2	1	
1	Keberadaan Monkasel	40	44	12	4	-	420
2	Bentuk Monkasel	36	44	20	-	-	416
3	Prosedur memasuki Monkasel	52	36	12	-	-	440
4	Kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel	12	48	32	8	-	364
5	Fasilitas makan & minum	-	24	48	28	-	324
6	Fasilitas toilet	4	4	56	20	16	260
7	Fasilitas parkir	8	24	48	12	8	312
8	Pelayanan guide	-	28	40	28	4	292
Jumlah							2826

Sumber: Data Primer diolah

$$r = \frac{Ns}{Nq} = \frac{2826}{8} = 353,25 = 353$$

Dari hasil nilai total scoring pada tabel dia atas dapat diketahui nilai reliabilitinya adalah 353 sehingga dapat ditentukan factor pendukung dan penghambatnya melalui analisis SWOT, serta diketahui jumlah scorenya adalah 2826.

Terhadap score di atas nilai r dikategorikan sebagai faktor *Strength*, sedangkan score di bawah r dikategorikan sebagai *Weakness*. Peneraan score untuk faktor *Strength* dan *Weakness* didasarkan atas derajat score.

Tabel 2
Faktor – faktor kekuatan internal menurut derajat scoring

No	Strength	Score	Derajat
1.	Prosedur memasuki Monkasel	440	1
2.	Keberadaan Monkasel	420	2
3.	Bentuk Monkasel	416	3
4.	Kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel	360	4

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 3
Faktor-faktor kelemahan internal menurut derajat scoring

No	Weakness	Score	Derajat
1.	Fasilitas toilet	260	1
2.	Pelayanan guide	292	2
3.	Fasilitas parkir	312	3
4.	Fasilitas makan & minum	324	4

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 4
Tabel scoring persepsi wisatawan eksternal

No	Faktor Eksternal	Rating					Score
		5	4	3	2	1	
1	Penataan estetika lingkungan	12	36	44	8	-	352
2	Museum/monumen untuk menambah pengetahuan	32	52	16	-	-	416
3	Keinginan untuk kembali berkunjung	4	72	4	20	-	360
Jumlah							1128

Sumber: Data Primer diolah

$$r = \frac{Ns}{Nq} = \frac{1128}{3} = 376$$

Tabel 5
Faktor – faktor peluang eksternal menurut derajat scoring

No	Opportunity	Score	Derajat
1.	Museum atau monumen sangat menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi pengunjung	416	1

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 6
Faktor – faktor peluang eksternal menurut derajat scoring

No	Threats	Score	Derajat
1.	Penataan estetika lingkungan	352	1
2.	Keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung	360	2

Sumber: Data Primer Diolah

ANALISIS SWOT

Setelah menentukan variable yang merupakan faktor-faktor pendorong dan penghambat, maka penulis dapat menarik kesimpulan dalam analisis SWOT yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT akan penulis jabarkan dalam tabel berikut :

Tabel 7
Tabel Analisa SWOT pada Monkasel

INTERNAL	<p>Strength (Kekuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kemudahan prosedur untuk memasuki Monkasel. b. Keberadaan Monkasel c. Bentuk Monkasel d. Kelengkapan benda-benda peraga di dalam monumen. 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Fasilitas yang tersedia di Monkasel kurang memadai. b. Pelayanan guide yang kurang memuaskan
EKSTERNAL	<p>Strength + Opportunities (Kekuatan - Peluang)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mempertahankan kemudahan prosedur memasuki Monkasel untuk menarik pengunjung b. Mempertahankan eksistensi & bentuk Monkasel untuk menarik minat pengunjung c. Mempertahankan kelengkapan benda-benda peraga & tambahan dokumentasi untuk melengkapi pengetahuan pengunjung 	<p>Kelemahan - Peluang (Weakness - Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan pelayanan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pengunjung b. Peningkatan kualitas pelayanan & kemampuan guide agar dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pengunjung secara maksimal
<p>Threats (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Penataan estetika lingkungan di luar Monkasel kurang tertib. b. Kurangnya minat pengunjung untuk kembali mengunjungi Monkasel 	<p>Kekuatan - Ancaman (Strength – Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan koordinasi lintas sector dengan Pemkot mengenai penataan estetika lingkungan b. Meningkatkan frekuensi & memperluas penyebaran informasi & promosi di kalangan tertentu 	<p>Kelemahan - Ancaman (Weakness – Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan pelayanan fasilitas & pengkoordinasian penataan lingkungan untuk mendukung eksistensi Monkasel b. Peningkatan kualitas pelayanan & kemampuan guide untuk menarik minat pengunjung

Berdasarkan tabel analisis SWOT tersebut dapat disimpulkan mengenai strategi untuk memperkuat Monkasel sebagai tujuan wisata edukasi kebaharian yang disusun berdasarkan skala prioritas dan harus dilakukan oleh manajemen Monkasel dengan memperhatikan urutan analisis S + O, T - S, W - O, W - T adalah sebagai berikut:

1. Strategi (S/O) adalah suatu strategi yang memanfaatkan kekuatan (S) secara maksimal untuk meraih peluang (O).

Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa kemudahan prosedur, keberadaan Monkasel, bentuk Monkasel dan kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel merupakan *Strength* (kekuatan). Apabila *Strength* (kekuatan) dipadukan dengan *Opportunity* (peluang) maka dapat diambil strategi sebagai berikut:

- a. Kemudahan prosedur memasuki Monkasel dan kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel (S) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang diambil adalah dengan mempertahankan kemudahan tersebut serta menjaga dan merawat benda-benda peraga di dalam Monkasel.
 - b. Keberadaan & keunikan bentuk Monkasel (S) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang diambil adalah mempertahankan eksistensi dan keaslian bentuk Monkasel untuk menarik minat pengunjung.
 - c. Kelengkapan benda-benda peraga di Monkasel (S) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang diambil adalah mempertahankan dan menjaga benda-benda peraga tersebut serta member tambahan dokumentasi untuk melengkapi pengetahuan dan pengalaman pengunjung.
2. Strategi (T/S) adalah suatu strategi mengantisipasi ancaman (T) dengan memanfaatkan kekuatan (S) secara maksimal dan berusaha secara maksimal menjadikan ancaman (T) sebagai peluang (O).

Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa penataan estetika lingkungan dan minat pengunjung sebagai *Threats* (ancaman). Apabila *Strength* (kekuatan) dipadukan dengan *Threats* (ancaman) maka dapat diambil strategi sebagai berikut:

- a. Keberadaan Monkasel (S) apabila dipadukan dengan penataan estetika lingkungan yang kurang tertib (T), maka strategi yang dapat diambil adalah melakukan koordinasi lintas sector dengan Pemkot mengenai penataan estetika lingkungan di luar Monkasel.
- b. Kemudahan prosedur memasuki Monkasel (S) apabila dipadukan dengan minat wisatawan untuk kembali berkunjung (T), maka strategi yang dapat diambil adalah meningkatkan frekuensi & memperluas penyebaran informasi & promosi di kalangan tertentu.

3. Strategi (W/O) adalah suatu strategi dengan meminimalkan kelemahan (W) untuk meraih peluang (O).

Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia dan pelayanan guide merupakan *Weakness* (kelemahan). Apabila *Weakness* dipadukan dengan *Opportunity* (peluang), maka strategi dapat diambil strategi sebagai berikut:

- a. Fasilitas yang kurang memadai di Monkasel (W) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan pelayanan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pengunjung.
 - b. Pelayanan guide yang kurang memuaskan (W) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan pelayanan kualitas kemampuan guide agar dapat member informasi dan pengetahuan yang maksimal pada pengunjung.
4. Strategi (W/T) adalah suatu strategi dengan meminimalkan kelemahan (W) sehingga kelemahan dapat dihindari dan tidak menjadi faktor penghambat.

Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa penataan estetika lingkungan dan minat pengunjung untuk kembali berkunjung merupakan *Threats* (ancaman). Apabila *Weakness* (kelemahan) dipadukan dengan *Threats* (ancaman), maka dapat diambil strategi sebagai berikut:

- a. Fasilitas yang kurang memadai (W) dipadukan dengan penataan estetika lingkungan (T), maka strategi yang dapat diambil adalah Peningkatan pelayanan fasilitas dan pengkoordinasian penataan lingkungan untuk mendukung eksistensi Monkasel.
- b. Pelayanan guide (W) dipadukan dengan minat pengunjung untuk kembali berkunjung (T), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan kualitas pelayanan dan kemampuan guide untuk meningkatkan minat pengunjung sehingga diharapkan dapat mempertahankan eksistensi Monkasel.

SIMPULAN

Prioritas strategi pengembangan Monumen Kapal Selam sebagai obyek wisata edukasi kebaharian adalah:


1. Strategi (W/O) adalah suatu strategi dengan meminimalkan kelemahan (W) untuk meraih peluang (O).

Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia dan pelayanan guide merupakan *Weakness* (kelemahan). Apabila *Weakness* dipadukan dengan *Opportunity* (peluang), maka strategi dapat diambil strategi sebagai berikut:

- a. Fasilitas yang kurang memadai di Monkasel (W) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan pelayanan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pengunjung.
 - b. Pelayanan guide yang kurang memuaskan (W) apabila dipadukan dengan persepsi wisatawan yang setuju dengan pernyataan bahwa museum / monumen menarik dikunjungi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman pengunjung (O), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan pelayanan kualitas kemampuan guide agar dapat member informasi dan pengetahuan yang maksimal pada pengunjung.
2. Strategi (W/T) adalah suatu strategi dengan meminimalkan kelemahan (W) sehingga kelemahan dapat dihindari dan tidak menjadi faktor penghambat.
- Dalam hal ini analisis SWOT menunjukkan bahwa penataan estetika lingkungan dan minat pengunjung untuk kembali berkunjung merupakan *Threats* (ancaman). Apabila *Weakness* (kelemahan) dipadukan dengan *Threats* (ancaman), maka dapat diambil strategi sebagai berikut:
- a. Fasilitas yang kurang memadai (W) dipadukan dengan penataan estetika lingkungan (T), maka strategi yang dapat diambil adalah Peningkatan pelayanan fasilitas dan pengkoordinasian penataan lingkungan untuk mendukung eksistensi Monkasel.
 - b. Pelayanan guide (W) dipadukan dengan minat pengunjung untuk kembali berkunjung (T), maka strategi yang dapat diambil adalah peningkatan kualitas pelayanan dan kemampuan guide untuk meningkatkan minat pengunjung sehingga diharapkan dapat mempertahankan eksistensi Monkasel.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto.2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Fandeli, Chafid, *Perencanaan Pariwisata*. Yogyakarta: Pelajar
- Gartner, W. C.. 1996. *Tourism Development*. New York: International Thomson Publishing Company.
- Kusmayadi, Ir., 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Marpaung, Happy, Drs., Herman Bahar, 2002. *Pengantar Pariwisata*, Bandung : Alfabeta



Pendit, Nyoman S. 2003. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Yogyakarta: Pradnya Paramitha.

Pitana, I Gde 2005. Pengantar Ilmu Pariwisata. Penerbit: Penerbit Andi.

Soekadijo, R. G. 2000. Anatomi Pariwisata. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Sunaryo, Bambang, 2013, Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Gava Media, Yogyakarta.

Suwantoro, Gamal SH.. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta : ANDI.

Wahab, Salah, 1997. Pemasaran Pariwisata. Jakarta : PT. Padnya Paramita

Yoeti, Oka A, H. Drs. MBA., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: PT. Angkasa

FAKTOR - FAKTOR MOTIVASI YANG MEMPENGARUHI KINERJA KARYAWAN DI KAMPUS AKADEMI PARIWISATA MAJAPAHIT SURABAYA

R. PAULUS WIDYALASMONO
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit
Email: soetrisno123@gmail.com

Abstrak

Dalam sebuah perusahaan, sumber daya manusia dalam hal ini karyawan adalah faktor yang sangat menentukan didalam menggerakkan aktivitas kerja perusahaan tersebut, karena karyawan merupakan alat utama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Untuk itu perlu adanya suatu usaha untuk mengelola dan memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh para karyawannya secara optimal, dalam arti kemampuan potensial dapat terserap sampai ke tingkat produktivitas kerja yang optimal, atau paling tidak mendekati produktivitas perusahaan untuk dapat menunjang aktivitas perusahaan secara lebih efektif dan terkendali. Karyawan yang mempunyai motivasi kerja yang tinggi biasanya mempunyai kinerja yang tinggi pula. Untuk itu motivasi kerja karyawan perlu dibangkitkan agar karyawan dapat menghasilkan kinerja yang terbaik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor - faktor motivasi yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja karyawan di Kampus Akpar Majapahit. Berdasarkan hasil penelitian di dapat bahwa kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi dirisecarasiswa simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Akpar Majapahit Surabaya.

Kata kunci: Kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa keamanan, kebutuhan, sosial, kebutuhan akan penghargaan

ABSTRACT

In a company, the human resources in this case the employee is a crucial factor in moving the work activities of the company, because employees are the main tool for achieving the goals set by the company. For that there needs to be an effort to manage and utilize the potential of the employees in an optimal, in the sense of the potential capabilities can be absorbed up to the optimum level of productivity of work, or at least approach the productivity of the company to be able to support the activities of the company in a more effective and controlled. Employees who have high motivation usually have high performance as well. For that employee motivation needs to be raised so that employees can produce the best performance. The purpose of this study was to

identify factors - motivation factors that have an influence on the performance of employees at the Campus Akpar Majapahit.

Based on the research results can be found physiological needs, the need for a sense of security, social needs, the need for respect, and self-actualization needs simultaneously and partially significant effect on employee performance Akpar Majapahit Surabaya.

Key word: *Physiological Needs, needs a sense of security, social needs, the need for recognition,*

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG MASALAH

Pembangunan di Indonesia pada saat ini telah mengisyaratkan peningkatan penguasaan suatu ilmu pengetahuan dan teknologi oleh setiap pelaku pembangunan. Para pelaku - pelaku dalam pembangunan tersebut merupakan suatu kelompok kerja yang terdiri dari manusia - manusia Indonesia itu sendiri. Di dalam era perekonomian dunia yang sekarang semakin berkembang menyebabkan semakin banyaknya perusahaan - perusahaan baru yang muncul baik perusahaan kecil, sedang maupun besar. Karena hal ini dapat menimbulkan suatu persaingan antar perusahaan tersebut, maka untuk menghadapi hal tersebut diperlukan adanya upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia di Indonesia, baik dari sudut pendidikan, etos kerja, budaya dan agama, agar dapat menghadapi persaingan. Dimana keberhasilan suatu perusahaan dalam memenangkan persaingan adalah tergantung pada siapa mereka bekerja mengelola perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, maka motivasi di tempat kerja dianggap akan mempunyai pengaruh terhadap kinerja karyawan. Sehingga penelitian ini berjudul "Faktor - Faktor Motivasi yang mempengaruhi Kinerja karyawan di Kampus Akademi Pariwisata Majapahit".

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah yang dapat disusun adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor - faktor motivasi yang meliputi kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri secara bersama - sama mempunyai pengaruh terhadap kinerja karyawan di Kampus Akpar Majapahit?
2. Diantara faktor - faktor motivasi, manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kinerja karyawan di Kampus Akpar Majapahit?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh faktor - faktor motivasi yang terdiri dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri secara bersama - sama terhadap kinerja karyawan di Kampus Akpar Majapahit.
2. Untuk mengetahui faktor - faktor motivasi yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kinerja karyawan di Kampus Akpar Majapahit.

MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat:

1. Bagi perusahaan adalah sebagai suatu bahan masukan untuk menentukan dan memperbaiki kebijakan menyangkut motivasi yang akan diterapkan guna mempertahankan kinerja.
2. Memberikan wawasan kepada para pembaca untuk menambah ilmu pengetahuannya terutama mengenai faktor - faktor motivasi berdasarkan teori Abraham Maslow yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan.
3. Dapat digunakan sebagai acuan evaluasi untuk merencanakan beberapa strategi manajemen sumber daya manusia yang sedang dilaksanakan maupun yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang.

KAJIAN PUSTAKA

LANDASAN TEORI

Pengertian Motivasi

Menurut Hasibuan (2003 : 141), "Motivasi berasal dari kata Latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan". Jadi motivasi dalam manajemen hanya ditujukan pada sumber daya manusia umumnya dan bawahan khususnya. Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mengarahkan daya dan potensi bawahan, agar mau bekerja sama secara produktif, berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan. Karena pada dasarnya perusahaan bukan saja mengharapkan karyawan yang mampu, cakap, dan terampil tetapi yang terpenting mau bekerja secara giat dan berkeinginan untuk mencapai hasil yang optimal.

Motivasi merupakan suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu baik dari diri sendiri ataupun dari dalam dan luar perusahaan agar individu atau seorang karyawan bekerja demi pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Siklus motivasi yang menjadi acuan dalam pencapaian suatu tujuan, terdiri dari tiga elemen penting yakni kebutuhan (*needs*), dorongan (*drive*) dan tujuan (*goals*) yang dapat dilihat pada Gambar 2.1. dibawah ini :

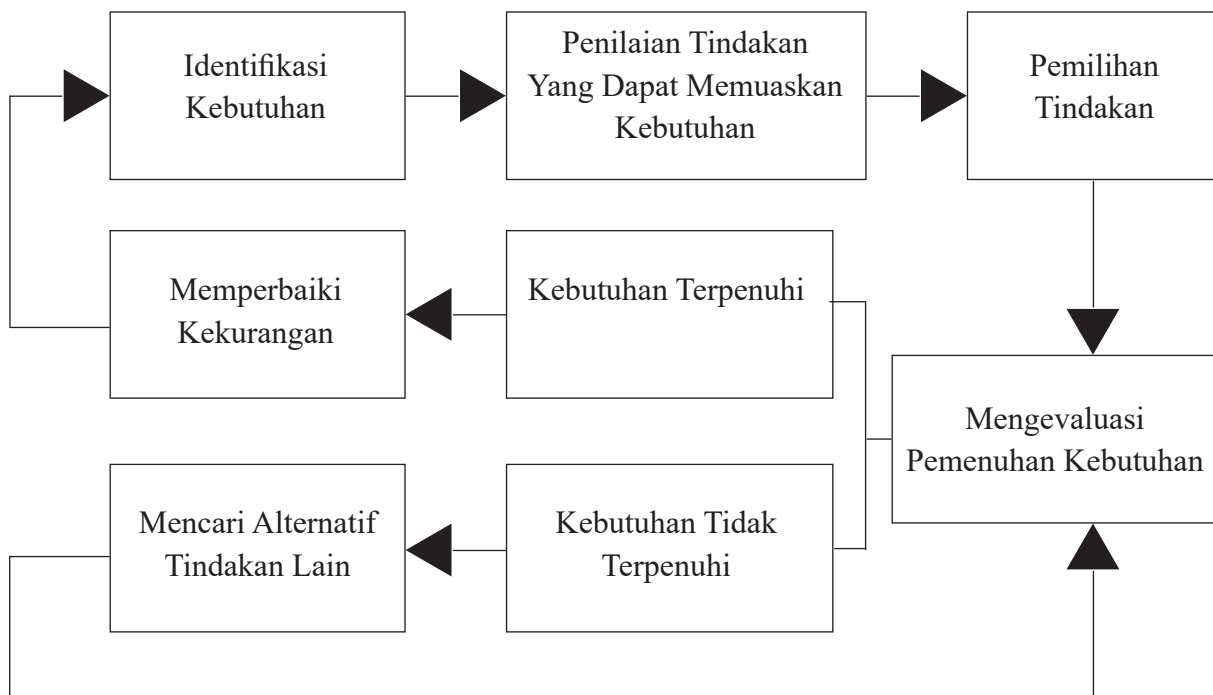


Gambar 2.1. Proses Dasar Motivasi

Sumber : Luthans. *Organizational Behavior*. (1993 : 148)

- Berdasarkan gambar tersebut dijelaskan sebagai berikut:
- Kebutuhan (needs) adalah tekanan yang ditimbulkan oleh adanya kekurangan yang dapat menyebabkan seseorang berperilaku untuk mencapai tujuan. Kekurangan tersebut dapat bersifat fisiologis, psikologis atau sosial.
 - Dorongan (drive) adalah suatu kondisi yang menyebabkan seseorang menjadi aktif untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku demi tercapainya kebutuhan atau tujuan.
 - Tujuan (goals) adalah apa yang dicoba seseorang untuk mencapainya. Tujuan adalah segala sesuatu yang akan mengurangi kebutuhan dan mengurangi dorongan, misalnya : makanan dan air.

Gambar 2.2.
Kerangka Proses Motivasi

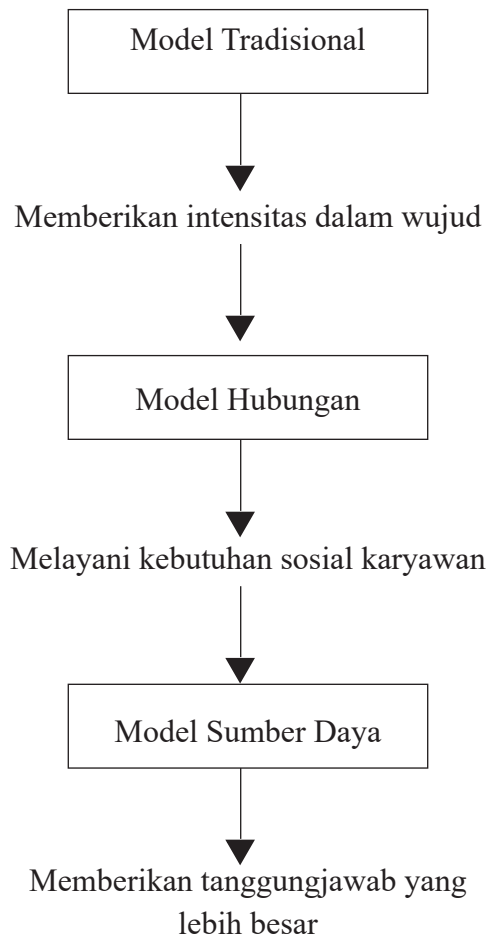


Sumber : Jay B Barney and Ricky W Griffin, Management of Organisation, Strategy, Structure, and Behaviour, Houghton Mifflin Co, Boston, 1992, hal 552.

Model Motivasi

- Model tradisional
- Model hubungan manusiawi
- Model sumberdaya manusia

Gambar 2.3.
Motivasi yang Diberikan Oleh Masing-Masing Model



Sumber: Handoko, Manajemen. Yogyakarta: BPFE. 1997, 252

Jenis Motivasi

Ada tiga jenis atau tingkatan dalam motivasi seseorang (Kenneth Blanchard dan Spencer Johnson, 1993 : 54) yaitu :

1. Motivasi yang didasarkan atas ketakutan (fear motivation)
2. Motivasi karena ingin mencapai sesuatu (achievement motivation)
3. Motivasi yang didorong oleh kekuatan dari dalam atau didasarkan oleh misi atau tujuan hidupnya (inner motivation)

Sedangkan menurut Hasibuan (2001 : 150) bahwa terdapat dua jenis motivasi, yaitu :

1. Motivasi Positif
2. Motivasi Negatif

Unsur-unsur Motivasi

George dan Jones (2005 : 175) menyatakan bahwa unsur-unsur motivasi adalah sebagai berikut:

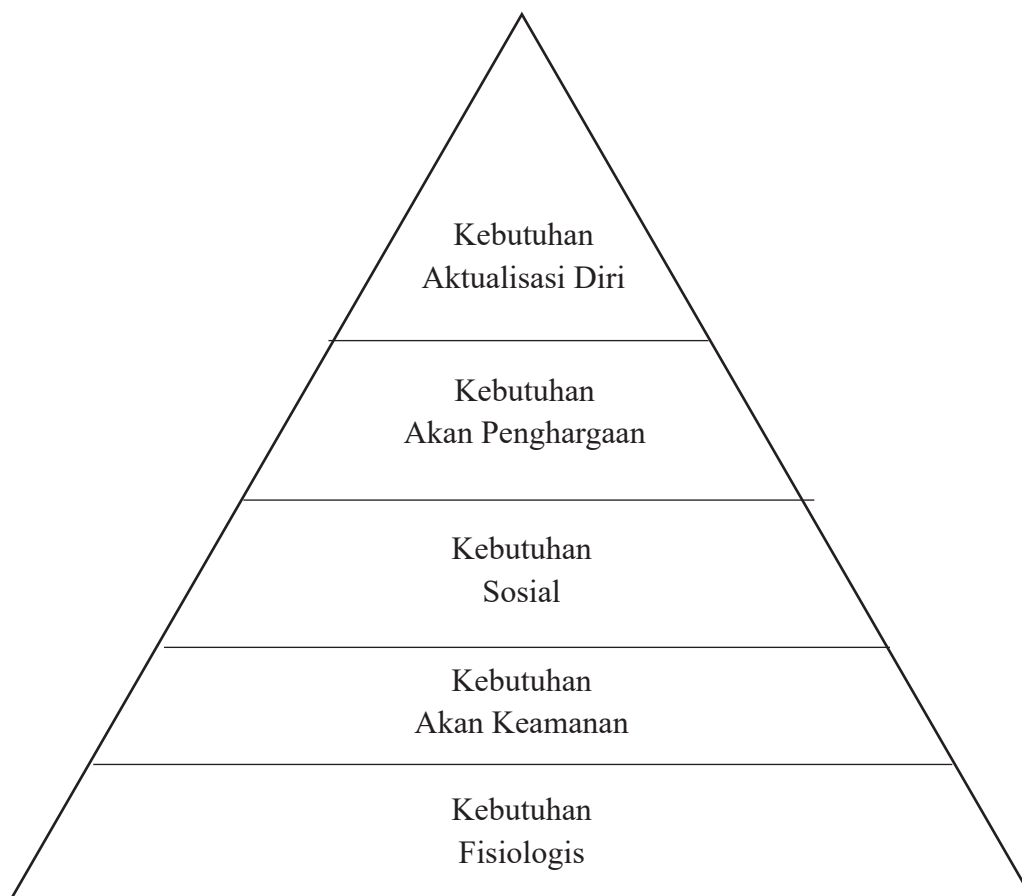
- a. Arah perilaku (direction of behavior)
- b. Tingkat usaha (level of effort)
- c. Tingkat kegigihan (level of persistence)

Teori Motivasi

a. Teori Hierarki Kebutuhan Maslow

Maslow (1994 : 30) mengemukakan bahwa ”manusia mempunyai berbagai kebutuhanyang dibedakan atas beberapa tingkatan (hierarki) yang dimulai secara berurutan dari atas ke bawah, dan apabila suatu kelompok kebutuhan ini terpenuhi maka kebutuhan tersebut tidak lagi menjadi pendorong (motivator). Oleh karena itu, semua kebutuhan tidak dapat dipenuhi secara sekaligus, maka kebutuhan - kebutuhan tersebut cenderung mempunyai tingkatan prioritas dalam pemenuhannya”

Gambar 2.4.
Hierarki Kebutuhan - Kebutuhan dari Maslow



Sumber : Winardi, (2004 : 13)

Usaha Memotivasi Karyawan

- a. Komunikasi / interaksi
- b. Insentif
- c. Kesejahteraan karyawan atau jaminan sosial

Pengertian Kinerja

Sebuah perusahaan melakukan aktivitas untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dan penggerakannya adalah kelompok orang yang berperan aktif dalam pencapaian tujuan. Apabila perusahaan mempunyai karyawan yang baik sebagai sumber daya maka kinerja perusahaan akan baik pula.

Standar - standar Kinerja

Menurut Hasibuan (1996 : 47), standar kinerja dianggap memuaskan apabila :

- a. Pernyataan menunjukkan beberapa bidang pokok tanggung jawab karyawan
- b. Membuat bagaimana suatu kegiatan kerja akan dilakukan
- c. Dan mengarahkan perhatiannya kepada mekanisme kuantitatif bagaimana hasil hasil kinerja akan diukur.

Jenis - Jenis Kinerja

Menurut Prawirosentono (1999 : 140) berpendapat bahwa "kinerja suatu organisasi khususnya organisasi perusahaan harus dinilai berdasarkan 3 kriteria yaitu kinerja administratif, kinerja operasional, dan kinerja strategik". Untuk masing - masing kriteria kinerja tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

- a. Kinerja administratif
- b. Kinerja operasional
- c. Kinerja strategik

Faktor - faktor kinerja

Menurut Mangkunegara(2005 : 215), menyatakan bahwa "faktor - faktor kinerja terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal", faktor kinerja yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan tersebut masing - masing dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Faktor Internal (disposisional)
2. Faktor eksternal

Sedangkan menurut Mangkunegara (2001 : 61), mengemukakan faktor - faktor yang dapat mempengaruhi pencapaian kinerja karyawan adalah sebagai berikut :

- a. Faktor kemampuan.
- b. Faktor motivasi

Pengukuran kinerja

Sedangkan dalam penelitian ini untuk mengukur kinerja karyawan akan digunakan parameter-parameter seperti yang diungkapkan menurut Robbins (1996:650) adalah tiga kriteria untuk mengetahui kinerja seseorang dalam mencapai tujuan perusahaan, yaitu:

- a. Hasil Tugas Individu.
- b. Perilaku kerja karyawan.
- c. Sifat atau Ciri-ciri.

Untuk memudahkan pengukuran kinerja, Mangkunegara (2001:45) membagi kinerja menjadi dua jenis yaitu :

- a. Kinerja Finansial, meliputi :
- b. Kinerja non Finansial, meliputi :

Selanjutnya menurut Prawirosentono (1999 ; 51), ada beberapa tolak ukur yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja karyawan yaitu :

- a. Productivitas
- b. Wasta dan scrap
- c. Quality record
- d. Absenteism dan tardiness
- e. Report from conselor
- f. Grienvences
- g. Accident report
- h. Suggestion

Pengaruh Motivasi Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan

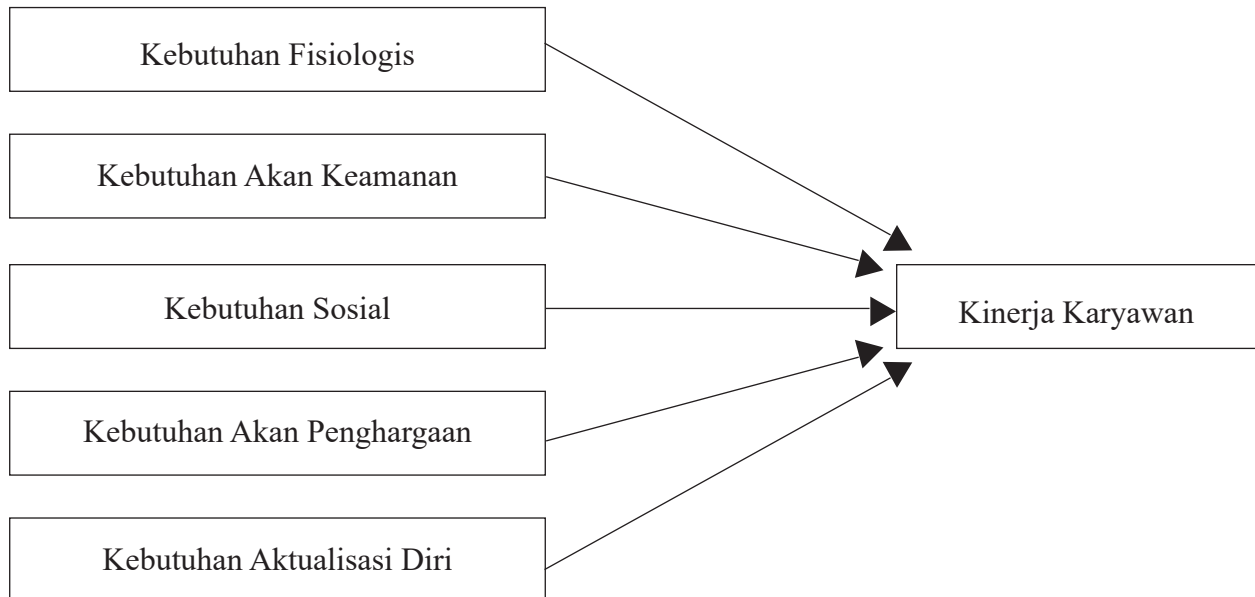
Menurut Handoko (2003 : 251), yaitu “Motivasi adalah kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan dan memelihara perilaku manusia”. Motivasi merupakan subyek yang sangat penting, karena seorang manajer perlu memahami karyawan atau bawahannya yang berperilaku tertentu agar dapat mempengaruhinya untuk dapat bekerja sesuai dengan yang diinginkan perusahaan dan dapat mencapai tujuan perusahaan. Menurut As’ad (2004 : 56).

Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini variabel - variabel yang digunakan, antara lain terdiri atas : Kebutuhan fisiologis (X1), kebutuhan akan keamanan (X2), kebutuhan sosial (X3), kebutuhan penghargaan (X4), dan kebutuhan aktualisasi diri (X5), yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan (Y). Adapun kerangka konseptual yang digunakan seperti pada Gambar 2.5. sebagai berikut :

Gambar 2.5.
Kerangka Konseptual



Sumber : Teori Maslow

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

- H1 Kebutuhan fisiologis mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di Kampus Akpar Majapahit.
- H2 Kebutuhan akan keamanan, mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di Kampus Akpar Majapahit.
- H3 Kebutuhan sosial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di Kampus Akpar Majapahit.
- H4 Kebutuhan akan penghargaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di Kampus Akpar Majapahit.
- H5 Kebutuhan aktualisasi diri mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di Kampus Akpar Majapahit.

METODOLOGI PENELITIAN

Rancangan/Metoda Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesis, data yang digunakan harus terukur

dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Pendekatan ini dimulai dengan pengujian hipotesis dan teori - teori, selanjutnya adalah membuat model analisis, identifikasi variabel, definisi operasional, mengumpulkan data primer maupun sekunder berdasarkan populasi dan sampel serta melakukan analisis terhadap hasil penelitian.

Identifikasi Variabel

Menurut Widayat dan Amirullah (2002; 23) “variabel merupakan atribut, ciri, sifat, kemampuan, dan ukuran lainnya yang berbeda - beda (bervariasi) yang diterapkan oleh para peneliti untuk dikaji dan dipelajari”. Berdasarkan uraian permasalahan tersebut dan hipotesis yang sudah diajukan, maka variabel - variabel yang dianalisis dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Variabel bebas (independent variable) :
2. Variabel terikat (dependent variable) :

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional yang digunakan untuk masing - masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas (X) : Motivasi Kerja
 - a. Kebutuhan Fisiologis (X1)
 - b. Kebutuhan akan Keamanan (X2)
 - c. Kebutuhan Sosial
 - d. Kebutuhan akan Penghargaan
 - e. Kebutuhan Aktualisasi Diri
2. Variabel terikat (Y) : Kinerja Karyawan

Kinerja adalah prestasi kerja atau hasil kerja (output) baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam periode waktu tertentu untuk melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Prosedur Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2004:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan AKPAR Majapahit.

Teknik Pengumpulan Data

1. Data yang diperoleh langsung dari kuesioner.
2. Wawancara
3. Penyebaran angket
4. Dokumentasi

Teknik Analisis

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Hipotesis

HASIL DAN PEMBAHASAN

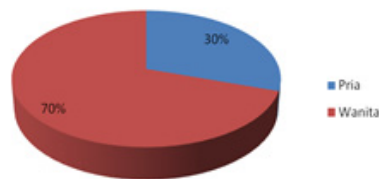
Deskriptif Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Kuesioner penelitian disamping menanyakan pendapat responden mengenai motivasi dan kinerja juga diteliti mengenai karakteristik demografi responden yang menyangkut jenis kelamin, usia, pendidikan, lama bekerja dan bagian kerja. Karakteristik tersebut berfungsi sebagai data pendukung dalam mengungkap motivasi dan kinerja karyawan. Berikut adalah asil penelitian yang menyangkut karakteristik tersebut :

Distribusi jenis kelamin responden

Berikut adalah distribusi jenis kelamin responden karyawan Akpar Majapahit :

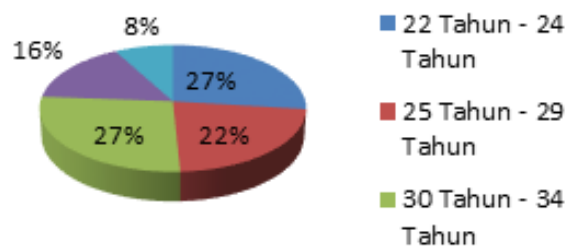


Gambar 4.1

Jenis kelamin responden Karyawan Akpar Majapahit

Distribusi Usia responden

Berikut adalah distribusi usia responden karyawan Akpar Majapahit :

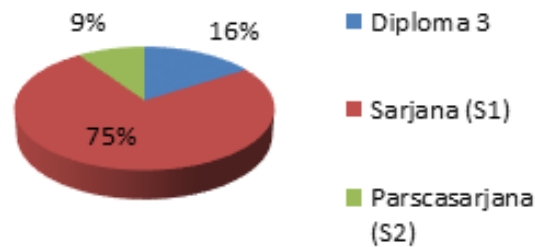


Gambar 4.2

Usia responden Karyawan Akpar Majapahit

Distribusi Pendidikan responden

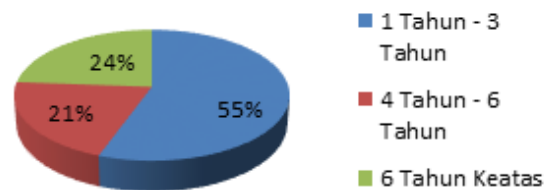
Berikut adalah distribusi pendidikan responden karyawan Akpar Majapahit:



Gambar 4.3
Pendidikan responden Karyawan Akpar Majapahit,

Distribusi lama bekerja responden

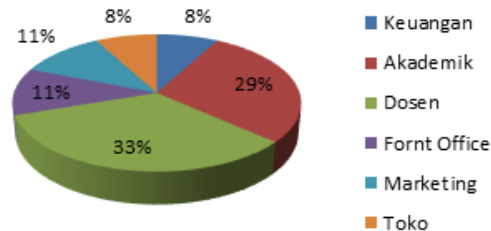
Berikut adalah distribusi lama bekerja responden karyawan Akpar Majapahit:



Gambar 4.4
Lama bekerja responden Karyawan Akpar Majapahit,

Distribusi bagian bekerja responden

Berikut adalah distribusi bagian bekerja responden karyawan Akpar Majapahit:



Gambar 4.5
Bagian bekerja responden Karyawan Akpar Majapahit,

Deskripsi Jawaban Responden

Interval Kelas (Durianto, 2001:45) = $\frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$

$$\text{Interval Kelas} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

1. Kebutuhan Fisiologis (X1)
 2. Kebutuhan akan Keamanan (X2)
 3. Kebutuhan Sosial (X3)
 4. Kebutuhan Penghargaan (X4)
 5. Kebutuhan Aktualisasi Diri (X5)
 6. Kinerja Karyawan (Y)
- 4.2. Analisis Hasil dan Pengujian Hipotesis
 - 4.2.1. Uji Validitas
 - 4.2.2. Uji Reliabilitas
 - 4.2.3. Analisis Model Regresi Linier Berganda
 - 4.2.4. Koefisien Korelasi dan Determinasi Berganda
 - 4.2.5. Koefisien Korelasi dan Determinasi Parsial
 - 4.2.6. Uji Hipotesis

Uji F

Uji F digunakan untuk melihat adanya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS Release 20.0 for windows diketahui hasil uji F sebagai berikut

Tabel 4.17.
Hasil Perhitungan Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5321.639	5	1064.328	23.777	.000 ^a
	Residual	2551.441	57	44.762		
	Total	7873.079	62			

a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Aktualisasi Diri (X5), Kebutuhan Fisiologis (X1), Kebutuhan Sosial (X3), Kebutuhan akan Keamanan (X2), Kebutuhan akan Penghargaan (X4)

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Uji t

Variabel	THitung	Signifikan	Keterangan
KebutuhanFisiologis (X1)	5.583	0.000	Berpengaruh
KebutuhanakanKeamanan (X2)	4.502	0.000	Berpengaruh
KebutuhanSosial (X3)	2.832	0.006	Berpengaruh
KebutuhanakanPenghargaan (X4)	3.051	0.003	Berpengaruh
KebutuhanAktualisasiDiri (X5)	2.335	0.023	Berpengaruh

PEMBAHASAN

Analisis perhitungan regresi linier berganda terhadap variabel bebas (X) berupa kebutuhan para karyawan yang terdiri dari X1 (Kebutuhan Fisiologis), X2 (Kebutuhan Rasa keamanan), X3 (Kebutuhan Sosial), X4 (Kebutuhan akan Penghargaan), X5 (Kebutuhan Aktualisasi Diri) terhadap kinerja karyawan (Y) menunjukkan hasil yang sesuai dengan pernyataan Maslow yang mengatakan bahwa kurang adanya motivasi dalam pencapaian prestasi kerja yang baik, dapat dihubungkan dengan kebutuhan para pegawai yang kurang tercukupi, apabila kebutuhan pada tingkat bawah telah dipenuhi, maka kebutuhan yang sudah dipuaskan ini akan menimbulkan kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Oleh karena semua kebutuhan tidak dapat dipenuhi secara sekaligus, maka kebutuhan-kebutuhan tersebut cenderung

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dikemukakan dapat diambil kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang telah ditetapkan. Adapun kesimpulan yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Akpar Majapahit Surabaya teruji kebenarannya dengan nilai F hitung sebesar 23,777 dan nilai signifikan sebesar 0,0000 (lebih kecil dari 0,05).
2. Kebutuhanfisiologiasecaraparsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Akpar Majapahit Surabaya teruji kebenarannya dengan nilai t hitung sebesar 5,583 dan nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05).
3. Kebutuhan rasa keamanansecara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Akpar Majapahit Surabaya teruji kebenarannya dengan nilai t hitung sebesar 4,502 dan nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05).

4. Kebutuhan sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Akpar Majapahit Surabaya teruji kebenarannya dengan nilai t hitung sebesar 2,832 dan nilai signifikan sebesar 0,006 (lebih kecil dari 0,05).
5. Kebutuhan akan penghargaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Akpar Majapahit Surabaya teruji kebenarannya dengan nilai t hitung sebesar 3,051 dan nilai signifikan sebesar 0,003 (lebih kecil dari 0,05).
6. Kebutuhan aktualisasi diri secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Akpar Majapahit Surabaya teruji kebenarannya dengan nilai t hitung sebesar 2,335 dan nilai signifikan sebesar 0,023 (lebih kecil dari 0,05).

Saran

Beberapa saran yang dapat diajukan berkaitan dengan faktor-faktor kebutuhan para karyawan dan kinerja karyawan Akpar Majapahit Surabaya adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kebutuhan aktualisasi diri merupakan variabel dengan pengaruh paling lemah terhadap kinerja karyawan dibandingkan variabel bebas lainnya, pihak manajemen perusahaan sebaiknya memperhatikan kebutuhan seorang karyawan untuk menggunakan kecakapan, kemampuan, ketrampilan, dan potensi optimal untuk mencapai kinerja yang sangat memuaskan
2. Perusahaan sebaiknya memperhatikan faktor kebutuhan penghargaan untuk meningkatkan Kinerja karyawan karena pengaruhnya yang dominan untuk meningkatkan Kinerja karyawan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengoperasionalkan tunjangan khusus yang diberikan karyawan apabila berprestasi, dan bentuk tunjangan ini tidak sama dengan bentuk tunjangan sosial yang telah ditetapkan.
3. Selain faktor kebutuhan rasa keamanam dan kebutuhan akan penghargaan, pihak manajemen perusahaan perlu juga memperhatikan dan meningkatkan faktor-faktor kebutuhan para pegawai yang lain seperti Kebutuhan Fisiologis, Kebutuhan Sosial dan Kebutuhan Aktualisasi Diri, karena apabila faktor-faktor kebutuhan para pegawai ini terpenuhi dengan baik maka kinerja karyawan akan meningkat dan pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja karyawan serta menurunkan hal-hal buruk yang tidak diinginkan pada perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Amirullah, SE, MM., 2002, Pengantar Manajemen Pertama, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- As'ad, Moh., 2004, Psikologi Industri, Liberty, Yogyakarta.
- Barney, Jay B and Ricky W Griffin., 1992, The Management Of Organizations, Strategy, Structure, And Behavior, Houghton Mifflin Company, Boston.
- Bernardin, H. John and J. Russel, 1993, Human Resources Management, An Experiential Approach, New York : Mc Graw-Hill, Inc.
- Cascio, wayne F, 1992, Managing Human Resources, Productivity, Quality Work Of Life, Profits, Fourth Edition, New York : Mc Graw-Hill, Inc.
- Forsyth, Patrick., 1998, Memotivasi Karyawan, Terjemahan, Jakarta : Penerbit PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Gitosudarmo., 1997, Perilaku Keorganisasian, Edisi Pertama, Yogyakarta : BPFE.
- Hakim., 2000, Statistik Induktif Untuk Ekonomi Dan Bisnis, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Yogyakarta, Ekonisia.
- Hanafi, Mamduh M., 1997, Manajemen, Cetakan Pertama, Yogyakarta : UPP AMPYKPN.
- Handoko, T. Hani., 2003. Manajemen, Edisi Kedua. Yogyakarta, BPFE.
- Hasibuan, H. Malayu S.P., 2003, Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Hersey, Paul and Kenneth H. Blanchard., 1993, Manajemen Perilaku Organisasi, Pemberdayaan Sumber Daya Manusia, Edisi Ketujuh, Terjemahan, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Koontz, Harold, Cyril, O'donnel, Heinz Wehrich., 1989, Manajemen, Jilid Satu, Edisi Pertama, Terjemahan, Jakarta : Penerbit, Erlangga.
- Luthans, Fred., 1993, Organizational Behavior, Seventh Edition, New Jersey : Englewood Cliff : Prentice Hall, Inc.

- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu., 2001, Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Matutina, Domi C., 1993, Manajemen Personalialia, Cetakan Pertama, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Moekijat., 1995, Manajemen Personalialia Dan Sumber Daya Manusia, Bandung : Penerbit CV.Mandar Maju.
- Nawawi H. Hadari., 1997. Ilmu Administrasi, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Rais, Soentojo., 1998, Masalah Sumber Manusia Dalam Pembangunan Nasional Dari Orde Baru Ke Masa Reformasi, Surabaya : Airlangga University Press.
- Robbins, Stephen P., 1996, Organizational Behavior, Edisi Ketujuh, PT. Prentice Hall International Edition.
- Siagian, S. P., 1995. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Bumi Aksara.
- Simamora, Henry., 1997, Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Pertama, Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Stoner, James., 1992, Manajemen, Edisi Ketiga, Terjemahan oleh Alfonso Sirait, Erlangga, Jakarta.
- Sudjana., 1996, Metoda Statistika, Edisi Keenam, Bandung : Penerbit Tarsito.
- Sugiyono., 2004, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Kedelapan, Bandung : CV. Alfabeta.
- Triatmanto, Boge., 1986, Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Motivasi Kerja Karyawan Pada Sektor Usaha Jasa Hotel Di Kabupaten Dan Kodya Malang, Jurnal Ekonomi, No. 6, Tahun 5 (Juni) : 1-11.
- Wesley, Kenneth N and Gary A. Yukl., 1998, Perilaku Organisasi Dan Psikologi Personalialia, Terjemahan, Jakarta : PT. Bina Aksara.
- Winardi., 2004, Motivasi Dan Pemativasi Dalam Manajemen, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN TAMU TERHADAP TINGKAT HUNIAN DI “KUSUMA AGROWISATA RESORT & CONVENTION HOTEL” KOTA BATU MALANG

HARDHITA KUSDHARYANTO
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit
Email: jokotole.keraton@gmail.com

Abstrak

Semakin meningkatnya kunjungan wisata di Indonesia harus juga diimbangi dengan peningkatan sarana-sarana penunjang yang penting yang merupakan bagian yang penting dari bidang pariwisata tersebut yaitu industri jasa perhotelan. Persaingan antar hotel dalam memperebutkan tamu atau pelanggan ini menyebabkan hotel selalu menyesuaikan produk jasanya dengan harapan konsumennya. Kualitas layanan (service quality), nilai jasa (service value) dan kepuasan (satisfaction) telah menjadi titik tolak jaspembahasan baik operasional maupun konseptual yang lebih menekankan pada hubungan antar ketiganya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Tamu Terhadap Tingkat Occupancy Di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” Kota Batu Malang.=

Populasi dalam penelitian ini adalah orang populasi dalam penelitian ini adalah semua tamu dewasa hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling atau judgemental sampling menggunakan 155 responden tamu hotel. Karakteristik responden terdiri dari jenis kelamin wanita yaitu sebanyak 113 orang (72,90%), sedang pria sebanyak 42 orang (27,10%). Berusia antara 17 sampai 21 tahun sebanyak 51 orang (32,90%). Sebagian responden yaitu berpendidikan Diploma 3 yaitu sebanyak 93 orang (60,00%). Sebagian besar responden yaitu pekerjaannya adalah pegawai swasta sebanyak 44 orang (28,39%). Analisa data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda.

Dari penelitian diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan dengan kepuasan tamu ($b_0 = 0,784$). Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antar kualitas layanan terhadap tingkat hunian sebesar 0,029 (lebih kecil dari 0,05). Terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan tamu dengan tingkat hunian sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat hunian. Serta kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan tamu dan tingkat hunian

ABSTRACT

The increasing tourist visits in Indonesia must also be balanced with an increase in important supporting facilities which are an important part of the tourism sector, namely the hospitality service industry. This competition between hotels in fighting for guests or customers causes the hotel to always adjust its service products to the expectations of its customers. Service quality, service value and satisfaction have become the starting points for both operational and conceptual discussion that emphasizes the relationship between the three. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and guest satisfaction on occupancy rates in “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” Batu City Malang.

The population in this study were the population people in this study were all adult guests of the hotel “Batu Malang Resort Kusuma Agrowisata Resort and Convention”. The sampling technique used was non probability sampling or judgmental sampling using 155 hotel guest respondents. Characteristics of respondents consisted of female sex as many as 113 people (72.90%), while men were 42 people (27.10%). Aged 17 to 21 years old, 51 people (32.90%). Some respondents were Diploma 3 educated as many as 93 people (60.00%). Most of the respondents, namely their jobs are private employees as many as 44 people (28.39%). Data analysis in this study uses multiple linear regression.

From the research results obtained that there is a positive influence between service quality and guest satisfaction (β_0) = 0.784. There is a partially significant influence between service quality on occupancy rates of 0.029 (less than 0.05). There is a significant influence between guest satisfaction and occupancy rate of 0,000 (less than 0.05). Based on the results of the study, it was found that the quality of service affected the occupancy rate. And the quality of service affects guest satisfaction..

Keywords: *Service quality, guest satisfaction and occupancy rate*

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG MASALAH

Hotel adalah sejenis akomodasi, yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makan dan minum, serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal untuk sementara waktu, dan dikelola secara komersial atau memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Hotel merupakan jenis industri yang menghasilkan dan menyediakan sesuatu dalam bentuk barang dan jasa. Dengan demikian hotel tidak hanya menjual produk yang berwujud tetapi juga menjual produk yang tidak berwujud seperti dalam bentuk pelayanan, hiburan, suasana atau lingkungan yang nyaman, bersih dan indah.

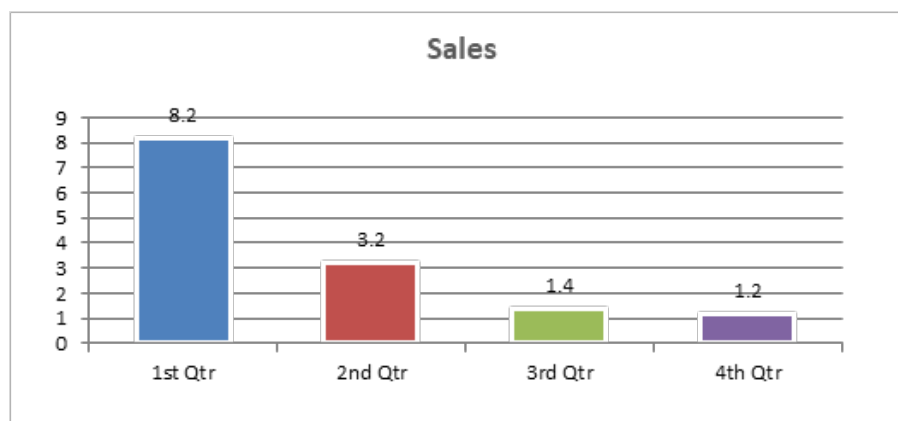
Kusuma Agrowisata Batu merupakan tempat wisata yang menawarkan konsep wisata agro dipadukan dengan outbound dan water park, sehingga menjadi salah satu destinasi yang cukup menarik di Kota Batu, Jawa Timur. Tempat wisata yang didirikan pada tahun 1991 ini berada

di wilayah dataran tinggi, dengan ketinggian kurang lebih 1000 meter di atas permukaan laut, sehingga memiliki udara sejuk dengan suasana khas pegunungan, sangat cocok dimasukkan dalam agenda liburan bersama keluarga. Kusuma Agrowisata beralamat di Jl. Abdul Gani Atas PO. BOX 36 Kota Wisata Batu, Jawa Timur 65311.

Permasalahan yang menyebabkan penurunan tingkat hunian kamar ini kemungkinan karena adanya pesaing. Terlihat dari semakin banyaknya pertumbuhan hotel-hotel yang memiliki konsep sejenis ataupun berbeda di kota Batu dan sekitarnya. Persaingan antar hotel dalam memperebutkan tamu atau pelanggan ini menyebabkan hotel selalu menyesuaikan produk jasanya dengan harapan konsumennya. Dalam hal produk pelayanan terhadap pelanggan, Kotler (1986) berpendapat bahwa pemasar dihadapkan pada tiga keputusan yang harus diambil. Pertama, pelayanan atau jasa-jasa apakah yang harus dimasukkan dalam formula pelayanan (costumer-service mix). Kedua, tingkat pelayanan yang bagaimana harus ditawarkan? Dan ketiga, dalam bentuk apakah pelayanan itu diberikan?.

Pada saat ini penelitian tentang kualitas layanan (service quality), nilai jasa (service value) dan kepuasan (satisfaction) telah menjadi titik tolak jasa pembahasan baik operasional maupun konseptual yang lebih menekankan pada hubungan antar ketiganya, (Cronin, Brandy & Hult, 2000). Penelitian ini mencoba mengupas persoalan pelayanan dan kepuasan tamu dikaitkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian (occupancy) kamardi Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel kota Batu Malang.

Gambar 1
Room Occupancy Kusuma Agrowisata Resort and Convention
Hotel Kota Batu Malang.



Sumber: Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel 2012

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah yang dapat disusun adalah sebagai berikut:

- Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Tamu (X2) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” Batu Malang.
- Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Tingkat Hunian (Y) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” Batu Malang?
- Bagaimana pengaruh Kepuasan Tamu (X2) terhadap Tingkat Hunian (Y) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” kota Batu Malang?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian adalah :

- Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Tamu (X2) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” kota Batu Malang.
- Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Tingkat Hunian (Y) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” kota Batu Malang.
- Pengaruh Kepuasan Tamu (X2) terhadap Tingkat Hunian (Y) di “Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel” kota Batu Malang.

MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat:

- Tersusunnya teori yang berkenaan dengan kualitas layanan, kepuasan tamu dan tingkat hunian di industri hospitaliti dan kepariwisataan.
- Sebagai bahan masukan dalam melaksanakan evaluasi kinerja karyawan, penyusunan strategi pemasaran serta penyempurnaan pengembangan produk barang dan jasa..
- Meminimalisasi kesenjangan dan keluhan yang sering terjadi dalam proses operasional layanan di dunia pariwisata dan perhotelan.

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

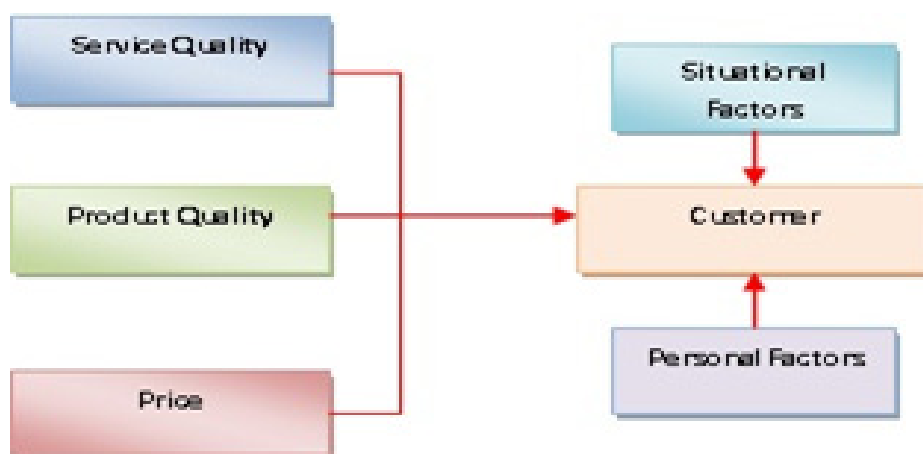
Kualitas Layanan (Service Quality)

Kualitas Layanan Menurut Zeithaml (1990 : 19) adalah “Service quality is the extent of discrepancy between customer’s expectations or desires and their perceptions. Berdasarkan pendapat ini dapat diartikan bahwa kualitas layanan adalah ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi konsumen, karena kualitas layanan mempunyai banyak karakteristik yang berbeda sehingga kualitas layanan sulit untuk didefinisikan atau diukur.

Menurut Boone & Kurtz (1995 : 439) “Service quality refers to the expected perceived quality of service offering. It is primary determinant of customer satisfaction or dissatisfaction”. Yang kurang lebih memiliki arti : bahwa kualitas layanan mengacu pada kualitas yang diharapkan dalam penawaran jasa. Kualitas ditentukan dalam kepuasan atau ketidakpuasan konsumen.

Zeithaml et al (1990) terdapat 3 karakteristik kualitas layanan) dan indivisible (tidak dapat dibagi) atau inseparability (tidak dapat yaitu intangible (tidak dapat diraba atau dinyatakan), heterogeneous (beraneka ragam dipisahkan). Intangible,yaitu kualitas layanan bersifat tidak dapat diraba karena kualitas layanan adalah hasil bukan suatu produk, kualitas layanan tidak dapat dilihat, disentuh, atau disimpan,dengan kata lain kualitas layanan tidak mempunyai manifestasi fisik. Kualitas layanan dapat diproses melalui pengalaman. Heterogeneous,bahwa kelitas pelayanan beraneka ragam karena hasil tergantung dari perbuatan yang dijalankan oleh individual yang terlibat, dari produsen ke konsumen yang mungkin tidak mempunyai ekspektasi yang sama. Menurut Schneider & White (2004, p.8) heterogenity dapat menyebabkan layanan lebih sulit untuk diukur dan dalam melakukan kontrol kualitas untuk menjamin kualitas layanan mempunyai standar yang seragam.Kualitas layanan bersifat indivisible atau inseparability karena proses produksi dan konsumsi terjadi secara serempak. Schneider & White (2004, p.7) menyatakan bahwa fitur yang terpenting dari inseparability dari layanan adalah perusahaan harus berjuang untuk memastikan bahwa ketika layanan sedang diproduksi produsen harus mengetahui jumlah maksimal dari konsumen yang akan memakai layanan tersebut. Hal ini dikarenakan ada beberapa layanan yang dalam satu waktu layanan yang tidak terpakai tidak bisa disimpan atau dipergunakan dalam kesempatan lain

Berdasarkan pemahaman di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan keunggulan yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk/jasa dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah melakukan pembelian produk/jasa. Dalam menentukan tingkat kualitas pelayanan ada dua faktor yang mempengaruhi yaitu pelayanan yang diharapkan (expected service) dan pelayanan yang dirasakan (persived service). Dalam hal ini, apabila pelayanan yang diharapkan sesuai dengan harapan konsumen maka kualitas pelayanan yang diberikan tersebut dinilai memuaskan (Parasuraman,et al, 2000:162).



Gambar 2: Model Service Quality

Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, et al (2000:367), menyatakan bahwa kualitas pelayanan dibagi menjadi lima dimensi besar yaitu:

- a Reliability (keandalan), untuk mengukur kemampuan penyedia jasa dalam memberikan jasa yang tepat dan dapat diandalkan.
- b Responsiveness (daya tanggap), untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat.
- c Assurance (jaminan), untuk mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat dapat dipercaya.
- d Empathy (perhatian), untuk mengukur pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan oleh karyawan.
- e Tangible (bukti fisik), untuk mengukur fasilitas jasa fisik, peralatan, karyawan serta sarana komunikasi.

Kesenjangan Pelayanan (SERVQUAL)

Lima kesenjangan (Gap) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan adalah sebagai berikut (Lupiyoadi,2001:150-152) :

- 1 Gap persepsi manajemen
- 2 Gap Spesifikasi Kualitas
- 3 Gap Penyampaian Pelayanan
- 4 Gap Komunikasi Pemasaran
- 5 Gap Dalam Pelayanan Yang Dirasakan

Kualitas Pelayanan Pada Dunia Perhotelan

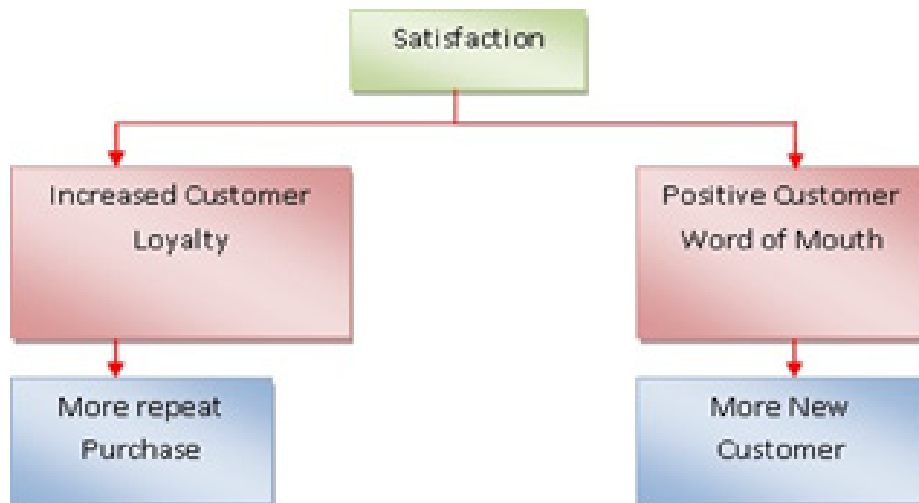
Terdapat beberapa standar kualitas pelayanan dalam dunia perhotelan yaitu :

- a Greeting atau pengucapan salam, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah:
- b Menggunakan bahasa yang standar, yaitu lengkap dalam menyapa tamu.
Contoh : Selamat pagi Pak atau Good morning Sir
- c Menggunakan sikap standar yaitu meliputi :
 - Menyapa tamu sebelum tamu menyapa kita
 - Jarak bicara dengan tamu 1-4 meter
 - Bersikap ceria dan semangat.
 - Ketika berbicara, badan menghadap ke tamu serta memandang mata tamu
 - Sedikit membungkuk dan mengangguk.
 - Senyuman
 - Sebut nama tamu bila mengetahui nama tamu.
 - Thanking atau mengucapkan terima kasih kepada tamu dengan menggunakan bahasa yang sopan.

- d Delay and apologizing atau penundaan dan permintaan maaf, yaitu bila terjadi penundaan dikarenakan kurang-siapan petugas akan terjadinya lonjakan tamu, untuk itu kita perlu meminta maaf atas kejadian tersebut.
- e Grooming atau standar penampilan karyawan, yaitu antara lain :
- Rambut karyawan harus pendek dan rapi.
 - Karyawan dilarang memelihara kumis, janggut, dan jambang.
 - Make-up karyawan harus natural.
 - Karyawan diharapkan menghindari baju berbahan tipis.

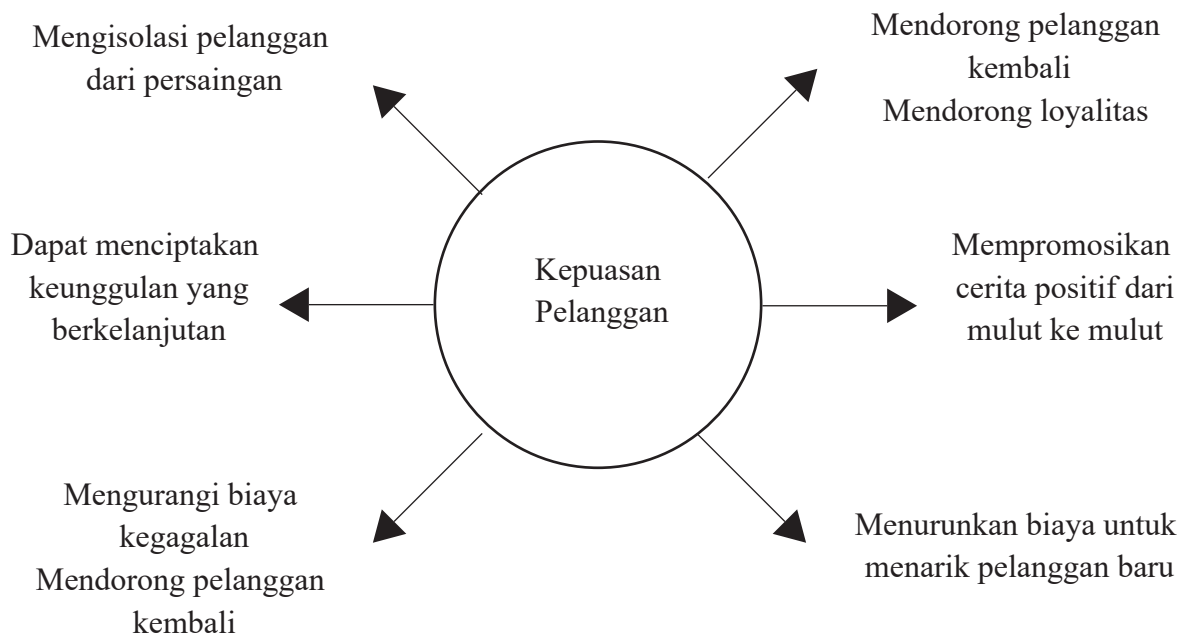
Dari uraian kualitas pelayanan diatas maka indikator kualitas pelayanan yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan keandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian (Parasuraman, et al,2000:367).

Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction).



Sumber : Zeithaml dan Bitner (2000:175)

Gambar 3 : Bagan Konsekuensi Kepuasan Pelanggan



Sumber : Lovelock (2005:78)

Gambar 4 : Manfaat Kepuasan Pelanggan

Manfaat Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ukuran kepuasan pelanggan dapat dikategorikan sebagai kurang puas, puas dan sangat puas. Pengukuran mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk beberapa tujuan, yaitu :

- 1 Mempelajari persepsi masing-masing pelanggan terhadap mutu pelayanan yang dicari, diminati dan diterima atau tidak di terima pelanggan, yang akhirnya pelanggan merasa puas dan terus melakukan kerja sama.
- 2 Mengetahui kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan pada saat sekarang dan masa yang akan datang yang disediakan perusahaan yang sesungguhnya dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima.
- 3 Meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan harapan-harapan pelanggan.
- 4 Menyusun rencana kerja dan menyempurnakan kualitas pelayanan dimasa akan datang.

Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2002:148), ada empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu

- 1 Sistem keluhan dan saran setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan atau konsumen (customer oriented) perlu memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan.

2 Survei kepuasan konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

- a **Directly reported satisfaction**
Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.
- b **Derived dissatisfaction**
Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yaitu besarnya harapan konsumen terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
- c **Problem analysis**
Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. (1), masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. (2), saran-saran untuk melakukan perbaikan.
- d **Importance performance analysis**
Dalam teknik ini, responden diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen atau atribut tersebut.

3 Ghost shopping.

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan sebagai konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu ghost shopper tersebut menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

4 Lost customer analysis

Metode dengan menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih, untuk mengambil kebijakan selanjutnya.

Tingkat Hunian (Room Occupancy).

Untuk mencari persentase kamar, dapat digunakan rumusan menurut Sugiarto (2002: 56) sebagai berikut:

Persentase Rata-Rata Tingkat Hunian Hotel

$$\% \text{ single occupancy} = \frac{\text{Jumlah kamar yang terjual}}{\text{Jumlah kamar yang tersedia}} \times 100\% \dots\dots (7)$$

$$\% \text{ double Occupancy} = \frac{\text{Jmlh tamu} - \text{jmlh kamar yg terjual}}{\text{Jumlah kamar yang terjual}} \times 100\% \dots\dots (8)$$

Pentingnya Tingkat Hunian Kamar

Pentingnya tingkat hunian kamar di hotel, menurut Sugiarto (2002: 10) tingkat hunian kamar adalah tolok ukur keberhasilan sebuah hotel. Sementara itu, Sulastiyono (2008: 269) menuliskan bahwa usaha hotel yang berhasil akan terlihat dari tingkat hunian kamarnya. Maka dapat disimpulkan bahwa dengan tingginya tingkat hunian kamar sebuah hotel, secara tidak langsung akan mempengaruhi penghasilan dan keuntungan hotel tersebut. Menurut prakteknya, hal ini dikarenakan pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan kamar hampir setengah dari pendapatan hotel rata-rata.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar

Foster dalam saduran Yoeti (2003: 55) menuliskan bahwa harga, kompetisi, dan permintaan sangat mempengaruhi penjualan kamar. Sedangkan menurut Suartana (2006: 5), faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar antara lain adalah lokasi hotel, fasilitas hotel, pelayanan kamar, harga kamar dan promosi.

Hubungan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan tamu dengan Tingkat Hunian.

Menurut Loudon dan Bitta (1984 : 24) ada 3 variabel yang perlu diperhatikan dalam mempelajari perilaku konsumen. Tiga variabel tersebut meliputi variabel stimulus, variabel respon variabel antara. Variabel stimulus dapat berupa produk jasa yang ditawarkan oleh hotel, mulai dari suasana, fasilitas sampai kepada pelayanan dan kenyamanan.

Penelitian Terdahulu.

1. Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996), Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996) melakukan penelitian dengan judul “The Behavioral Consequences of Service Quality”. Penelitian ini dilakukan di empat perusahaan yaitu computer manufacturer (perusahaan computer), retail chain (jaringan pengecer), life insurer (asuransi jiwa), dan automobile insurer (asuransi kendaraan bermotor). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah mail survey dengan ukuran sampel 12,470. Variabel behavioral intentions diukur dengan skala Likert 7 poin, sedang untuk kualitas layanan digunakan 9 point. Analisis untuk kualitas layanan digunakan SERVQUAL lima dimensi yaitu realibility 5 item, responsiveness 3 item, assurance 4 item, empathy 4 item, dan tangible 5 item. Behavioral intentions dalam penelitian ini menggunakan 13 item.

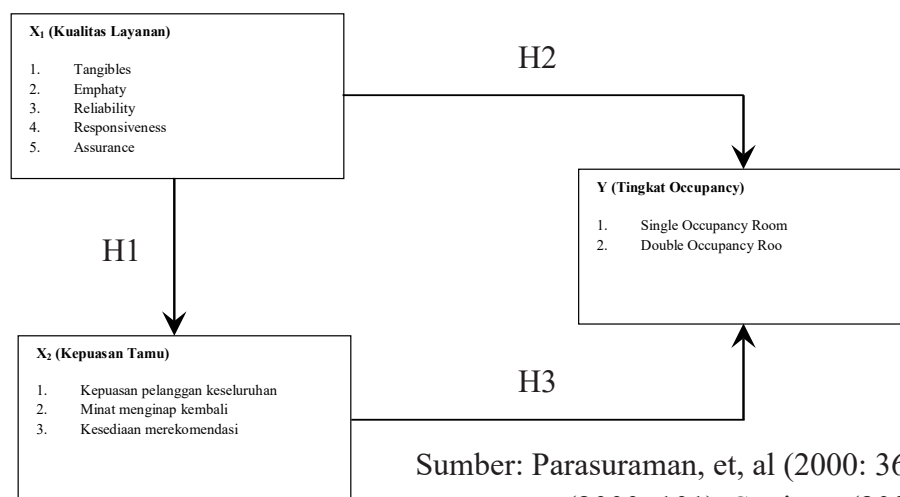
Teknik analisis yang digunakan adalah multiple regression untuk menguji hubungan service quality dengan behavioral intentions. Dalam penelitian ini behavioral intentions dibedakan mejadi dua yaitu perilaku yang (favorable) menguntungkan dan perilaku yang (unfavorable) tidak menguntungkan. Behavioral intentions menurut penelitian ini terdiri atas 5 dimensi yaitu: loyalty, switch, paymore, external response, dan internal response. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbaikan terhadap perilaku yang (favorable) menguntungkan dan akan menurunkan perilaku yang (unfavorable) tidak menguntungkan.

2. Shemwell, Yavas dan Bilgin (1998), Penelitian yang dilakukan oleh Shemwell, yavas dan Bilgin (1998) berjudul “Customer Service Provider Relationship; An Empirical Test of a Model od Service Quality, Satisfaction and Relationship-Oriented Outcomes. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menguji model kausalitas yang menggambarkan dengan tepat bagaimana kualitas jasa dan tingkat kepuasan berhubungan dengan “relationship-oriented outcome” (hasil-hasil orientasi hubungan) yang relevan termasuk pengurangan keluhan kepada orang lain (perilaku mengeluh), “affective commitment” (ikatan emosional), dan continuance commitment” (meningkatkan kecenderungan untuk meneruskan hubungan antara konsumen dengan penyedia jasa). Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah “Lisrel Analysis”. Model ini diuji dalam konteks layanan dokter primer dengan menggunakan sampel konsumen Turki. Data penelitian dikumpulkan dengan prosedur drop off dan pick up (buang dan ambil) dari penduduk Istambul yang berada di Barat Laut Turki. Sebanyak 200 angket disebarakan kepada responden. Penelitian ini mengadopsi konsep kualitas layanan dari Parasuraman et al (1988; 1991) yang dikukur dengan Service Quality (SERVQUAL) 22 item. Kepuasan dioperasikan dengan ukuran 5 item sedang Perilaku Mengeluh diukur dengan item tunggal. Affective Commitment dan continuance commitment masing-masing diukur dengan 3 dan 2 item. Kuantifikasi masing-masing variabel menggunakan skala Likert 5 poin, kecuali variabel kualitas menggunakan 7 poin. Dua model analisis yaitu SERVQUAL dan SERVPERF (Service Performance) digunakan sekaligus dalam penelitian ini. Ditemukan bahwa kualitas layanan adalah antecedent dari kepuasan konsumen. Temuan lain adalah adanya hubungan yang positif antara kualitas jasa dengan kepuasan konsumen dengan kecenderungan pembelian kembali. Tingkat kepuasan pelanggan memberikan pengaruh lebih besar daripada tingkat kualitas jasa terhadap kecenderungan pembelian ulang.

Rerangka Pemikiran

Berdasarkan teori tersebut, maka rerangka pemikiran dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Gambar 5: Rerangka Penelitian dalam penelitian



Sumber: Parasuraman, et, al (2000: 367), Tjiptono (2000: 101), Sugiarto (2002: 56)

Hipotesis Penelitian

Dari kajian terhadap teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi, ditambah dengan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- 1 Terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan (X1) dengan Kepuasan Tamu (X2) di “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang..
- 2 Terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan (X1) dengan Tingkat Hunian (Y) di “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang.
- 3 Terdapat pengaruh antara Kepuasan Tamu (X2) dengan Tingkat hunian (Y) “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang.

METODE PENELITIAN

Desain/Rancangan Penelitian

Kualitas layanan berdimensi banyak dan tergantung kepada sudut pandangan masing-masing. Gronroos yang dikutip oleh Ghobadian (1984) menyarikan kualitas layanan kedalam 3 dimensi dengan sudut pandang kasil, fungsi dan organisasi. Senada dengan Gronroos, Lehtinen dan Lehtinen dalam Ghobadian (1994) menyarikan kedalam 3 dimensi yaitu fisik, organisasi dan interaksi. Ada 10 dimensi kualitas layanan yang dikemukakan oleh Parasuraman et al dalam Dotchin dan Oakland (1994) yaitu Realibility; Responsiveness; Credibility; Competence; Acces; Courtesy; Security; Communication; Tangible; dan Understanding knowing the customer.

Variabel dan Pengukurannya

Penentuan skor pada masing-masing item pertanyaan terhadap masalah yang diteliti diukur menggunakan Skala Likert (Kinneer dalam Umar, 1997), yaitu skala yang berhubungan dengan pernyataan sikap seseorang terhadap sesuatu. Rating-scale dalam pengukuran tersebut terdiri atas 5 item pilihan bertingkat mulai dari sangat baik sampai sangat jelek, misalnya sangat baik atau sangat puas (=5), baik atau puas (=4), sedang saja (=3), jelek atau tidak puas (=2), dan sangat jelek atau sangat tidak puas (=1).

Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan 3 variabel yang terdiri atas 2 variabel independent (bebas) dan 1 variabel dependent (terikat). Variabel-variabel bebas itu adalah Kualitas Layanan (X1) yang terdiri atas 5 dimensi yaitu Tangibility; Realibility; Responsiveness; Assurance; dan Emphaty. Variabel bebas kedua adalah Kepuasan Tamu (X2). Sedang variabel terikat adalah Tingkat Okupansi Hotel (Y).

Populasi dan Teknik Sampling

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Kumpulan elemen tersebut pada hakekatnya merupakan objek dimana pengamatan

akan dilakukan oleh peneliti. Jika populasi sangat besar maka perlu dilakukan pengambilan sample (sampling). Ide dasar dari pengambilan sample adalah dengan memilih bagian dari elemen populasi, sehingga kesimpulan tentang keseluruhan populasi dapat diperoleh (Cooper and Emory, 1995). Populasi pada penelitiann ini adalah semua tamu dewasa hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang.

Dari populasi ini diambil sampel penelitian “non probality sampling” dengan teknik judgemental sampling, dengan jumlah minimal 155 orang tamu. Menurut Ferdinand (2006:225) penentuan sampel berdasarkan 5 kali jumlah variable indicator yang digunakan, dimana jumlah indicator $31 \times 5 = 155$ responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- Kusioner
- Wawancara
- Penyebaran angket
- Dokumentasi
- Jenis dan Sumber Data Penelitian

Berdasarkan sumber datanya, ada dua jenis data yang hendak dikumpulkan melalui penelitian ini:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber utama. Data primer ini diperoleh dari para tamu hotel yang menjadi sampel penelitian. Dari dokumentasi yang ada di hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu malang, dan literatur-literatur di Perpustakaan. Data dari para tamu terdiri atas data yang tersurat dalam angket yang disebarkan kepada sampel penelitian dan data ini adalah data yang pokok. Data penunjang misalnya data tentang sejarah hotel, struktur organisasi (organization chart) dan “job description” diperoleh dari dokumen-dokumen dan informasi dari karyawan hotel. Teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi diperoleh dari perpustakaan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber kedua dan seterusnya. Beberapa konsep, teori dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal-jurnal, tesis, atau sumber lainnya yang peneliti belum menemukan sumber utamanya.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas yang digunakan untuk mengetahui apakah item-item dalam kuesioner mampu mengukur variabel dalam penelitian ini adalah analisis “product moment” (Arikunto, 1995). Suatu instrument penelitian dapat dikatakan valid apabila probabilitas hasil korelasi (ρ) lebih kecil dari 0,05 atau: $\rho < 0,05$.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Arikunto (1993) mengatakan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan dengan Alpha Cronbach dengan ketentuan bila nilai Alpha > 0,6 maka semua variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliable

Metode Analisis Data

1. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif menggunakan statistik sebagai alat bantu. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikatnya. Pertama, analisis regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel-variabel kualitas layanan dan kepuasan tamu dengan tingkat hunian. persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2$$

Keterangan:

Y = Tingkat occupancy

$X_{1,2}$ = Variabel Bebas

a = Intersep

a_n = Koefisien Regresi variabel bebas n

Kedua, adalah hubungan antara variabel kualitas layanan dengan kepuasan tamu dianalisis dengan menggunakan regresi linier sederhana dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_x$$

Keterangan:

Y = Kepuasan tamu

X = Variabel Bebas

a = Intersep

b = Koefisien Regresi variabel bebas n

Persamaan garis linier sederhana di atas dapat diselesaikan rumusan sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i \cdot Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i \cdot Y_i - (\sum X_i) (\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

2. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui ketepatan model yang dipakai yang dinyatakan dengan berapa persen variabel dependent (terikat) dijelaskan oleh variabel independent (bebas) didalam model regresi.

Koefisien determinasi (R²) dijelaskan dengan rumus berikut ini:

$$R^2 = 1 - \frac{(n-k-1) \cdot s^2_{(y_1, 2, \dots, k)}}{(n-1) \cdot s^2_y}$$

3. Uji Hipotesis

Melakukan uji t

Tujuannya digunakan untuk menguji tingkatkeberartian pengaruh variable bebas yaitu kualitas layanan dan kepuasan tamu terhadap tingkat hunian secara parsial, langkah yang ditempuh yaitu sebagai berikut:

Jika t hitung > t table maka Ho ditolak dan menerima Ha, maka ada pengaruh antara variable X terhadap variable Y.

Jika t hitung < table maka Ho diterima dan menolak Ha, maka tidak ada pengaruh antara variable X terhadap variable Y.

Melakukan uji F

Uji F (test) digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis statistik yang diajukan untuk F test adalah:

$$H_0 : a_1 = a_2 = 0$$

$$H_A : a_1 \neq a_2 \neq 0$$

Uji simultan dilakukan dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel atau signifikansi F dengan α sebesar 5%. Jika nilai Fhitung > Ftabel atau signifikansi F < 5%, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis statistik (H₀) ditolak untuk menerima hipotesis alternative (H_A), artinya bahwa variabel-variabel bebas secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap perubahan variabel terikat.

Statistif F yang digunakan untuk menguji hipotesis 0(nul) dirumuskan sebagai berikut: (Sudjana, 1996).

$$F = \frac{(JK_{reg} / k)}{(JK_{res} / (n - k - 1))}$$

Jumlah kuadrat-kuadrat regresi (JK_{reg}) dapat dihitung dari:

$$JK_{reg} = a_1 \sum x_{1i} y_i + a_2 \sum x_{2i} y_i + \dots + a_k \sum x_{ki} y_i$$

Dengan derajat kebasan dk = k.

Jumlah kuadrat-kuadrat residu (JK_{reg}) dihitung dari:

$$JK_{reg} = \sum(Y_i - \hat{Y}_i)^2$$

Dengan menggunakan koefisien korelasi ganda R , tingkat keberartian korelasi maupun regresi dapat diuji dengan menggunakan uji F yang rumusnya sebagai berikut:

$$F = \frac{r^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

dengan k menyatakan variabel bebas dan n = ukuran sampel. Statistik F ini berdistribusi F dengan dk pembilang = k dan dk penyebut = $(n - k - 1)$.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

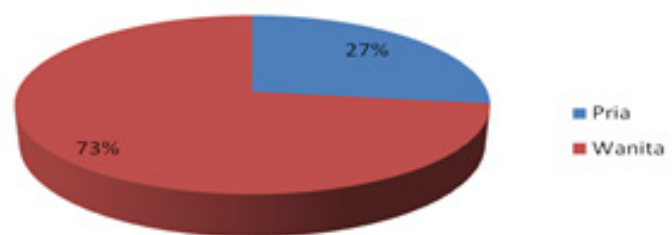
Deskriptif Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Kuesioner penelitian disamping menanyakan pendapat responden mengenai motivasi dan kinerja juga diteliti mengenai karakteristik demografi responden yang menyangkut jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Berikut adalah hasil penelitian yang menyangkut karakteristik tersebut :

Distribusi jenis kelamin responden

Berikut adalah distribusi jenis kelamin responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang :



Gambar 4.1

Jenis kelamin responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

Tabel 4.1

Distribusi jenis kelamin responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

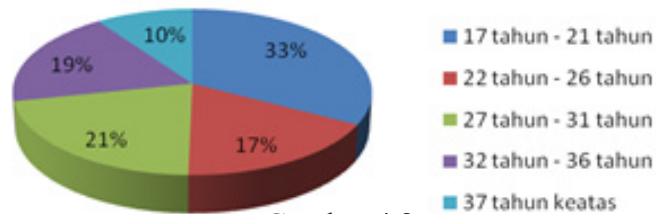
No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persen
1	Laki – Laki	42	27.10
2	Wanita	113	72.90
	Total	155	100

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.1 dan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 113 orang (72,90%), sedangkan pria sebanyak 42 orang (27,10).

Distribusi Usia responden

Berikut adalah distribusi usia responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang :



Gambar 4.2

Usia responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

Tabel 4.2

Distribusi usia responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

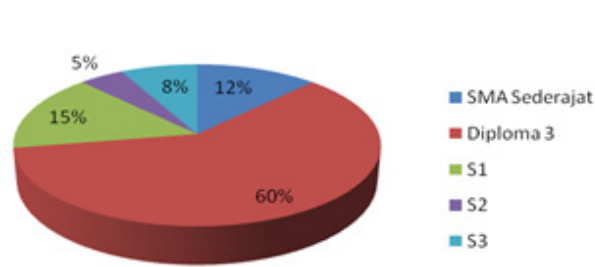
No	Usia	Frekuensi	Persen
1	17 tahun - 21 tahun	51	32.90
2	22 tahun - 26 tahun	27	17.42
3	27 tahun - 31 tahun	33	21.29
4	32 tahun - 36 tahun	29	18.71
5	37 tahun keatas	15	9.68
	Total	155	100

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.2 dan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang yaitu berusia antara 17 sampai 21 tahun sebanyak 51 orang (32,90%). Kemudian urutan kedua adalah yang berusia 27 sampai 31 tahun yaitu sebanyak 33 orang (21,29%).

Distribusi Pendidikan responden

Berikut adalah distribusi pendidikan responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang:



Gambar 4.3

Pendidikan responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

Tabel 4.3

Distribusi pendidikan responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

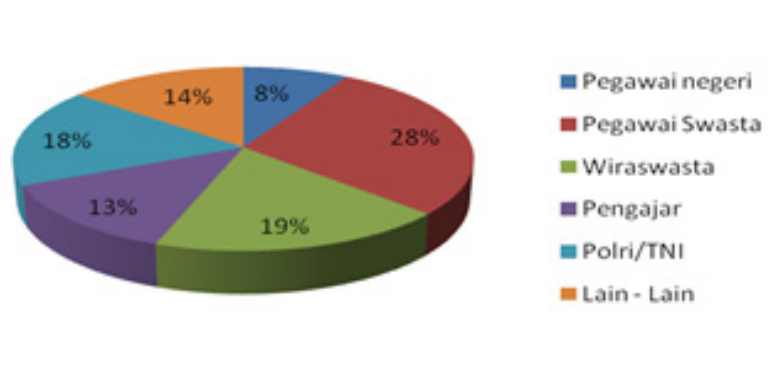
No	Pendidikan	Frekuensi	Persen
1	SMA Sederajat	19	12.26
2	Diploma 3	93	60.00
3	S1	24	15.48
4	S2	7	4.52
5	S3	12	7.74
	Total	155	100

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.3 dan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu berpendidikan Diploma 3 yaitu sebanyak 93 orang (60,00%), kemudian Sarjana S1 sebanyak 24 orang (15,48%).

Distribusi pekerjaan responden

Berikut adalah distribusi lama bekerja responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang:



Gambar 4.4

Lama bekerja responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

Tabel 4.4

Distribusi Lama bekerja responden hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persen
1	Pegawai negeri	13	8.39
2	Pegawai Swasta	44	28.39
3	Wiraswasta	29	18.71
4	Pengajar	20	12.90
5	Polri/TNI	27	17.42
6	Lain – Lain	22	14.19
	Total	155	100

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.4 dan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu pekerjaannya adalah pegawai swasta sebanyak 44 orang (28,39%), kemudian wiraswasta sebanyak 29 orang (18,71%) serta pekerjaan Polri/TNI yaitu sebanyak 27 orang (17,42%).

Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden merupakan hasil jawaban responden pada masing-masing variable penelitian. Deskriptif jawaban akan dijelaskan berdasarkan distribusi frekuensi responden yang diolah dengan menggunakan descriptive statistics pada bagian frequencies dari SPSS versi 20.00. Statistic tersebut akan menampilkan nilai frekuensi dan persentase. Frekuensi terbanyak menggambarkan nilai modus atau jawaban yang paling banyak dipilih oleh responden. Untuk menentukan nilai rerata responden termasuk dalam kategori tertentu maka berikut adalah aturan kategorinya :

$$\text{Interval Kelas (Durianto, 2001:45)} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval Kelas} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Interval kelas tersebut digunakan untuk mengkategorikan tingkatan penilaian untuk masing-masing variabel seperti yang diperlihatkan pada tabel 4.5

Tabel 4.5
Kategori Skala Penilaian Untuk Masing-masing Rata-rata Variabel Penelitian

Skala	Nilai	Kategori
$1,00 \leq X \leq 1,75$	1	Sangat rendah
$1,76 \leq X \leq 2,50$	2	Rendah
$2,51 \leq X \leq 3,25$	3	Tinggi
$3,26 \leq X \leq 4,00$	4	Sangat tinggi

Sumber : data diolah

Berikut dalah penjelasan dari hasil pengujian tersebut :

Kualitas Layanan

Merupakan seberapa baik tingkat jasa yang diberikan sesuai harapan pelanggan. Berikut adalah deskriptif jawaban responden akan kualitas layanan.

Tabel 4.6.
Hasil Uji Deskriptif Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Skor				Total	Mean	Kriteria
		1	2	3	4			
1	X1.1	1	15	74	65	513	3.310	Sangat tinggi
2	X1.2	0	16	96	43	492	3.174	Tinggi
3	X1.3	0	81	35	39	423	2.729	Tinggi
4	X1.4	1	77	39	38	424	2.735	Tinggi
5	X1.5	7	69	41	38	420	2.710	Tinggi
6	X1.6	1	12	68	74	525	3.387	Sangat Tinggi
7	X1.7	0	13	89	53	505	3.258	Tinggi
8	X1.8	0	68	43	44	441	2.845	Tinggi
9	X1.9	1	67	41	46	442	2.852	Tinggi
10	X1.10	11	55	46	43	431	2.781	Tinggi
11	X1.11	22	58	27	48	411	2.652	Tinggi
12	X1.12	0	71	58	26	420	2.710	Tinggi
13	X1.13	5	69	33	48	434	2.800	Tinggi
14	X1.14	14	48	50	43	432	2.787	Tinggi
15	X1.15	10	56	42	47	436	2.813	Tinggi
16	X1.16	30	57	55	13	361	2.329	Rendah
17	X1.17	1	64	44	46	445	2.871	Tinggi
18	X1.18	3	60	28	64	463	2.987	Tinggi
19	X1.19	1	10	66	78	531	3.426	Sangat Tinggi
20	X1.20	0	11	85	59	513	3.310	Sangat Tinggi
21	X1.21	0	68	35	52	449	2.897	Tinggi
22	X1.22	1	67	33	54	450	2.903	Tinggi
Mean keseluruhan							2.921	Tinggi

Sumber : Lampiran

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa keseluruhan responden memberikan tanggapan yang tinggi mengenai kualitas layanan, dimana untuk rata-rata tertinggi sebesar 3,426 yaitu indikator ” Keramahan sikap dari karyawan dan staf dalam memberikan pelayanan”, sedangkan rata-rata terendah sebesar 2,329 terdapat pada indikator ”Keluasan parkir area yang aman untuk kendaraan”.

Kepuasan Tamu

Merupakan perasaan senang/kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi dan kesan terhadap hasil produk dan harapannya. Berikut adalah deskriptif jawaban responden akan kepuasan tamu.

Tabel 4.7
Hasil Uji Deskriptif Kepuasan tamu

No	Pernyataan	Skor				Total	Mean	Kriteria
		1	2	3	4			
1	X2.1	3	12	35	105	552	3.561	Sangat Tinggi
2	X2.2	2	13	46	94	542	3.497	Sangat Tinggi
3	X2.3	2	13	39	101	549	3.542	Sangat Tinggi
4	X2.4	10	5	46	94	534	3.445	Sangat Tinggi
5	X2.5	11	4	55	85	524	3.381	Sangat Tinggi
6	X2.6	7	8	43	97	540	3.484	Sangat Tinggi
7	X2.7	9	12	74	60	495	3.194	Tinggi
8	X2.8	6	9	52	88	532	3.432	Sangat Tinggi
9	X2.9	6	10	61	78	521	3.361	Sangat Tinggi
Mean keseluruhan							3.433	Sangat Tinggi

Sumber : Lampiran

Pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi sebesar 3,561 terdapat pada pernyataan ”Pelayanan yang diberikan Hotel”. Sedangkan rata-rata terendah sebesar 3,194 pada indikator ”Menginap di Hotel Semesta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel”.

Tingkat Hunian (Occupancy)

Merupakan Perbandingan kamar yang terjual dibandingkan dengan total seluruh kamar yang available atau bisa dijual. Berikut adalah deskriptif jawaban responden akan tingkat occupancy, dimana tingkat occupancy terendah sebesar 13,54%, sedangkan tingkat occupancy tertinggi sebesar 100%.

Analisis Hasil dan Pengujian Hipotesis

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen atau kuesioner. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan valid apabila probabilitas hasil korelasi (ρ) lebih kecil dari 0,05 atau: $\rho < 0,05$

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Untuk Masing-Masing Indikator Pada Seluruh Variabel

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kualitas Layanan	X1.1	0.524	0.000	Valid
	X1.2	0.563	0.000	Valid
	X1.3	0.615	0.000	Valid
	X1.4	0.608	0.000	Valid
	X1.5	0.605	0.000	Valid
	X1.6	0.726	0.000	Valid
	X1.7	0.771	0.000	Valid
	X1.8	0.932	0.000	Valid
	X1.9	0.944	0.000	Valid
	X1.10	0.889	0.000	Valid
	X1.11	0.879	0.000	Valid
	X1.12	0.783	0.000	Valid
	X1.13	0.903	0.000	Valid
	X1.14	0.634	0.000	Valid
	X1.15	0.835	0.000	Valid
	X1.16	0.735	0.000	Valid
	X1.17	0.936	0.000	Valid

	X1.18	0.564	0.000	Valid
	X1.19	0.759	0.000	Valid
	X1.20	0.814	0.000	Valid
	X1.21	0.937	0.000	Valid
	X1.22	0.943	0.000	Valid
Kepuasan Tamu	X2.1	0.851	0.000	Valid
	X2.2	0.850	0.000	Valid
	X2.3	0.885	0.000	Valid
	X2.4	0.927	0.000	Valid
	X2.5	0.906	0.000	Valid
	X2.6	0.905	0.000	Valid
	X2.7	0.771	0.000	Valid
	X2.8	0.828	0.000	Valid
	X2.9	0.827	0.000	Valid

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Tabel 4.8 didapat probabilitas hasil korelasi (ρ) lebih kecil dari 0,05 atau: $\rho < 0,05$, maka item untuk masing-masing indikator pada seluruh variabel dinyatakan valid. Sedangkan untuk variable tingkat occupancy tidak diuji validitas

Uji Reliabilitas

Suatu instrumen (keseluruhan indikator) dianggap sudah cukup reliabel bilamana Alpha Cronbanch $> 0,6$, berikut ini berhitungan uji reliabilitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Penelitian

Variabel	Alpha Cronbanch	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,966	Reliabel
Kepuasan tamu	0,956	Reliabel

Sumber : Lampiran

Pada Tabel 4.9 nilai Alpha Cronbanch masing-masing variabel dinyatakan sudah reliable karena lebih besar dari 0,6, dengan demikian variabel sudah dinyatakan reliable dan selanjutnya dapat digunakan dalam penelitian

Analisis Model Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya digunakan alat untuk menganalisis data yaitu dengan menggunakan model regresi linier berganda. Hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan perangkat lunak komputer program SPSS diperoleh nilai konstanta dan koefisien-koefisien regresi sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.10

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Model 1

No.	Variabel	Koefisien Regresi	Standar error
1	(Constant)	0.784	0.937
2	Kualitas pelayanan	0.030	0.014
3	Kepuasan tamu	0.140	0.032
R = 0,784 R Square = 0,615 Adjusted R Square = 0,610			

Sumber : Lampiran 4

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Model 2

No.	Variabel	Koefisien Regresi	Standar error
1	(Constant)	0.568	0.321
2	Kualitas pelayanan	0.674	0.170
R = 0,776 R Square = 0,602 Adjusted R Square = 0,600			

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel 4.10 dan table 4.11 maka dapat diperoleh suatu persamaan regresi linier yaitu :

Persamaan 1

$$Y = 0,784 + 0,030X_1 + 0,140X_2$$

Persamaan 2

$$Y = 0,568 + 0,674X_1$$

Dari persamaan regresi 1 diketahui besarnya pengaruh kualitas layanan dan kepuasan tamu terhadap tingkat occupancy. Pengaruh yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara kualitas layanan dan kepuasan tamu dengan tingkat occupancy serta sebaliknya bila negatif maka menunjukkan bahwa tingkat occupancy akan berubah tidak searah dengan kualitas layanan dan kepuasan tamu. Nilai konstanta regresi (b_0) = 0,784 mempunyai arti yaitu jika nilai X_1 , $X_2 = 0$ maka garis persamaan regresi tersebut memotong di sumbu $Y = 0,784$. Dengan pengertian bahwa jika kualitas layanan dan kepuasan tamu sama dengan nol maka tingkat occupancy akan sebesar 0,784.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan dan kepuasan tamu terhadap tingkat occupancy dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien regresi.

Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,030 mempunyai arti yaitu jika kualitas layanan berubah sebesar 1 satuan dengan anggapan variabel lain tetap maka akan diikuti oleh perubahan tingkat occupancy (Y) sebesar 3,0% dengan arah yang sama atau tingkat occupancy akan bertambah sebesar 3,0 %.

Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,140 mempunyai arti yaitu jika kepuasan tamu (X_2) berubah sebesar 1 satuan dengan anggapan variabel lain tetap maka akan diikuti oleh perubahan tingkat occupancy (Y) sebesar 14,0 % dengan arah yang sama atau tingkat occupancy akan bertambah sebesar 14,0 %.

Dari persamaan regresi 2 diketahui besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan tamu. Pengaruh yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara kualitas layanan dengan kepuasan tamu serta sebaliknya bila negatif maka menunjukkan bahwa kepuasan tamu akan berubah tidak searah dengan kualitas layanan. Nilai konstanta regresi (b_0) = 0,568 mempunyai arti yaitu jika nilai $X_1 = 0$ maka garis persamaan regresi tersebut memotong di sumbu $Y = 0,568$. Dengan pengertian bahwa jika kualitas layanan sama dengan nol maka kepuasan tamu akan sebesar 0,568.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan terhadap kepuasan tamu dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien regresi.

Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,674 mempunyai arti yaitu jika kualitas layanan berubah sebesar 1 satuan dengan anggapan variabel lain tetap maka akan diikuti oleh perubahan kepuasan tamu sebesar 67,4% dengan arah yang sama atau kepuasan tamu akan bertambah sebesar 67,4 %.

Koefisien Korelasi dan Determinasi Berganda

Persamaan 1

Berdasarkan Tabel 4.10 untuk mengetahui seberapa besar variable tergantung dapat dijelaskan oleh variable bebas maka dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi R² (R square) yaitu sebesar 0,615, menunjukkan bahwa sekitar 61,5% tingkat occupancy dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan kepuasan tamu. Sedangkan sisanya sebesar 38,5% dipengaruhi oleh variable lain di luar persamaan (model regresi).

Adjusted R Square atau dikenal juga sebagai R² yang telah disesuaikan adalah R² yang telah dibebaskan dari pengaruh derajat bebas. Hal ini berarti bahwa R² benar-benar menunjukkan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan dan kepuasan tamu terhadap variabel tergantung (Y). Adjusted R² diperoleh 0,610, berarti pengaruh sesungguhnya variabel bebas terhadap variabel tergantung adalah sebesar 61,0%, sedangkan sisanya sebesar 39,0% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Koefisien korelasi (R) merupakan ukuran kedua yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan suatu variable dengan variable yang lain. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,784, berarti keeratan hubungan antara tingkat occupancy dengan kualitas layanan dan kepuasan tamu adalah sebesar 0,784.

Persamaan 2

Berdasarkan Tabel 4.11 untuk mengetahui seberapa besar variable tergantung dapat dijelaskan oleh variable bebas maka dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi R² (R square) yaitu sebesar 0,776, menunjukkan bahwa sekitar 77,6% kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh kualitas layanan. Sedangkan sisanya sebesar 22,4% dipengaruhi oleh variable lain di luar persamaan (model regresi).

Adjusted R Square atau dikenal juga sebagai R² yang telah disesuaikan adalah R² yang telah dibebaskan dari pengaruh derajat bebas. Hal ini berarti bahwa R² benar-benar menunjukkan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan terhadap variabel tergantung (Y). Adjusted R² diperoleh 0,602, berarti pengaruh sesungguhnya variabel bebas terhadap variabel tergantung adalah sebesar 60,2%, sedangkan sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Koefisien korelasi (R) merupakan ukuran kedua yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan suatu variable dengan variable yang lain. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,776, berarti keeratan hubungan antara kepuasan tamu dengan kualitas layanan adalah sebesar 0,776

Uji Hipotesis

Uji F

Uji F digunakan untuk melihat adanya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS Release 20.0 for windows diketahui hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Perhitungan Uji F Model 1

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6.169	2	3.084	121.429	0.000
Residual	3.860	152	0.025		
Total	10.028	154			

Sumber : Lampiran 4

Tabel 4.13
Hasil Perhitungan Uji F Model 2

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3347.451	1	3347.451	231.863	0.000
Residual	2208.898	153	14.437		
Total	5556.348	154			

Sumber : Lampiran 4

Persamaan 1

Berdasarkan Tabel 4.12 dari hasil perhitungan SPSS Release 20.0 for windows diketahui hasil Fhitung sebesar 121,429 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan dan kepuasan tamu secara bersama-sama dengan variabel tergantung tingkat occupancy diterima.

Persamaan 2

Berdasarkan Tabel 4.13 Dari hasil perhitungan SPSS Release 20.0 for windows diketahui hasil Fhitung sebesar 231,863 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan secara bersama-sama dengan variabel tergantung kepuasan tamu diterima.

Uji t

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS Release 20.0 for windows diketahui hasil uji t dari masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.14
 Hasil Perhitungan Uji t Model 1

Variabel	t hitung	Signifikan	Keterangan
Kualitas layanan	2.205	0.029	Berpengaruh
Kepuasan tamu	4.414	0.000	Berpengaruh
Variable terikat	Tingkat occupancy		

Sumber : Lampiran 4

Tabel 4.15
 Hasil Perhitungan Uji t Model 2

Variabel	t hitung	Signifikan	Keterangan
Kualitas layanan	3.962	0.000	Berpengaruh
Variable terikat	Kepuasan tamu		

Sumber : Lampiran 4

Pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap tingkat occupancy

Berdasarkan Tabel 4.14 didapatkan nilai t hitung sebesar 2,205 dengan nilai signifikan sebesar 0,029 (lebih kecil dari 0,05), hal ini berarti kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat occupancy, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap tingkat occupancy.

Pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap tingkat occupancy

Berdasarkan Tabel 4.14 didapatkan nilai t hitung sebesar 4,414 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), hal ini berarti kepuasan tamu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat occupancy, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan tamu mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap tingkat occupancy.

Pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap kepuasan tamu

Berdasarkan Tabel 4.15 didapatkan nilai t hitung sebesar 3,962 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), hal ini berarti kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan tamu.

PEMBAHASAN

Berikut akan di bahas satu per satu variabel berdasarkan kajian teori dan fenomena :

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap tingkat occupancy

Berdasarkan hasil perhitungan didapat bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih suatu pelayanan sangat diperhatikan oleh hotel. Kesalahan memahami perilaku pelanggan merupakan awal dari kegagalan di dalam melakukan kegiatan pemasaran dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Disebabkan kualitas layanan yang diberikan Hotel dapat mengakibatkan penurunan kepuasan pelanggan dan oleh sebab itu peningkatan kualitas pelayanan sangat diutamakan. Menurut Lupiyoadi (2001:158) kualitas layanan terutama untuk industri jasa sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal ini bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan. Apabila konsumen merasa puas, maka besar kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang, selanjutnya kecenderungan mereka akan memberikan referensi yang baik kepada orang lain.

Secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan "Pelayanan yang diberikan Hotel". Sedangkan rata-rata terendah pada indikator "Menginap di Hotel Semesta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel".

Pengaruh kepuasan tamu terhadap tingkat occupancy

Berdasarkan hasil perhitungan didapat bahwa kepuasan tamu berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini dimana Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan apa yang sudah diperoleh kepada orang lain melalui mulut ke mulut (word-of-mouth recommendations). Sebaliknya pelanggan yang tidak puas dengan kualitas layanan akan membuat yang bersangkutan tidak melakukan pembelian di masa datang atau berpindah ke produk dan layanan lain. Akibat yang lebih buruk lagi adalah jika dia menceritakan hal ini pada orang lain sehingga dapat mempengaruhi dan merusak citra produk atau layanan.

Secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi sebesar 3,561 terdapat pada pernyataan "Pelayanan yang diberikan Hotel". Sedangkan rata-rata terendah sebesar 3,194 pada indikator "Menginap di Hotel Semesta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel".

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan tamu

Berdasarkan hasil uji t diperoleh keterangan bahwa variabel Kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan Hotel "Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel" Batu Malang.. Pelayanan merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam usaha perhotelan, pelayanan yang baik membuat para pengunjung merasa betah menginap di hotel "Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel" Batu Malang. Karyawan hotel dituntut untuk cepat tanggap dalam memenuhi apa yang diinginkan oleh pengunjung hotel. Hal yang tidak boleh

dilupakan oleh para karyawan hotel adalah memberikan senyum ramah kepada para pengunjung sebagai wujud rasa empati mereka. Kesan pertama pengunjung pada pelayanan hotel sangat menentukan kepuasan pengunjung. Hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang, tentunya punya prosedur standart pelayanan kepada konsumen. Karyawan beserta seluruh staff hotel harus memberikan rasa aman dan rasa nyaman kepada para pengunjung, senantiasa menjaga suasana yang tenang dilingkungan sekitar hotel merupakan bentuk pelayanan yang baik kepada para pengunjung karena pada dasarnya pengunjung hotel membutuhkan ketenangan didalam hotel. Secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan ”Pelayanan yang diberikan Hotel”. Sedangkan rata-rata terendah pada indikator ”Menginap di Hotel Semesta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel”.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dikemukakan dapat diambil kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang telah ditetapkan. Adapun kesimpulan yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

- 1 Karakteristik responden terdiri dari jenis kelamin wanita yaitu sebanyak 113 orang (72,90%), sedangkan pria sebanyak 42 orang (27,10). Berusia antara 17 Sampai 21 tahun sebanyak 51 orang (32,90%). Sebagian besar responden yaitu berpendidikan Diploma 3 yaitu sebanyak 93 orang (60,00%). Sebagian besar responden yaitu pekerjaannya adalah pegawai swasta sebanyak 44 orang (28,39%).
- 2 Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat hunian, hal ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih suatu pelayanan sangat diperhatikan oleh hotel. Secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan ”Pelayanan yang diberikan Hotel”. Sedangkan rata-rata terendah pada indikator ”Menginap di Hotel serta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel”.
- 3 Kepuasan tamu berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini dimana Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan apa yang sudah diperoleh kepada orang lain melalui mulut ke mulut (word-of-mouth recommendations). Secara keseluruhan jawaban untuk kepuasan tamu termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk rata-rata tertinggi sebesar 3,561 terdapat pada pernyataan ”Pelayanan yang diberikan Hotel”. Sedangkan rata-rata terendah sebesar 3,194 pada indikator ”Menginap di Hotel Semesta apa yang akan anda katakan pada teman saudara dan kolega anda tentang hotel”.
- 4 Kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan Hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang.. Pelayanan merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam usaha perhotelan, pelayanan yang baik membuat para pengunjung merasa betah menginap di hotel “Kusuma Agrowisata Resort and Convention Hotel” Batu Malang.

- 5 Terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan dan kepuasan tamu ($\beta = 0,784$). Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas layanan terhadap tingkat hunian sebesar 0,029 (lebih kecil dari 0,05). Terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan tamu dengan tingkat hunian sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05).
- 6 Dominan faktor yang mempengaruhi faktor Kualitas Layanan terhadap Tingkat Hunian.

Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi Teoritis

Kesimpulan yang dihasilkan oleh penelitian ini membawa beberapa implikasi teoritis sebagai berikut :

- 1 Ukuran kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.
- 2 Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira (Kotler dan Armstrong, 2001:9) Pelayanan yang baik akan dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain (Tjiptono, 2002:58).

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, variabel store image, ekspektasi pelanggan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga implikasi manajerial adalah sebagai berikut :

- 1 Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih satu pelayanan sangat diperhatikan oleh hotel. Pihak manajemen harus memperhatikan layanan yang baik, sehingga nantinya pelanggan akan menginap kembali.
- 2 Kepuasan tamu berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini dimana Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan apa yang sudah diperoleh kepada orang lain melalui mulut ke mulut (word-of-mouth recommendations), pihak manajemen harus memperhatikan kepuasan pelanggan, sehingga nantinya konsumen akan menginap kembali ke hotel tersebut.

Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi Teoritis

Kesimpulan yang dihasilkan oleh penelitian ini membawa beberapa implikasi teoretis sebagai berikut :

- 1 Ukuran kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.

2. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira (Kotler dan Armstrong, 2001:9) Pelayanan yang baik akan dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain (Tjiptono, 2002:58).

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, variabel store image, ekspektasi pelanggan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga implikasi manajerial adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih suatu pelayanan sangat diperhatikan oleh hotel. Pihak manajemen harus memperhatikan layanan yang baik, sehingga nantinya pelanggan akan menginap kembali.
2. Kepuasan tamu berpengaruh terhadap tingkat occupancy, hal ini dimana Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan apa yang sudah diperoleh kepada orang lain melalui mulut ke mulut (word-of-mouth recommendations), pihak manajemen harus memperhatikan kepuasan pelanggan, sehingga nantinya konsumen akan menginap kembali ke hotel tersebut

Saran

Bagi manajemen, indikator-indikator yang rendah atau peluang ditingkatkan di setiap variabelnya yang meliputi kualitas layanan parkir hotel yang kurang aman dan nyaman, diperlukan area parkir terpusat dan terpadu yang dapat dikontrol dengan cepat dan mudah dengan sistem pelayanan parkir elektronik, parking allotment system dan parking basement untuk cctv dan pengawasan kendaraan tamu 24 jam, keramahan sikap karyawan dalam pelayanan terus ditingkatkan, karena kepuasan tamu yang memenuhi tingkat harapan tamu sangat penting melalui tindakan manajemen yang dapat berimplikasi positif seperti cross training karyawan, reward, ataupun kegiatan gathering karyawan untuk memupuk solidaritas intern perusahaan guna membangun character building staf.

Bagi peneliti, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai variabel kualitas layanan dan kepuasan tamu terhadap tingkat hunian dihubungkan dengan hasil angket di lapangan yang berpeluang ditingkatkan dari tinggi atau rendahnya nilai dari indikator-indikator tangible, empathy, reliability, responsiveness dan assurance.

DAFTAR RUJUKAN

- Adimingsih, Sri, (1993) Statistik, Edisi Pertama, cetakan I, BPFE, Yogyakarta.
- Ahmadi, Edi, (1991), Pariwisata dan Strategi Pemasaran Hotel Pada Daerah Wisata Lombok, Program MM, Unair, Surabaya.
- Anderson, EWC Fornell dan DR. Lehmann (1994) Customer Satisfaction, Market Share and Profitability, *Journal of Marketing*, Vol. 58, July p. 53-66.
- Andorka, Frank H. Jr. (1998) Crowne Survey Business Travellers Trends, *Journal Hotel And Motel Management*, Vol: 213 p. 4-14.
- Arikunto, Suharsimi, (1993) Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Baggs, Scott C, dan Brian H. Kleiner, (1996) How to measure customer service effectively, *Managing Service Quality*, Vol. 6, No. 1, 36-39.
- Bitner, Booms and Mohr, (1994) Critical Service Encounters: The employee's Viewpoint *Journal of Marketing*, Oktober pp. 95 – 106.
- Bowen, John T, Shoemaker, Stowe (1998) Loyalty: A Strategic Commitment, *Journal Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol: 39 p. 12 – 25.
- Callan, Roger J, (1998) Attributional Analysis of Customer's Hotel Selection Criteria by U.K. Grading Scheme Categories, *Journal of Travel Research*, Vol. 36, p. 20 -34.
- Cronin, JJ, Michael K Brandy and Thomas Hult (2000) Assesing The Effects of Quality, Value and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral intention in Service Quality Invironments, *Journal of Retailing*, vol. 76, 193 – 218.
- Dabholkar, PA dan C. David Shepherd (1996) A Comprehensive Framework for Service Quality: an Investigation of Critical Conceptual and Measurement Issues Through a Longitudinal Study, *Journal of Retailing*, Vol. 76, No. 2, 139.
- Diyak, Mulaleha, (1995), Pengembangan Pariwisata, *Majalah Usahawan*, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Djarwanto, PS, (1996), Mengenal Beberapa Uji Statistik Dalam penelitian, Liberty, Yogyakarta.
- Engel, James F, Ronger D. Blackwell and Paul W. Miniard (1996), *Consumer Behavior*, Fifth Edition, The Dryden Press, Chicgo.
- Ghobardian, Abby, Simon Speller, S, and Matthew Jones (1994), Service Quality Concept And Model, *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 11, No.9, p. 43 – 66.
- Gronroos, Christian (1998), Marketing services: The Case of a missing Product, *Journal Of Business & Industrial Marketing*, Vol. 13, No. 4/5, 322 – 338.

- Groth, John C, and Richard T. Dye (1999), Service Quality, Precieved Value, Expectation Shortfalls and Bonuses, *Managing Service Quality*, Vol. 9, N0. 4, 274 – 285.
- Hutabarat, Jemsly (2000), Visi Kualitas Jasa; Membahagiakan Pelanggan” Kunci Sukses Bisnis Jasa, *Manajemen & Usahawan Indonesia*, Vol. 26, No,5.
- (1997), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I, Prenhallio, Jakarta.
- (1997), *Manajemen pemasaran, Analisis, perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid II, Prenhallio, Jakarta.
- Loudon, David L;, and Albert J. Della Bitta (1984), *Consumer Behavior, Concept and Application*, Mc. Graw Hil, New York.
- Mustika Widowati (1998), Analisis faktor-faktor Startegic yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan dan Kinerja Industri Perbankan di Indonesia, Tesis, Universitas Gajah, Yogyakarta.
- Pandit, Nyoman S. (1995), Mata rantai pendukung pariwisata, *Majalah Property Indonesia*, November 1995.
- Putra, Ida Bagus U. (1994), Faktor Analisis Atas Variabel-variabel yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Untuk Menginap di Shanti Village Beach Hotel, Tesis, Unair, Surabaya.
- Schiffmant, LeonG. And LL. Kanuk (1994), *Consumer Behavior, Fifth Edition*, Prentice Hall Int, New Jersey.
- Shemwell DJ, Ugur Yavas, dan Zeynep Bilgin (1998), Customer Service provider Relationship; an empirical tes of a model of service quality, satisfaction and Relationship-oriented outcome, *International of Service Industry Management*, Vol. 9, No. 2, 155 – 168.
- Soekadijo RG, (1996), *Anatomi Pariwisata*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Suhartanto, Dwi (2000), Efek kualitas pelayanan terhadap perilaku konsumen, *Jema*, Vol. 19, No. 7.
- Sulastiono A(1999), *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Alfabeta, Bandung.
- Swasta, Basu, DH. Irawan,(1990), *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Yogyakarta.
- Tjipto, Fandy (1995), *Strategi Bersaing, Andi Ofset*, Yogyakarta.
- Umar, Husein (1999), *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran, Dilengkapi dengan 8 Bahasan Komprehensif Kasus Pemasaran* PT. Gramedia. Pustaka Utama, Jakarta.

**STUDI PERBANDINGAN FERMENTASI PRODUK TAPE PISANG KEPOK KUNING
(MUSA PARADISIACA L.) DAN PISANG TANDUK (MUSA CORNICULATA LOUR
BERDASARKAN TINGKAT KESUKAAN MASYARAKAT**

HARDHITA KUSDHARYANTO
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit
Email: jokotole.keraton@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan dari kedua produk fermentasi tape pisang yaitu pisang kepok kuning dan pisang tanduk. manfaat dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan penganekaragaman produk tape dengan bahan dasar dari pisang, sebagai bahan informasi dan pengetahuan mengenai pembuatan tape pisang.

Jenis penelitian ini adalah metode komparatif. Perlakuan pada penelitian ini adalah penggunaan 2 jenis pisang yaitu tape pisang kepok kuning dan pisang tanduk dengan masing-masing berat 1 kg dengan jumlah ragi 5 gram dengan lama penyimpanan 48 jam.

Metode pengumpulan data ini menggunakan kuesioner dan literatur. Data diperoleh dari panelis tidak terlatih.

Pada penelitian ini hasil didapatkan dari respon organoleptik melalui rasa aroma, warna dan tekstur yang paling disukai yaitu tape pisang tanduk dengan warna kuning, rasa manis, dan tekstur lunak. Sedangkan aroma yang disukai responden adalah tape pisang kepok kuning.

Kata kunci: Tape Pisang, pisang kepok kuning, pisang tanduk, perbandingan tape.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the comparison of the two products of banana tape fermented namely kepok yellow banana and tanduk banana . the benefit of this research is to alert the diversification of products with the basic ingredients of bananas, as an information material and knowledge of banana tape manufacturing.

This type of research is a comparative method. The treatment in this research is the use of 2 types of kepok yellow bananas and tanduk banana with each weight of 1 kg with yeast 5 grams and 48 hours storage duration. This data completion method uses questionnaires and literature. The data obtained from the trained panelis.

In this study the findings of the organoleptic response through the taste of aroma, color and texture of the most preferred is the tanduk banana tape with yellow, sweet taste, and soft texture. While the aroma is a banana fruit is a kepok yellow banana.

Keywords: *Tape banana, yellow banana, tanduk banana, diversification of tape*

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG MASALAH

Negara Indonesia dikenal sebagai negara agraris dan beriklim tropis, sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Salah satu hasil dari pertanian yang melimpah dan beraneka ragam yaitu buah-buahan, diantaranya pisang. Jenis tanaman ini sangat mudah ditemukan di berbagai tempat. Pisang merupakan salah satu tanaman hortikultural yang paling penting di dunia karena potensi produksinya yang cukup besar. Pisang sejak lama telah dikenal sebagai buah yang sehat dan berkhasiat bagi kesehatan (Astawan, 2004).

Pisang telah lama dikenal oleh masyarakat Indonesia terbukti dari seringnya pohon pisang digunakan sebagai perlambang dalam berbagai acara adat. Buah pisang pada umumnya dikonsumsi langsung dalam bentuk sebagai buah segar, tetapi buah pisang dapat diolah dalam keadaan mentah maupun matang. Pisang adalah salah satu buah yang digunakan oleh sebagian besar penduduk dunia. Rasanya enak kandungan gizinya tinggi, mudah didapat dan harganya relatif murah (Suyanti, 1994). Sentral produksi pisang di Indonesia adalah Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Jambi, Sumatera Selatan, Lampung, Kalimantan, Sulawesi, Maluku, Bali dan Nusa Tenggara Barat.

Secara umum jenis pisang yang dapat dimakan dibagi 3 (tiga) bagian besar yaitu :

- a. Pisang Raja (*Musa Parasicliaca* Var) seperti pisang ambon, pisang mas, pisang barangan, pisang raja sere dll.
- b. Pisang Olahan seperti pisang tanduk, pisang kapas, pisang kepok, pisang nangka.
- c. Pisang yang berbiji seperti pisang batu/pisang bentuk biasanya digunakan sebagai penyedap rasa atau paling sering dipakai untuk membuat rujak (Suyanti, 1994).

Pisang mempunyai banyak manfaat seperti sumber kekuatan tenaga, buah pisang dapat juga menyembuhkan penyakit seperti penderita anemia, menurunkan tekanan darah, untuk membantu diet, menetralkan asam lambung, penyakit usus dan perut, untuk penderita lever, penyakit diabetes, penyakit polio dan dapat membantu melawan penyakit campak/cacar air dan lain sebagainya, pisang sangat baik dikonsumsi setiap hari, dengan memakan 2 buah dalam sehari dapat menyehatkan tubuh, karena kandungan gizi di dalam pisang sangat baik untuk kesehatan tubuh kita.

Tape pisang adalah tape yang dibuat dari pisang yang difermentasi. Tape pisang juga dijadikan sebagai salah satu jajanan oleh-oleh khas yang berasal dari Kabupaten Lumajang, Jember dan

sekitarnya yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Jenis pisang yang digunakan pada produk tape pisang sebagai oleh-oleh adalah pisang kapok.

Berdasarkan latar belakang tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dan mengangkatnya dalam bentuk tugas akhir dengan judul “Studi Perbandingan Fermentasi Produk Tape Pisang Kepok Kuning (*Musa Paradisiaca* L.) dan Pisang Tanduk (*Musa Corniculata* Lour) Berdasarkan Tingkat Kesukaan Masyarakat”.

PERUMUSAN MASALAH

Perumusan masalah dari latar belakang belakang diatas adalah:

- a. Apakah ada perbedaan pada fermentasi produk tape pisang yang berasal dari pisang kepok kuning dan pisang tanduk ditinjau dari tingkat aroma, rasa, tekstur, dan warna?
- b. Bagaimana tingkat kesukaan masyarakat terhadap produk tape pisang dengan bahan dasar pisang kepok kuning dan pisang tanduk ditinjau dari tingkat aroma, rasa, tekstur dan warna?

BATASAN MASALAH

- a. Membatasi penelitian dari perbedaan fermentasi produk tape pisang yang berasal dari pisang kepok kuning dan pisang tanduk ditinjau dari tingkat aroma, rasa, tekstur, dan warna dari proses pembuatan sampai produk jadi.
- b. Mengidentifikasi tingkat kesukaan masyarakat terhadap produk tape pisang dengan bahan dasar pisang kepok kuning dan pisang tanduk ditinjau dari tingkat aroma, rasa, tekstur dan warna.

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari rumusan masalah diatas adalah:

- a. Untuk mengetahui perbedaan dari fermentasi produk tape pisang yang berbeda ditinjau dari aspek rasa, aroma, tekstur dan warna.
- b. Untuk mengetahui tingkat kesukaan masyarakat terhadap produk tape pisang yang berbeda jenisnya ditinjau dari aspek rasa, aroma, tekstur dan warna.

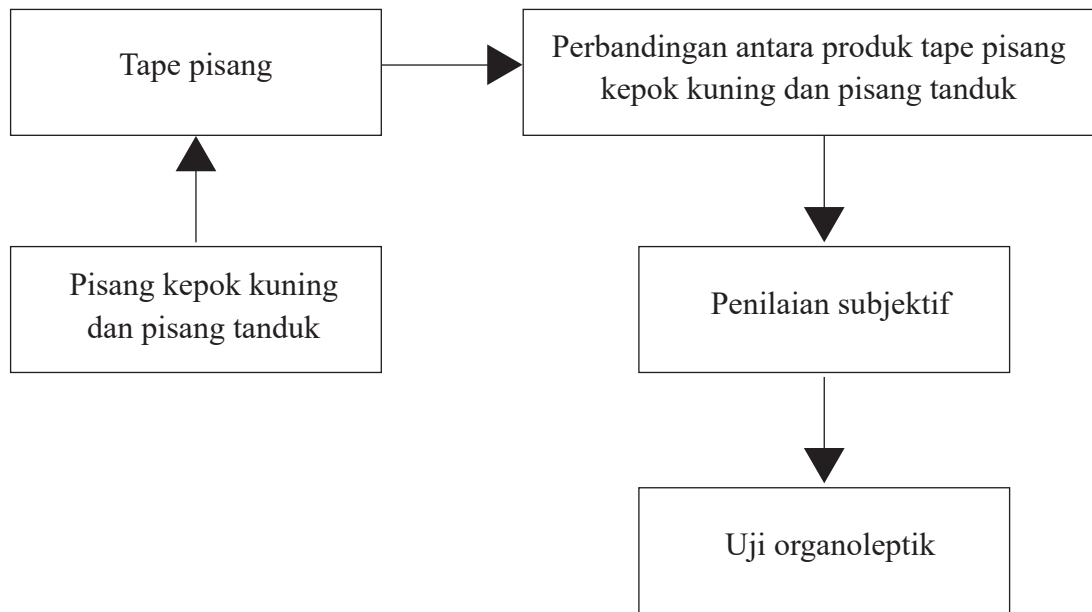
MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang dapat diambil adalah:

- a. Memberikan pengetahuan terhadap mahasiswa Akademi Pariwisata Majapahit tentang penggunaan pisang yaitu pisang kepok kuning dan pisang tanduk sebagai bahan dasar pembuatan tape pisang.
- b. Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai cara pengolahan yang benar yaitu olahan tape pisang yang berbeda jenis.
- c. Dapat dijadikan referensi sebagai masukan kepada petani pisang mengenai adanya variasi produk pangan yang berasal dari pisang.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Kerangka pemikiran teoritis pada penelitian “Perbedaan Kualitas Tape Pisang Kepok Kuning dan Tape Pisang Tanduk” adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Jenis dan desain penelitian terdiri dari deskriptif, komparatif dan asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipakai untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, untuk menunjukkan hubungan antar variabel dan ada pula yang bersifat mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendeskripsikan banyak hal (Subana dan Sudrajat, 2005).

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Siregar, 2013).

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. data primer
- b. data sekunder.

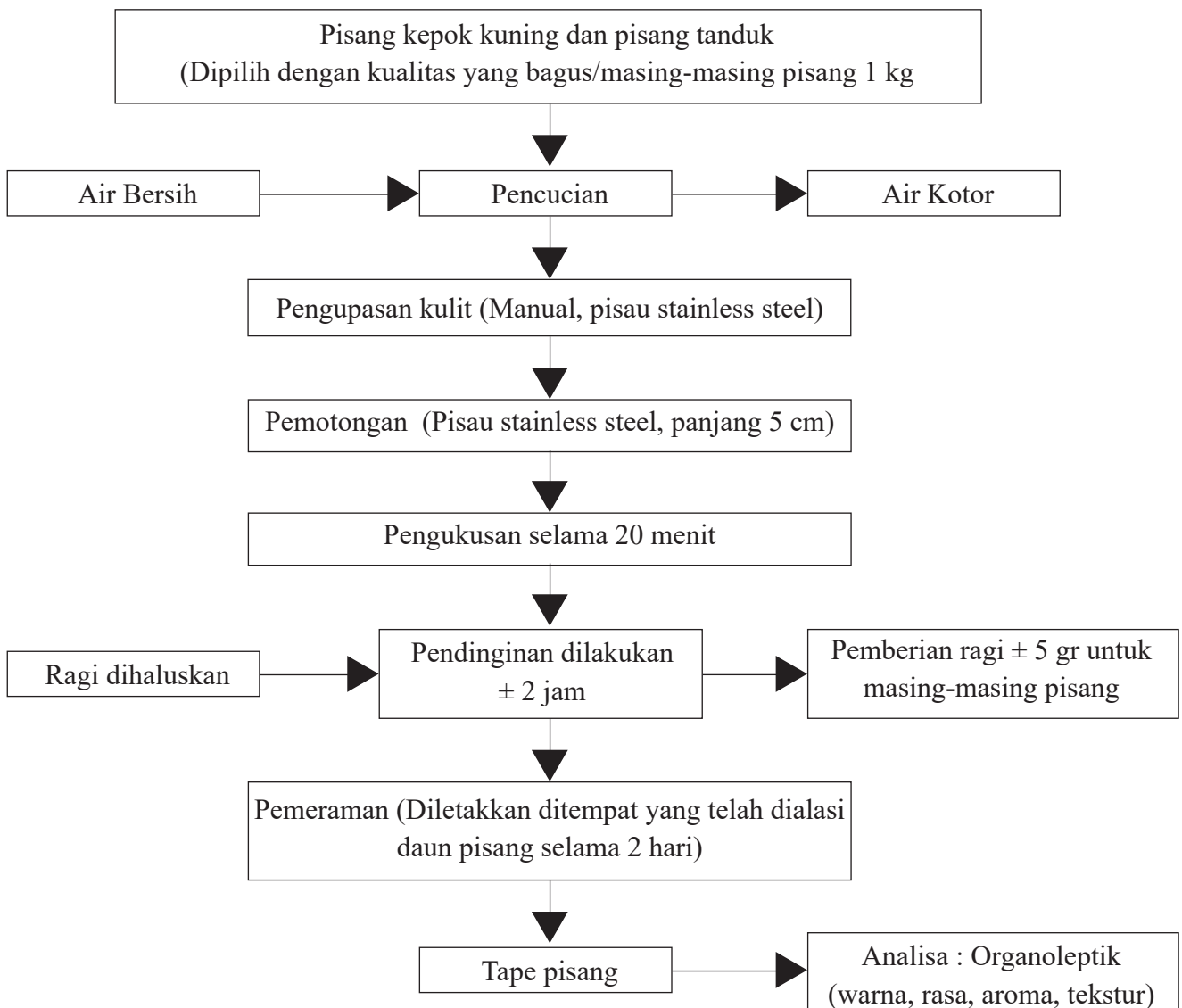
Alat dan Bahan

Pada penelitian ini ada beberapa tahap-tahap yang harus diperhatikan sebelum memulai proses pembuatan tape pisang, yaitu:

- a. Tahap persiapan:
 - a) Persiapan alat
 - b) Persiapan bahan
 - c) Persiapan penimbangan bahan
- b. Tahap pelaksanaan

Ada beberapa tahap yaitu sebagai berikut.

 - 1 Tahap pembuatan tape pisang



Gambar 1. 2 Diagram Alir Proses Pembuatan Tape Pisang

2 Tahap penyelesaian

Teknik Pengumpulan Data

- a. Kuesioner
- b. Literatur

Variabel, Definisi Konsep, dan Definisi Operasional

Variabel

- a. Variabel bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2008). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan jenis pisang yang berbeda untuk dijadikan tape pisang.

- b. Variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2008). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah uji organoleptik tape pisang dilihat dari aspek rasa, warna, aroma dan tekstur. Tingkat kesukaan masyarakat dari tape pisang tersebut.

Definisi Konsep dan Definisi Operasional

Tabel 1. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
Analisis sensori/ organoleptik	Analisis sensori adalah suatu proses identifikasi pengukuran ilmiah, analisis dan interpretasi atribut-atribut produk melalui lima panca indramanusia : indra penglihatan, penciuman, peraba, pencicipan, dan pendengaran (Setyaningsih, dkk 2010).	Warna	Rating scale
		Aroma	Rating scale
		Tekstur	Rating scale
		Rasa	Rating scale

TINJAUAN UMUM

Deskripsi Objek Penelitian

Tinjauan Buah Pisang

Tabel 2. 1 Kandungan Gizi Buah Pisang/100 gram

Komposisi	Senyawa
Energi (Kkal)	91.00
Air (g)	63.00
Karbohidrat (g)	24.30
Protein (g)	0.80
Lemak (g)	0.10
Ca (mg)	7.00
Mg (mg)	33.00
P (mg)	35.00
Fe (mg)	0.50
Cu (mg)	0.16
B karoten ekuivalen (μg)	0.03-1.20
Vitamin B1(mg)	0.05
Vitamin B2 (mg)	0.05
Vitamin B6(mg)	0.07
Vitamin C (mg)	20.00
Asampantotenat (mg)	0.37
Asam folat (mg)	0.16
Serotonin (mg)	45.00

Sumber : Aurore et al (2009)

Teori Pengertian Tape

Tape adalah salah satu makanan tradisional Indonesia yang dihasilkan dari proses fermentasi bahan pangan berkarbohidrat atau sumber pati, yang melibatkan ragi di dalam proses pembuatannya (Astawan dan Mita, 1991).

Teori Fermentasi Tape

Proses fermentasi yang berlangsung selama pembuatan tape terdiri dari empat tahap penguraian, yaitu molekul-molekul pati akan dipecah menjadi dekstrin dan gula-gula sederhana, merupakan proses hidrolisis enzimatik, lalu gula-gula yang terbentuk akan diubah menjadi alkohol, alkohol akan diubah menjadi asam-asam organik oleh bakteri *Pediococcus* dan *Acetobacter* melalui proses oksidasi alkohol, dan sebagian asam organik akan bereaksi dengan alkohol membentuk cita rasa tape yaitu (Ester, Hesseltine, 1979).

Tape Pisang

Menurut (Winarno,1984) suatu bahan disebut tape apabila bahan yang telah diragikan berubah menjadi lebih lunak, rasa manis keasam-asaman dan berbau alkohol

Tinjauan bahan

a. Pisang kepok (*Musa paradisiaca* L.)

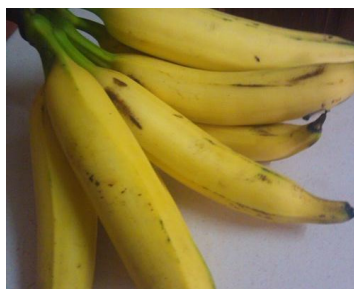
Pisang ini memiliki ukuran buah yang kecil dengan panjang buah 10–12 cm dengan berat per buah 80–120 g. Kulit buah pisang kepok sangat tebal dengan warna kulitnya kuning kehijauan, sering bernoda cokelat, dan rasa daging buahnya manis (Widyastuti dan Paimin, 1993).



Gambar 2. 1 Pisang Kepok

b. Pisang tanduk (*Musa corniculata* Lour)

Pisang tanduk adalah salah satu kultivar pisang yang populer di Indonesia sebagai bahan dasar pisang goreng. Pohon pisang tanduk mempunyai tinggi batang 2,5-3 m dengan warna hijau kemerahan. Daunnya berwarna hijau tua. Panjang tandan 60-100 cm dengan berat 15-30 kg. setiap tandan terdiri dari 8-13 sisir dan setiap sisirnya ada 12-22 buah. Daging buah dari pisang ini putih kekuningan, rasanya manis agak asam, dan lunak.



Gambar 2. 2 Pisang Tanduk

c. Ragi

Ragi tape merupakan inokulum yang digunakan dalam pembuatan tape, terbuat dari bahan dasar tepung beras yang dibentuk bulat pipih dengan diameter 2-3cm (Prof. DR.Ir. Made Astawan, 2009). Jumlah ragi atau starter yang digunakan mempengaruhi proses fermentasi tape, apabila jumlah ragi terlalu sedikit maka menghambat mikroorganisme yang berperan dalam proses fermentasi tape, sedangkan jumlah ragi yang terlalu banyak justru akan memperlambat proses fermentasi tape (Astawan dan Mita, 1991).

Pembuatan Tape Pisang

Pembuatan tape pisang melalui beberapa tahapan yaitu:

a. Pemilihan pisang

Pisang merupakan bahan baku yang akan digunakan dalam pembuatan tape pisang. Tingkat kematangan juga mempengaruhi komposisi kimia daging pisang seperti kadar pati, kadar gula reduksi, kadar sukrosa dan suhu gelatinisasi pati. Mutu buah pisang ditentukan dari derajat ketuaan, kebersihan, bentuk, ada tidaknya buah dempet atau buah yang lepas, serta terkena hama atau penyakit (BPTP, 2011).

Tape pisang yang akan dibuat merupakan tape pisang dari 2 jenis pisang yang berbeda yaitu pisang kepok kuning dan pisang tanduk. Pisang yang digunakan adalah pisang yang tua dan setengah masak, warna kekuningan, utuh, segar, tidak busuk, dan beraroma khas pisang.

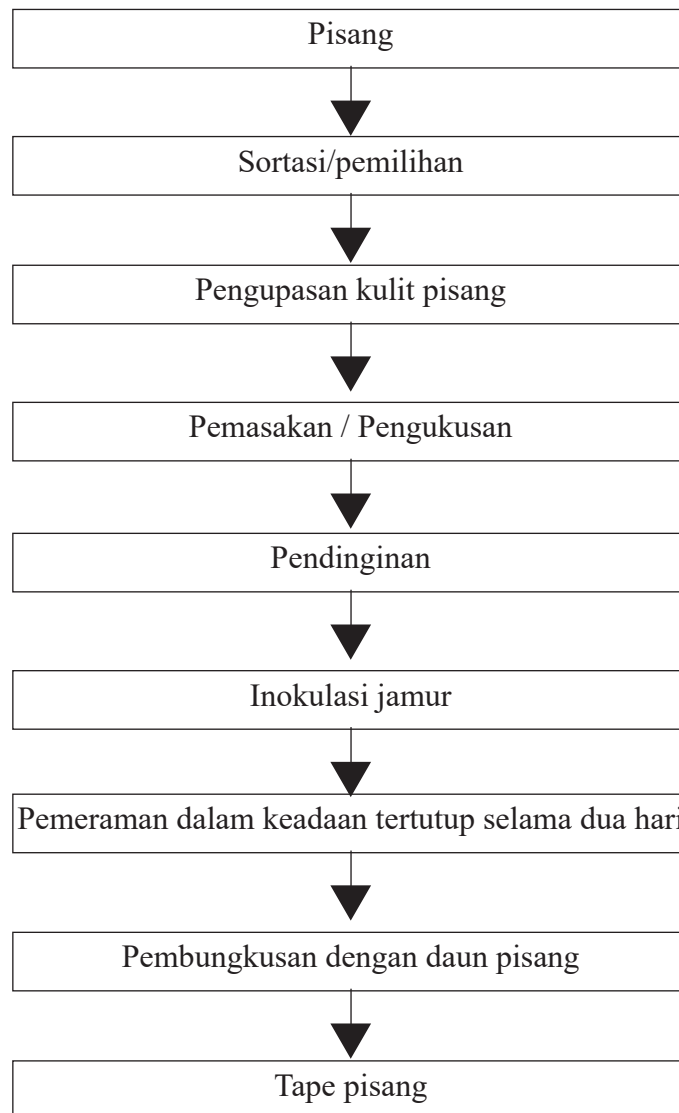
b. Pembuatan tape

Tape umumnya terbuat dari ketan ataupun singkong, tapi dalam percobaan ini penulis membuat tape yang berbahan dasar dari pisang. Resep yang digunakan dalam pembuatan tape pisang dapat dilihat dari tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. 2 Formula Tape Pisang

No	Nama Bahan	Berat
1	Pisang	1 kg pisang dengan kulitnya (pisang kepok kuning dan pisang tanduk)
2	Ragi	5 gram
3	Daun pisang (pembungkus tape)	Secukupnya

Gambar 2. 3 Diagram Alir Proses Pembuatan Tape Pisang



Proses pembuatan tape pisang pada dasarnya meliputi sortasi (pemilihan), pengupasan, pemasakan, pendinginan, inokulasi jamur, pembungkusan, pemeraman (fermentasi), menurut (Ani Suryani, dkk 2004).

- 1) Sortasi (pemilihan)
- 2) Pengupasan
- 3) Pemasakan
- 4) Pendinginan
- 5) Inokulasi Jamur
- 6) Pembungkusan
- 7) Pemeraman

Kriteria Tape Pisang

Faktor-faktor tersebut antara lain: lama fermentasi (waktu), jenis bahan, suhu, udara.

- a. Lama fermentasi (waktu)
- b. Jumlah starter (ragi)
- c. Jenis bahan (substrat)
- d. Suhu
- e. Oksigen

Tabel 2. 3 Nutrisi Tape Pisang

Nutrisi	Jumlah
Kalori	826,668 kal
Protein	11,04 gr
Vitamin A	4,635 gr
Vitamin C	30 gr
Mineral	541,05 gr

Sumber: Lukito, Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Makasar

Deskripsi Responden

Deskripsi responden merupakan suatu uraian yang memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini, sebab dengan menguraikan identitas responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini maka dapat diketahui sejauh mana identitas responden dalam penelitian ini. Oleh karena itu deskripsi identitas responden ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu: jenis kelamin, jenis pekerjaan dan usia responden. Dalam melakukan penelitian ini ditetapkan 30 orang untuk dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini, dimana dari 30 kuesioner dibagikan kepada responden setelah itu kuesioner dikembalikan dan diolah lebih lanjut.

PENYAJIAN DAN HASIL UJI INTERPRESTASI DATA

Hasil Uji Instrumen

Penelitian ini menggunakan pengujian organoleptik dengan memberikan sampel kepada 30 orang panelis yaitu pengajar dan mahasiswa yang berada di lingkungan kampus. Penilaian produk menggunakan 4 skala tingkat kesukaan yaitu tidak suka, kurang suka, suka, sangat suka. Penilaian ini dilakukan berdasarkan 4 karakteristik penilaian yaitu rasa, aroma, tekstur dan warna

Analisis Data
Hasil Uji Organoleptik
Karakteristik Panelis

a. Panelis menurut jenis kelamin

Tabel 3. 1 Panelis Uji Organoleptik Sesuai Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	9	30%
Perempuan	21	70%
Total	30	100%

Sumber : data diolah, 2018

b. Panelis menurut usia.

Tabel 3. 2 Panelis Uji Organoleptik Sesuai Usia

Usia	Jumlah	Presentase
18 – 41	18	60%
41 – 60	12	40%
Total	30	100%

Sumber: data diolah, 2018

c. Panelis menurut pekerjaan

Tabel 3. 3 Panelis Uji Organoleptik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pengajar	1	3%
Mahasiswi	29	97%
Total	30	100%

Sumber: data diolah, 2018

Perbandingan Penilaian Kesukaan Antara Tape Pisang

Kepok Kuning dan Pisang Tanduk Berdasarkan Karakteristik Organoleptik
Karakteristik organoleptik dalam penelitian ini yaitu:

- a. Karakteristik Warna

Tabel 3. 4 Penilaian Warna Tape Pisang Kepok Kuning dan Pisang Tanduk

Kode Perlakuan	Rata-rata penilaian kesukaan terhadap warna
TPKK I	2,63
TPT II	3,03

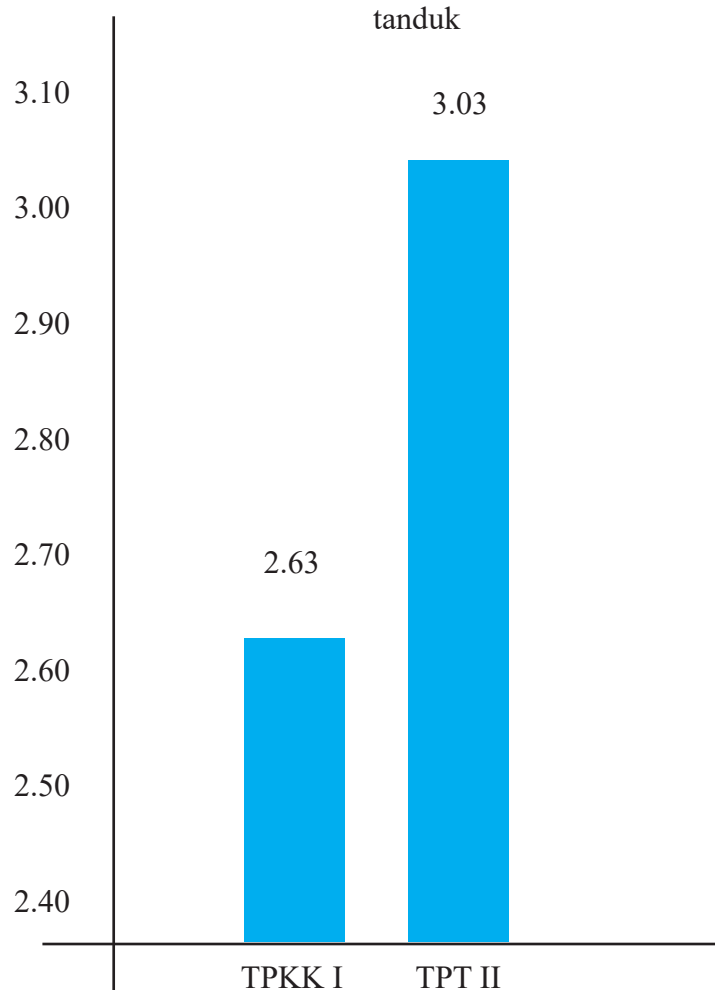
Sumber :data diolah, 2018

Keterangan:

TPKK I : tape pisang kepok kuning

TPT II : tape pisang tanduk

Gambar 3. 1 Rata-rata nilai kesukaan terhadap warna tape pisang kepok kuning dan pisang tanduk



b. Karakteristik tekstur

Tabel 3. 5 Penilaian Tekstur Tape Pisang Kepok Kuning dan Pisang Tanduk

Kode Perlakuan	Rata-rata penilaian kesukaan terhadap tekstur
TPKK I	2,67
TPT II	2,9

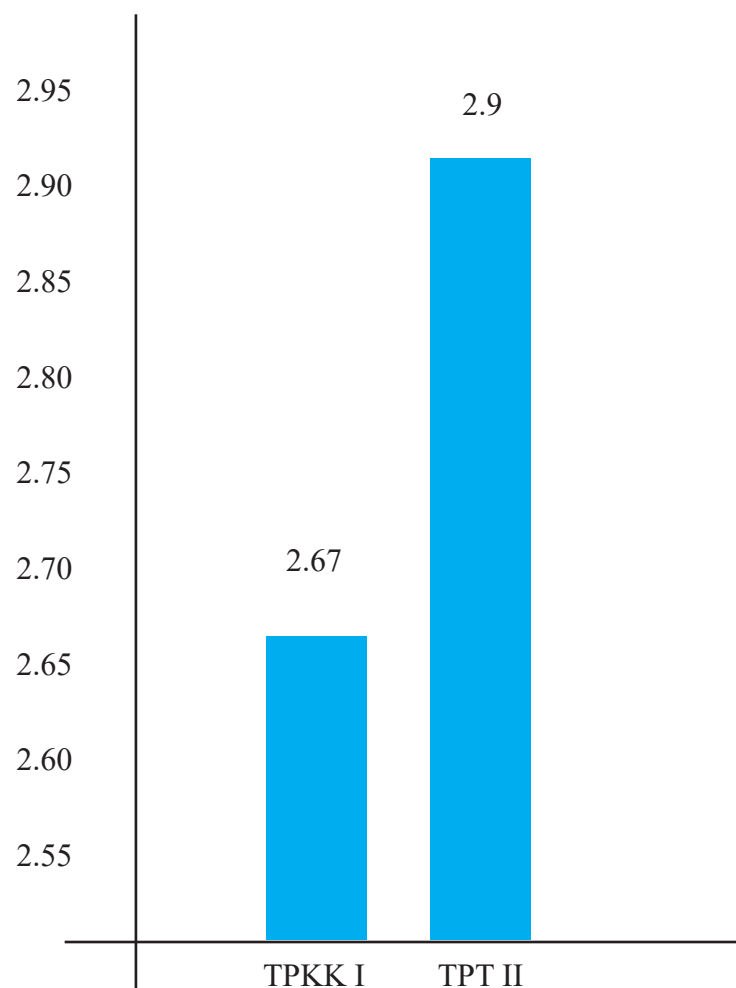
Sumber : data diolah, 2018

Keterangan:

TPKK I : tape pisang kepok kuning

TPT II : tape pisang tanduk.

Gambar 3. 2 Rata-rata nilai kesukaan terhadap teksur tape pisang kepok kuning dan pisang tanduk



c. Karakteristik aroma

Tabel 3. 6 Penilaian Aroma Tape Pisang Kepok Kuning dan Pisang Tanduk

Kode Perlakuan	Rata-rata penilaian kesukaan terhadap aroma
TPKK I	2,83
TPT II	2,80

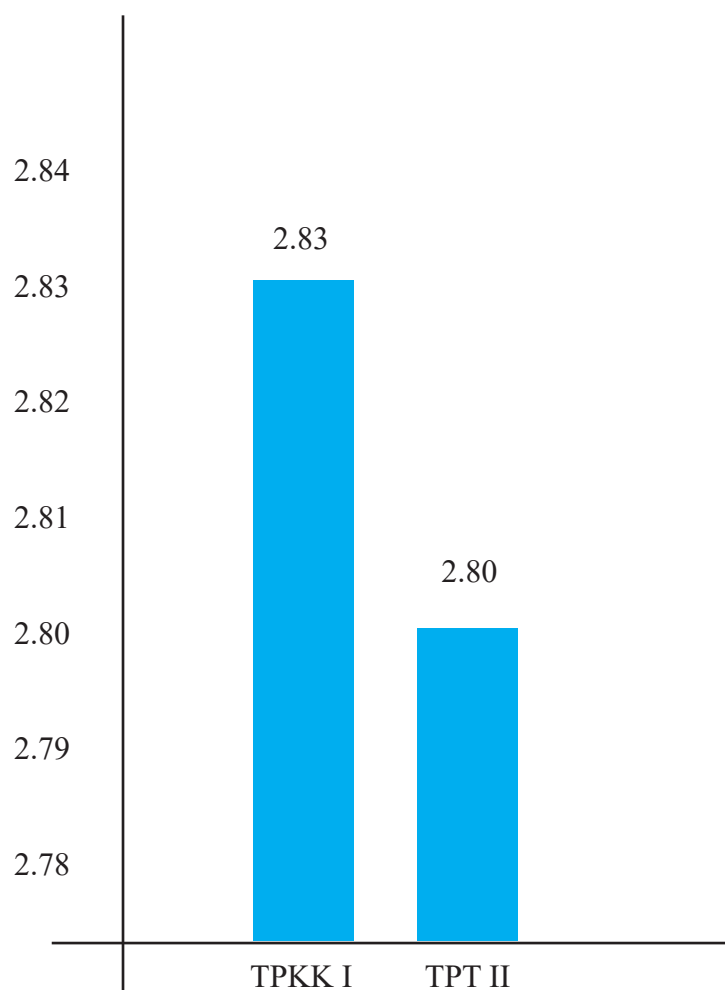
Sumber : data diolah, 2018

Keterangan:

TPKK I : tape pisang kepok kuning

TPT II : tape pisang tanduk.

Gambar 3. 3 Rata-rata nilai kesukaan terhadap aroma tape pisang kepok kuning dan pisang tanduk



d. Karakteristik rasa

Tabel 3. 7 Penilaian Rasa Tape Pisang Kepok Kuning dan Pisang Tanduk

Kode Perlakuan	Rata-rata penilaian kesukaan terhadap rasa
TPKK I	2,57
TPT II	3,03

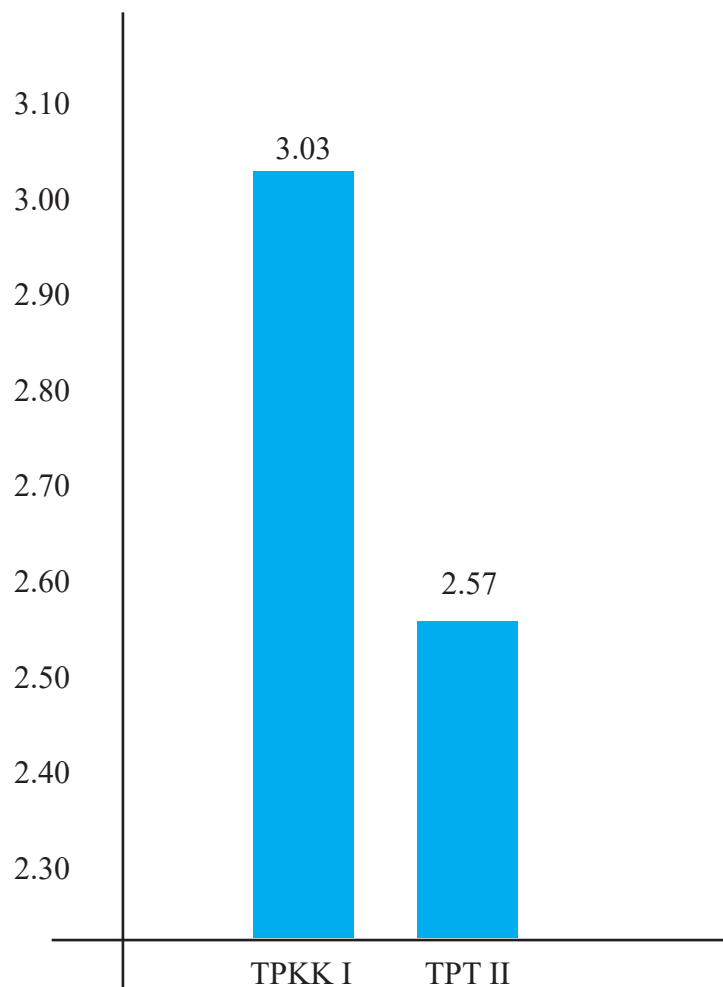
Sumber : data diolah, 2018

Keterangan:

TPKK I : tape pisang kepok kuning

TPT II : tape pisang tanduk.

Gambar 3. 4 Rata-rata nilai kesukaan terhadap rasa tape pisang kepok kuning dan pisang tanduk



Tanggapan Panelis Terhadap Tape Pisang

Tahapan ini merupakan tahapan dimana panelis yang berperan sebagai konsumen menanggapi dan menilai produk yang telah dicobanya. Penilaian dilihat dari aspek tingkat kesukaan panelis terhadap tape pisang kepek kuning dan pisang tanduk, parameter yang paling dominan dari produk tape pisang kepek kuning dan pisang tanduk

Tingkat Kesukaan Terhadap Tape Pisang Kepok Kuning dan Pisang Tanduk

Tingkat kesukaan terhadap tape pisang kepek kuning dan tape pisang tanduk dimulai sangat tidak suka, tidak suka, suka, kurang suka, sangat suka.

Pembahasan

Hasil analisis penelitian yang telah didapat, terkait dengan penelitian eksperimen pembuatan tape pisang kepek kuning dan pisang tanduk.

Uji organoleptik

a. Karakteristik panelis

Karakteristik panelis yang terlibat dalam pengujian organoleptik berjumlah 30 orang dengan 9 orang laki-laki dan 21 orang perempuan. Menurut usia 18 orang panelis yang berusia 18-40 tahun, dan 12 orang berusia 41-60 tahun. Berdasarkan pekerjaannya 1 orang sebagai pengajar dan 29 orang mahasiswa. Panelis tersebut merupakan panelis yang berwawasan dan berpengalaman dibidang makanan.

b. Hasil uji organoleptik:

Uji organoleptik dilakukan pada 30 orang panelis berdasarkan karakteristik organoleptik yaitu warna, aroma tekstur dan rasa. Uji organoleptik dianalisis dengan menggunakan rating scale. Hasil dari pengujian organoleptik berdasarkan karakteristik dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Karakteristik warna

Pengujian organoleptik pada karakteristik warna menghasilkan rata-rata pada tape pisang kepek kuning dan pisang tanduk dengan kode tpkk I sebesar 2,63 dan tpt II sebesar 3,03. Jadi rata-rata tertinggi untuk warna adalah tape pisang tanduk sebesar 3,03.

2. Karakteristik tekstur

Pengujian organoleptik pada karakteristik tekstur menghasilkan rata-rata pada tape pisang kepek kuning dan pisang tanduk dengan kode tpkk I sebesar 2,67 dan tpt II sebesar 2,90. Jadi rata-rata tertinggi untuk tekstur adalah tape pisang tanduk sebesar 2,90.

3. Karakteristik aroma

Pengujian organoleptik pada karakteristik aroma menghasilkan rata-rata pada tape pisang kepek kuning dan pisang tanduk dengan kode tpkk I sebesar 2,83 dan tpt II sebesar 2,80. Jadi rata-rata tertinggi untuk aroma adalah tape pisang tanduk sebesar 2,83.

4. Rasa
Pengujian organoleptik pada karakteristik rasa menghasilkan rata-rata pada tape pisang kepok kuning dan pisang tanduk dengan kode tpkk I sebesar 2,57 dan tpt II sebesar 3,03. Jadi rata-rata tertinggi untuk rasa adalah tape pisang tanduk sebesar 3,03.
- c. Tingkat kesukaan masyarakat terhadap tape pisang
Tingkat kesukaan responden dapat diukur menggunakan uji organoleptik melalui alat indera. Kegunaan uji ini diantaranya untuk pengembangan produk baru. Pengujian mutu organoleptik dilakukan dengan cara menggunakan indera pengecap, pembau dan peraba pada bahan pangan yang dikonsumsi. Tingkat kesukaan terhadap tape pisang kepok kuning dan tape pisang tanduk dimulai dari tidak suka, suka, kurang suka, sangat suka. Dari hasil pengujian organoleptik berdasarkan tingkat kesukaan lalu dianalisis dan menghasilkan rata-rata pada setiap karakteristik warna, tekstur, aroma, dan rasa menjelaskan bahwa produk tape pisang tanduk lebih disukai oleh responden dibandingkan tape pisang kepok kuning. Dengan hasil presentase warna 75,83%, tekstur 72,50%, dan rasa 75,83%. Sedangkan untuk aroma presentase tertinggi terdapat pada produk tape pisang kepok kuning dengan presentase sebesar 70,83%.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diuraikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dari hasil penelitian pada tape pisang kepok kuning dan pisang tanduk diperoleh hasil yang tidak banyak perbedaan dari segi warna, rasa dan tekstur sedangkan untuk aroma tape pisang kepok kuning lebih beraroma dibandingkan tape pisang tanduk.
- b. Dari hasil perbandingan tape pisang kepok kuning dan pisang tanduk berdasarkan tingkat kesukaan masyarakat terhadap tape pisang kepok kuning dan pisang tanduk diperoleh hasil presentase tertinggi pada tape pisang tanduk warna 75,83%, tekstur 72,50% dan rasa 75,83%, sedangkan untuk aroma presentase tertingginya terdapat pada tape pisang kepok kuning yaitu 70,83%
- c. Bahwa keterbatasan dalam penelitian ini adalah penggunaan studi perbandingan untuk mengetahui hasil organoleptik produk tape pisang kepok kuning dan pisang tanduk


Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan yaitu:

- a. Pada penelitian ini masa daya simpan tape pisang belum diketahui secara pasti maka tape pisang perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang daya simpan tape pisang, uji efektifitasnya serta kandungan gizinya.
- b. Dalam pengujian organoleptik sebaiknya memilih calon panelis lebih diperhatikan lagi agar hasil penelitian lebih maksimal, karena panelis yang kurang pengetahuan, kepekaan serta konsistensinya dapat mempengaruhi hasil uji organoleptik, dimana hasil perbandingan menyatakan tidak adanya perbedaan yang signifikan dari kedua produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adipura, Alhumaira. 2014. "Studi Eksperimen Pembuatan Selai Dengan Bahan Dasar Tape Ketan Hitam Dan Tape Ketan Kuningan Serta Daya Terima Konsumennya". S1. Bandung. Program Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia.
- Alma Unika dan Nugrahani Astuti. 2015."Pengaruh Jumlah Ragi Dan Waktu Fermentasi Terhadap Sifat Organoleptik Tapai Pisang Tanduk". e-journal Boga. 4(1). 199-200.
- Anindya, A.T.U. 2015. "Pengaruh Penggunaan Tape Pisang Yang Berbeda Terhadap Kualitas Inderawi Madu Mongso". S1. Semarang. Program Sarjana Universitas Negeri Semarang.
- Astawan, M dan M.W. Astawan. 1991. Teknologi Pengolahan Pangan Nabati Tepat Guna. Bogor: Akademika Presssiado.
- Astawan, R. 2004. Tetap sehat dengan produk makanan olahan. Solo: Tiga. Serangkai. Setia
- Dinar, Frida. 2013."Perbedaan Tape Pisang Kepok Kuning Dengan Tape Pisang Nangka" Jurnal Penelitian Teknologi Pangan, 3(1):32-35.
- Ganjar I. 2003. Tapai from Cassava and Sereals. Di dalam : First International Symposium and Workshop on Insight into the World of Indigenous Fermented Foods for Technology Development and Food Safety; Bangkok. Indera Bahan Pangan. Yogyakarta : UGM.
- IR. Anastasia Siti N. 2014. "Analisis Tingkat Kesukaan Konsumen, Kadar Gizi Dan Zat Aditif Pada Beberapa Jenis Kerupuk Di Wilayah Gunung Kidul". Laporan Penelitian.
- Kartika, Bambang, Puji Hastuti dan Wahyu Supartono. 1988. Pedoman Uji Inderawi Bahan Pangan. UGM. Yogyakarta.
- Prabawati, S., Suyanti dan Setyabudi, D.A. (2008). Teknologi Pascapanen dan Pengolahan Buah Pisang. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pascapanen Pertanian. Dalam seminar Badan Litbang Pertanian. Departemen Pertanian, Bogor.
- Prof.DR. Made Astawan Ahli Teknologi Pangan dan Gizi, 2009.
- Rahadiyan A.A.P. 2014. "Analisis Mutu Organoleptik Cookies Lidah Kucing Berbahan Dasar Tepung Garut (Arrowroot) Terhadap Minat Beli Konsumen.S1. Bandung. Program Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sebayang , Nico Syahputra. 2015. "Perubahan Tekstur Warna Dan Kadar Air Tape Pisang Pasca Panen". Jurnal Pendidikan Biologi.
- Setyaningsih Dwi, dkk. 2010. Analisis Sensori untuk Industri Pangan dan Agro.Bogor: IPB Press.
- Soewarno Soekarto, T. 1985. Penelitian Organoleptik. Bhratara Karya Aksara.
- Steinkraus, K. H. 1983. Handbook of Indegenous Fermented Foods. Market Dekker Inc. New York.

- 
- Subana, M dan Sudrajat, 2005, Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah, Bandung: Pustaka
- Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono, 2007, Metode Penelitian Pendidikan, Bandung: Alfabeta.
- Suliantri dan Winiarti. 1991. Teknologi Fermentasi Biji-bijian dan Umbi-umbian. Bogor. Departemen P dan K Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Pusat Universitas Pangan Dan Gizi IPB.
- Suyanti dan Ahmad Supriyadi. 2008. “Pisang Budidaya, Pengolahan, dan Prospek Pasar”. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Suyanti, dkk. 1994. Pisang Budidaya Pengolahan Pisang dan Prospek Pasar. Jakarta. Penebar Swadaya.
- Winarno, F. G, S. Fardiaz dan D. Fardiaz. 1994. Pengantar Teknologi Pangan. Jakarta: PT Gramedia.

**PENGGUNAAN IKAN LELE DUMBO (CLARIAS GARIEPINUS) SEGAR
MENGGANTIKAN LELE DUMBO KUKUS UNTUK MENINGKATKAN MUTU
NUGGET CV. SULUNG WICAKSONO BERDIKARI DAN TINJAUAN KELAYAKAN
USAHA DARI ASPEK LINGKUNGAN EKSTERNAL**

Rachma Nur Devianti
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit
Email: rachmanurdevianti15@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Penggunaan Ikan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) Segar Menggantikan Lele Dumbo Kukus untuk Meningkatkan Mutu Nugget Ikan CV. Sulung Wicaksono Berdikari dan Tinjauan Kelayakan Usaha dari Aspek Lingkungan Eksternal.

Ukuran sampel adalah 50 responden yang diambil secara insidental dari populasi yang jumlahnya tidak diketahui. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dilakukan sebelum analisa data. Data dianalisa menggunakan Independen Sampel Tes melalui SPSS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Tidak ada beda mutu nugget ikan lele. (2) Produk nugget ikan lele layak dipasarkan ke masyarakat. (3) Produk nugget ikan lele layak dijual ke masyarakat.

Kata kunci: Mutu nugget ikan lele, Harga

ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the use of Fresh Dumbo Catfish (*Clarias gariepinus*) Replacing Steamed Dumbo Catfish to Improve the Quality of Fish Nugget CV. Sulung Wicaksono Berdikari and Business Feasibility Review of External Environmental Aspects.*

The sample size is 50 respondents who were taken incidentally from an unknown population. Test Validity and Test Reliability is carried out before data analysis. Data was analyzed using Independent Sample Test through SPSS 24.

The results showed that (1) There was no difference in the quality of catfish nuggets. (2) Products of catfish nuggets are marketable to the public. (3) Products of catfish nuggets are suitable for sale to the public.

Keywords: The quality of catfish nuggets, Price

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG MASALAH

Tumbuh kembang anak usia dini merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan, jika tidak maka balita akan mengalami gizi buruk yang dalam dunia medis disebut Malnutrisi Energi Protein (MEP) berat. MEP dibagi menjadi dua macam, yaitu MEP ringan dan berat. Gejala seorang balita mengalami gizi buruk yaitu busung lapar. Busung lapar adalah sebuah fenomena penyakit di Indonesia bisa disebabkan karena kekurangan protein kronis pada anak – anak atau balita.

Berdasarkan Pantauan Status Gizi (PSG) 2017 yang dilakukan Kementerian Kesehatan, bayi usia di bawah lima tahun (balita) yang mengalami masalah gizi tahun 2017 mencapai 17,8%, sama dengan tahun sebelumnya. Jumlah tersebut terdiri dari Balita yang mengalami gizi buruk 3,8% dan 14% gizi kurang. Menurut status gizi berdasarkan indeks Tinggi Badan terhadap Usia (TB/U), balita Indonesia yang mengalami stunting/kerdil pada tahun lalu mencapai 29,6%. Angka ini lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Dengan rincian 9,8% bayi dengan usia 0-59 bulan tersebut, termasuk kategori sangat pendek dan 19,8% kategori pendek. Sedangkan menurut indeks Berat Badan terhadap Usia (BB/U) sebanyak 9,5% balita masuk kategori kurus dan turun dibanding tahun sebelumnya. Sedangkan balita yang mengalami kegemukan (obesitas) mencapai 4,6%, juga lebih rendah dari tahun sebelumnya.

Sumber asam amino dapat diperoleh melalui bahan makanan kaya protein seperti daging kalkun, daging domba, kepiting dan ayam. Selain itu mengkonsumsi ikan merupakan salah satu sumber asam amino yang baik, sehingga ikan mempunyai potensi sebagai alternatif bahan makanan kaya asam amino.

Jenis ikan yang berpotensi untuk dimanfaatkan berdasarkan ketersediaannya adalah ikan lele dumbo (*Clarias gariepinus*). Hasil survey tahun 2012, di Boyolali banyak masyarakat yang memiliki Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan memproduksi ikan lele untuk dijadikan abon ikan lele dan keripik ikan lele. Ikan lele merupakan ikan yang cukup diminati oleh masyarakat dan produksi olahannya saat ini terus meningkat.

Selain dapat di olah menjadi abon dan keripik, ternyata lele dapat diolah menjadi makanan yang berkelas yaitu nugget. Nugget adalah suatu bentuk produk olahan daginggiling dan diberi bumbu – bumbu serta dicampur dengan bahan pengikat, kemudiandicampur dan dicetak dalam bentuk-bentuk tertentu selanjutnya dilumuri dengantepung roti (coating) dan digoreng agar kandungan air di dalamnya ditekan seminimalmungkin. Nugget merupakan produk makanan baru yang dibekukan, rasanya lezat, gurih dan dapat dihidangkan dengan cepat karena hanya digoreng setelah itu dapat langsung dimakan. Pada umumnya nugget berbentuk persegi panjang dan ketikadigoreng menjadi kekuningan dan kering. Hal yang terpenting dari nugget adalah penampakan produk akhir yaitu warna, tekstur dan aroma (Ratnaningsih, 1999)

Berdasarkan latar belakang tersebut dilakukan penelitian tentang pengaruh daging ikan lele dumbo (*Clarias gariepinus*) pada pembuatan nugget lele terhadap peningkatan nilai mutu dan kelayakan usaha pada aspek eksternal produk.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah terdapat perbedaan mutu antara nugget yang menggunakan ikan lele dumbo kukus dan nugget yang menggunakan ikan lele dumbo segar?
- b. Bagaimana kelayakan usaha nugget ikan lele dumbo secara lingkungan eksternal mikro (pemasok, pelanggan, pesaing)?
- c. Bagaimana kelayakan usaha nugget ikan lele dumbo secara lingkungan eksternal makro (alam geografi, demografi, ekonomi, sosial, budaya, agama, politik, legal)?

BATASAN MASALAH

Dari beberapa permasalahan diatas maka penelitian ini dibatasi pada masalah penggunaan ikan lele dumbo segar menggantikan ikan lele kukus untuk meningkatkan mutu nugget lele dan tinjauan kelayakan dari aspek lingkungan eksternal.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian adalah:

- a. Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan mutu antara nugget yang menggunakan ikan lele dumbo kukus dan nugget yang menggunakan ikan lele dumbo segar
- b. Untuk mengetahui kelayakan usaha nugget ikan lele dumbo secara lingkungan eksternal mikro (pemasok, pelanggan, pesaing)
- c. Untuk mengetahui kelayakan usaha nugget ikan lele dumbo secara lingkungan eksternal makro (alam geografi, demografi, ekonomi, sosial, budaya, agama, politik, legal)

MANFAAT PENELITIAN

Manfaat secara praktis:

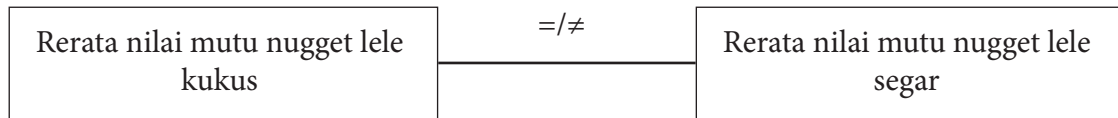
1. Agar dapat mengetahui layak tidaknya nugget lele dengan ikan lele kukus disubstitusi dengan lele segar.
2. Agar CV. Sulung Wicaksono Berdikari yang sebelumnya tidak memahami kelayakan usaha nugget lele secara luas dan mendalam, akan menjadi memahami sehingga memiliki kemampuan mengeluarkan keputusan yang tepat di kemudian hari.

Manfaat secara teoritis:

1. Penelitian ini dapat diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan menambah wawasan pemikiran tentang faktor – faktor yang mempengaruhi kelayakan nugget dari aspek lingkungan eksternal.
2. Dapat dijadikan referensi dalam penelitian berikutnya terutama yang berkaitan dengan penggunaan lele dumbo segar menggantikan lele dumbo kukus untuk meningkatkan mutu nugget dan tinjauan kelayakan dari aspek eksternal.

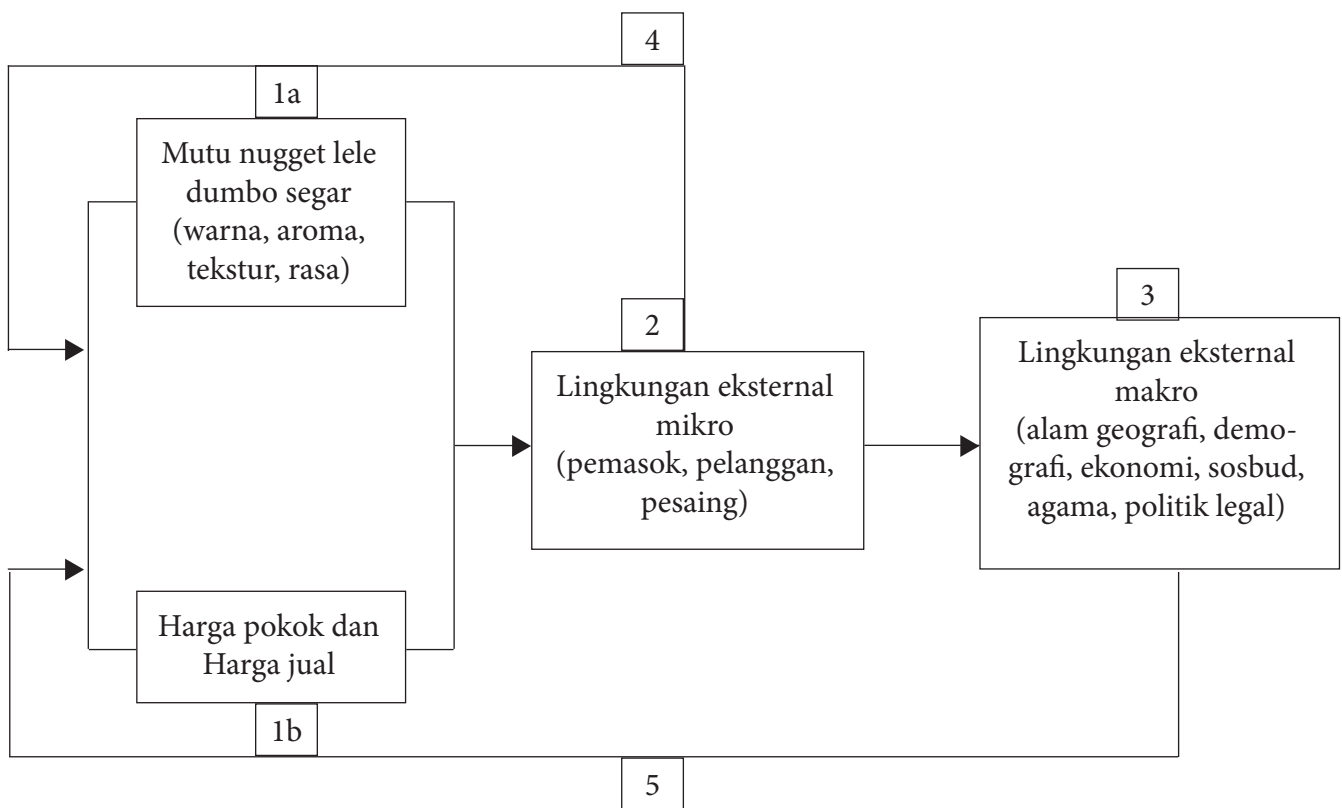
KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Metode Kuantitatif



Gambar : Diagram metode kuantitatif

Metode Kualitatif



Gambar Diagram metode kualitatif

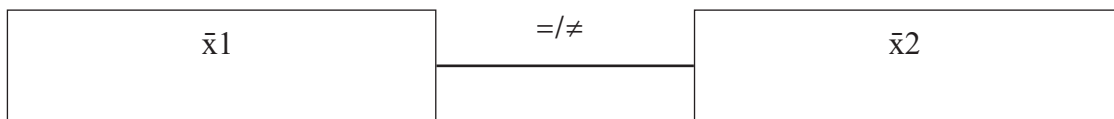
METODE PENELITIAN

Metode Kuantitatif

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data numerical yang diolah dengan metode statistik. Jenis penelitian dibagi menjadi 2 yaitu: statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematik dan akurat fakta dan karakteristik responden. Analisis yang akan digunakan adalah analisis persentase dan analisis kecenderungan seperti misal mean, median, modus, dan sebagainya. Penelitian inferensial melakukan analisis hubungan antar variabel dengan pengujian hipotesis. Jenis penelitian inferensial menyandarkan simpulan hasil penelitian pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Statistik inferensi melakukan kesimpulan yang diarahkan kepada populasi. Statistik inferensial digunakan untuk menginferensi dari data sampel tentang bagaimana populasi.



Gambar Desain Penelitian Kuantitatif

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sample adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendari dari suatu populasi (Siregar, 2013). Dengan meneliti sebagian populasi, kita mengharapkan dapat memperoleh hasil yang dapat menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan. Teknik pengambilan sampel dipilih sampling probabilistik atau sampling nonprobabilistik.

Teknik pengambilan sampel probabilistik adalah teknik pengambilan sampel acak sehingga memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Contoh: simple random sampling (tanpa memperhatikan strata dan golongan), stratified random sampling, area sampling, cluster sampling, dan systemic sampling. Rumus Metode Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas kesalahan maksimal yang ditoleransi dalam sample (pakai 0,1)

Teknik pengambilan sampel nonprobabilistik adalah teknik pengambilan sampel non-acak dalam artian tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Contoh: accidental sampling, convenience sampling, snowball sampling, purposive sampling, dan sampling jenuh.

Populasi pada penelitian ini bersifat infinit yang artinya jumlah individu tidak terhingga atau tidak diketahui dengan pasti. Sekelompok objek yang akan menjadi sasaran penelitian ini tidak diketahui jumlah totalnya. Untuk penelitian dimana jumlah populasi tidak diketahui,

peneliti menentukan jumlah sampel sebesar masing-masing 50 orang. Penetapan angkut tersebut berpedoman pada sebuah rumus pada buku oleh Riduwan (2004) dimana ditentukan bahwa jumlah sampel untuk populasi tidak diketahui adalah 0.25 dikali kuadrat dari hasil nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan 95% yang dibagi dengan kesalahan penarikan sampel sebesar 10%. Dalam formula terlihat sebagai berikut:

$$n = (0,25) \frac{(Z_{\alpha/2})^2}{\varepsilon}$$

Hasil kalkulasi rumus $(0.25) (1.96/0.1)^2$ adalah 96,04. Sample didapat dengan teknik non probability sampling atau convenience sampling atau kadang disebut sebagai Insidental Sampling yang berarti teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari angket yang dibagikan dan data sekunder berasal dari buku, jurnal, majalah, dan koran.

Teknik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data pada penelitian kuantitatif disini adalah dengan menggunakan angket. Angket dibuat sesuai dengan prosedur dan peraturan pembuatan angket yang benar. Variabel mutu dicari dimensi sesuai dengan teori. Kemudian dari dimensi dijabarkan lebih lanjut menjadi indikator. Dan indikator ini menjadi pertanyaan pada angket. Untuk kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup.

Kuesioner akan diukur validitas dan reliabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliable. Instrumen yang valid berarti instrument tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrument yang reliable adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan rating scale 4 poin. Jawaban responden berupa pilihan dari empat alternatif yang ada, yaitu :

1. SS= sangat setuju= nilai 4
2. S= setuju= nilai 3
3. TS= tidak setuju= nilai 2
4. STS= sangat tidak setuju= nilai 1

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, desain penelitiannya adalah desain penelitian yang analisisnya menggunakan uji 2 mean independen. Responden dibagi kedalam 2 kelompok dalam jumlah yang sama. Sebuah kelompok diberi nugget lele dumbo kukus dan kelompok lain diberi nugget lele segar. Angket yang diisi oleh para responden di masing-masing kelompok akan direkap dan dicari nilai reratanya yang kemudian akan diuji secara statistik untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan mutu diantara keduanya.

Uji Kelayakan Instrumen

Sebuah dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Siregar 2013). Cara mengukur Validitas yaitu dengan mencari korelasi antara masing masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus korelasi produk moment. Setelah semua korelasi untuk setiap pertanyaan dengan skor total diperoleh, nilai nilai tersebut dibandingkan dengan nilai kritik. Selanjutnya jika nilai koefisien korelasi product moment dari suatu pertanyaan tersebut berada diatas nilai tabel kritik, maka pertanyaan tersebut signifikan. Kriteria pengujian: Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan valid dan bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan tidak valid (gugur)

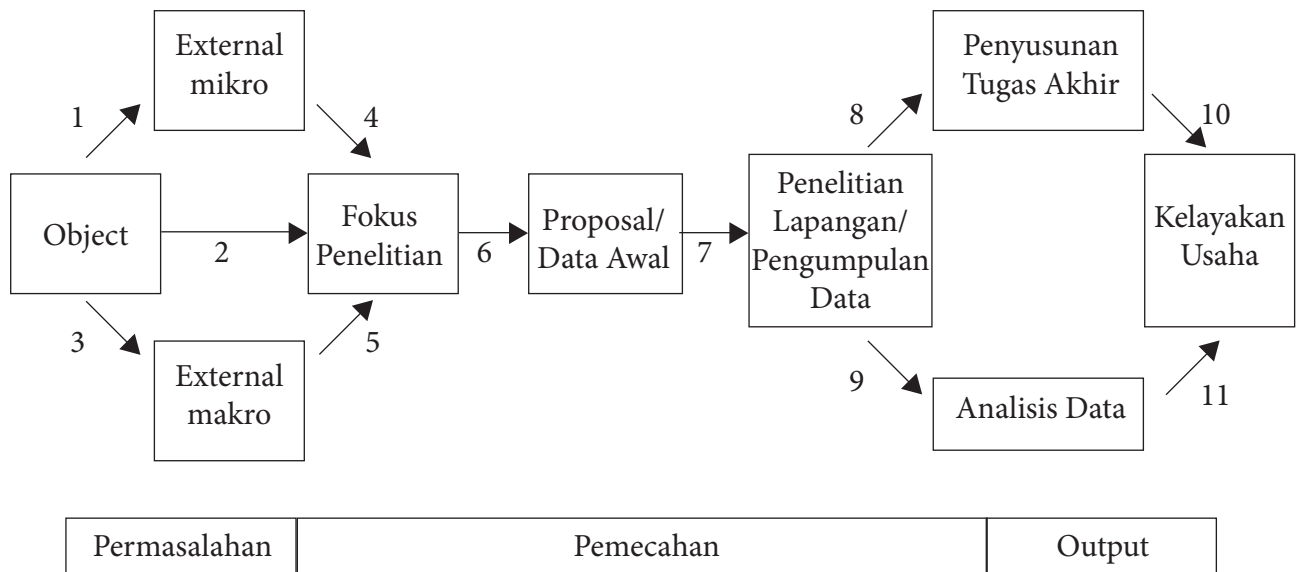
Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Siregar 2013). Uji reliabilitas juga dapat dilakukan dengan Teknik Alpha Cronbach. Koefisien reabilitas alpha dikatakan reliabel apabila koefisien alpha lebih besar dari 0,6 dan apabila koefisien alpha lebih kecil dari 0,6 (Siregar 2013).

Metode Kualitatif

Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian untuk rumusan masalah yang kedua dan ketiga adalah penelitian kualitatif Studi Kasus. Penelitian studi kasus meneliti sebuah kasus atau fenomena tertentu yang dilakukan secara mendalam meliputi latar belakang, keadaan, dan interaksi. Karena khusus meneliti suatu kasus tertentu, penelitian studi kasus bukanlah dilakukan untuk menarik kesimpulan terhadap fenomena dari suatu populasi melainkan khusus untuk kejadian atau fenomena yang diteliti saja. Studi kasus berfokus pada unit tunggal dengan sistem terbatas sebagai contoh terbatas dalam hal jumlah orang yang dapat diwawancarai.

Desain penelitian adalah kerangka kerja atau rencana untuk melakukan studi yang akan digunakan sebagai pedoman dalam mengumpulkan dan menganalisis data sebagai berikut:



Gambar Desain Kerangka Kerja

Teknik Cuplikan

Pada Penelitian kualitatif tidak terdapat istilah populasi sebab penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk generalisasi seperti halnya penelitian kuantitatif. Teknik pencuplikan / sampling / penentuan informan yang digunakan adalah purposive sampling dan teknik snowball sampling. Penelitian ini menggunakan 5 informan.

Jenis dan Sumber Data

Terdapat 2 jenis data penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dicari dan didapatkan oleh peneliti dengan observasi dan wawancara. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia bersumber dari perusahaan seperti misal buku, jurnal, koran, dan majalah.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif disini adalah:

- a. Observasi atau pengamatan partisipatif terbatas maupun partisipatif penuh.
- b. Wawancara secara informal, tidak terbatas, terbuka, mendalam dan naturalistik. Peneliti harus menjadi pendengar yang penuh empati dan selalu memperhatikan dan mencatat perubahan ekspresi wajah, perubahan tekanan suara, dan gerakan anggota tubuh.
- c. Focus Group Discussion atau biasa disingkat FGD dengan memakai moderator dengan partisipan maksimal 10 orang.
- d. Analisis Dokumen mulai dari berbagai SK, berbagai peraturan, foto-foto, video, dan lain-lain

Validitas Data

Kualitas penelitian kualitatif sangat tergantung pada kualitas diri peneliti. Peneliti adalah instrumen utama. Triangulasi antar peneliti adalah salah satu cara untuk menguji validitas data. Yang dimaksud dengan triangulasi antar peneliti adalah menggunakan lebih dari satu peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Selain triangulasi antar peneliti, cara lain untuk menguji validitas adalah dengan triangulasi sumber yaitu membandingkan hasil dari berbagai sumber dan pendekatan yang berbeda antara lain: hasil observasi, hasil dokumen, dan hasil wawancara (in depth maupun FGD).

Variabel dan Definisi Konsep

Tabel Variable, Definisi Konsep dan Operasional

Variabel	Definisi Konsep	Dimensi	Indikator
Kelayakan dari aspek Lingkungan Eksternal	Penilaian manfaat yang diperoleh dari sebuah produk atau usaha dari aspek lingkungan eksternal yang mempunyai pengaruh secara langsung (mikro) dan tidak langsung (makro) terhadap kegiatan usaha. Kotler (2008)	Mikro	<ol style="list-style-type: none">1. Jumlah pemasok apakah mencukupi kebutuhan bahan ikan lele dumbo?2. Jarak pemasok seberapa jauh dari lokasi produksi?3. Kekuatan tawar menawar pemasok seberapa besar?4. bagaimana persepsi konsumen terhadap harga yang ditetapkan?5. Bagaimana kebiasaan membeli konsumen?6. Segmentasi, targetting, differentiating (produk, layanan, personal, saluran distribusi, citra), dan positioning7. Jumlah pesaing8. Pesaingnya siapa saja?9. bagaimana kekuatan dan kelemahan setiap pesaing?
		Makro	<ol style="list-style-type: none">1. Jumlah dan pertumbuhan penduduk2. Tingkat pengangguran dan pendapatan penduduk3. Pergeseran nilai budaya4. Gaya hidup5. Dinamika sosial6. Peraturan PIRT7. Sertifikasi Halal

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Teori

Variable dan hubungan antar variable

A. Ikan Lele Dumbo

Ikan lele (*Clarias gariepinus*) merupakan salah satu komoditas perikanan yang cukup populer di masyarakat. Ikan ini berasal dari benua Afrika dan pertamakali didatangkan ke Indonesia pada tahun 1984. Ikan lele atau ikan keli, adalah sejenis ikan yang hidup di air tawar.

Menurut Andrianto (2005) ikan lele memiliki kedudukan taksonomi sebagai berikut:

- Kingdom : Animalia
- Pilum : Chordata
- Kelas : Pisces
- Ordo : Ossariophyyci
- Familia : Clariidae
- Genus : Clarias
- Spesies : Clarias gariepinus B



Gambar Ikan Lele Dumbo

Morfologi Lele dumbo memiliki kulit yang licin, berlendir, dan sama sekali tidak memiliki sisik. Warnanya hitam keunguan atau kemerahan dengan bintik-bintik yang tidak beraturan. Warna kulit tersebut akan berubah menjadi mozaik hitam putih jika lele sedang dalam kondisi stres, dan akan menjadi pucat jika terkena sinar matahari langsung (Arifin, 2003).

Lele dumbo memiliki kepala yang panjang hampir mencapai seperempat dari panjang tubuhnya. Tanda yang khas dari lele dumbo adalah tumbuhnya empat pasang sungut seperti kumis di dekat mulutnya. Sungut tersebut berfungsi sebagai alat penciuman serta alat peraba saat mencari makan (Najiyati, 2003).

Lele dumbo memiliki 3 buah sirip tunggal, yaitu sirip punggung yang berfungsi sebagai alat berenang, serta sirip dubur dan sirip ekor yang berfungsi sebagai alat bantu untuk mempercepat dan memperlambat gerakan. Lele dumbo juga memiliki dua sirip yang berpasangan yaitu sirip dada dan sirip perut. Sirip dada mempunyai jari-jari yang keras dan runcing yang biasa disebut patil. Patil berfungsi sebagai senjata sekaligus alat bantu gerak ke kanan dan ke kiri (Najiyati, 2003)

Menurut Ubadillah dan Wikanastri (2010) Keunggulan ikan lele dibandingkan dengan produk hewan lainnya adalah kaya akan leusin dan lisin. Leusin ($C_6H_{13}NO_2$) merupakan asam amino esensial yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan anak-anak dan menjaga keseimbangan

nitrogen. Leusin juga berguna untuk perombakan dan pembentukan protein otot. Sedangkan lisin merupakan salah satu dari 9 asam amino esensial yang dibutuhkan untuk pertumbuhan dan perbaikan jaringan.

Tabel Komposisi Zat Gizi Ikan Lele Segar 100 g

Komposisi Kimia	Nilai Gizi
Air	76,0 g
Protein	17,0 g
Lemak	4,5 g
Karbohidrat	0 g
Kalsium	20 mg
Fosfor	200 mg
Zat Besi	1,0 mg
Vitamin A (IU)	150
Vitamin B1	0,05

Bagian dari ikan lele yang digunakan adalah daging, dikarenakan daging ikan lele merupakan bahan yang baik untuk diolah sebagai bahan dasar dalam pembuatan makanan olahan karena warna dagingnya putih dan teksturnya baik (Arifin, 2003).

B. Nugget

Nugget merupakan produk olahan yang dibuat dari daging yang ditumbuk, dicincang, diberi bumbu, kemudian ditambah dengan tepung roti lalu diikuti dengan proses penggorengan dengan metode penggorengan rendam/deep fat frying. Nugget ikan merupakan produk olahan dari ikan yang digiling halus dan dicampur dengan bahan pengikat, serta diberi bumbu-bumbu dan dikukus yang kemudian dicetak menjadi bentuk tertentu (Maghfiroh, 2000). Produk nugget dapat dibuat dari daging sapi, ayam, dan lain-lain, tetapi yang populer di masyarakat adalah nugget ayam.

Tabel Komposisi Nugget Ikan Lele

Komposisi	Nugget Ikan Lele Kukus	Nugget Ikan Lele Segar
Daging Ikan Lele	1 kg	1 kg
Telur	1 pcs	1 pcs
Susu	100 ml	100 ml
Gula	2 gr	2 gr
Garam	3 gr	3 gr
Lada	2 gr	2 gr
Roti	1 lembar	1 lembar
Tepung Tapioka	150 gr	150 gr
Tepung Panir	1 kg	1 kg

C. Mutu Produk

Kata mutu mengandung banyak definisi dan makna. Beberapa orang mengartikannya secara berbeda, tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki kesamaan. Walaupun cara penyampaiannya berbeda, tetapi kata mutu sendiri biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

- Mutu meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- Mutu mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
- Mutu merupakan kondisi yang selalu berubah.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2001), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Mc Charty dan Perreault (2003) mengemukakan bahwa produk merupakan hasil dari produksi yang akan dilempar kepada konsumen untuk didistribusikan dan dimanfaatkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Kotler (2005), Mutu produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat.

Menurut Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan bermutu. Pengertian Mutu Produk menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah sekumpulan ciri – ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut – atribut lainnya dari suatu produk.

Penilaian konsumen terhadap kualitas dari produk makanan tidak dapat diukur secara mekanik, tetapi masih dapat dievaluasi melalui nilai nutrisinya, tingkat bahan yang digunakan, rasa, dan penampilan dari produk. Mengenai hal ini, Fiani dan Japariato (2012) merangkum beberapa indikator yang mempengaruhi kualitas makanan, yaitu sebagai berikut:

1. Warna
2. Penampilan
3. Porsi
4. Aroma
5. Rasa

Kriteria atau komponen mutu yang penting pada komoditas pangan adalah keamanan, kesehatan, flavor, tekstur, warna, umur simpan, kemudahan, kehalalan, dan harga (Andarwulan dan Hariyadi, 2004).

Menurut Ekawatiningsih, Kokom Komariah dan Sutriyati Purwanti (2008) memilih ikan harus yang mempunyai mutu yang terbaik. Cara memilih ikan bisa dengan menggunakan indrapenglihatan, perabaan dan penciuman. Melalui panca indratersebut dalam memilih ikan harus memenuhi kriteria:

1. Warna pada kulit ikan mengkilat dan jernih, berbedadengan ikan yang busuk maka kulit ikan akan menjadikusam atau suram dan tidak segar lagi.
2. Sisik ikan melekat kuat pada kulitnya dan mengkilat
3. Apabila ditekan daging ikan dengan jari pada bagian perutjika ditekan cepat kembali pada keadaan semula ataukenyal, berarti ikan dalam keadaan rigor mortis ataubelum busuk atau rusak.
4. Bagian insang ikan masih berwarna merah segar danlebaran insang kelihatan jelas.
5. Bola mata ikan masih bening atau jernih, cerah, dan segarserta tidak tenggelam pada rongganya.
6. Bau yang masih segar mempunyai bau yang masih segar, Jika kedapatan ikan berbau amoniak atau belerang berartiikan sudah busuk.

Sebaliknya ikan yang kurang segar mempunyai tanda :

1. Mata (suram, pucat dan keruh, bila ditekan biji mata akan hancur dan tidak muncul kembali).
2. Insang (kotor dan penuh dengan cairan yang melekat, tidak berwarna merah).
3. Sisik (mudah lepas dari badan ikan).
4. Bau (mulai mengeluarkan bau kurang sedap (amonia) berbau basi atau asam)
5. Tubuh lembek.

D. Label

Label adalah salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Ketentuan mengenai pemberian label pada produk

diatur dalam Undang-undang Nomor 7 tahun 1996 tentang pangan. Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan.

Berikut ini beberapa pengertian dan definisi label dari beberapa sumber buku:

1. Menurut Marinus (2002), label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya.
2. Menurut Kotler (2000), label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi.

Fungsi dan tujuan label bukan hanya sebagai alat penyampai informasi, namun juga berfungsi sebagai iklan dan branding sebuah produk. Menurut Kotler (2000), fungsi label adalah sebagai berikut:

1. Label mengidentifikasi produk atau merek
2. Label menentukan kelas produk
3. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman)
4. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik

Adapun tujuan label adalah sebagai berikut:

1. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan
2. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik
3. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum
4. Sarana periklanan bagi produsen
5. Memberi rasa aman bagi konsumen

Ketentuan dan peraturan label, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan, label produk sekurang-kurangnya memuat nama produk, berat bersih atau isi bersih, serta nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia:

1. Nama Produk Pangan
2. Keterangan Bahan yang Digunakan dalam Pangan
3. Berat Bersih Atau Isi Bersih Pangan
4. Nama dan Alamat Pabrik Pangan
5. Tanggal Kedaluwarsa Pangan
6. Nomor Pendaftaran Pangan

7. Kode Produksi Pangan
8. Penggunaan atau Penyajian dan Penyimpanan Pangan

E. Kemasan

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk dan Krasovec, 2006).

Menurut Kotler & Keller (2009), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti, 2010).

Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama. Jenis kemasan berdasarkan struktur isi, kemasan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Kemasan Primer, yaitu bahan kemas langsung mewadahi bahan pangan (kaleng susu, botol minuman, dll).
2. Kemasan Sekunder, yaitu kemasan yang fungsi utamanya melindungi kelompok kemasan lainnya, seperti misalnya kotak karton untuk wadah kaleng susu, kotak kayu untuk wadah buah-buahan yang dibungkus dan sebagainya.
3. Kemasan Tersier dan Kuarter, yaitu kemasan yang diperlukan untuk menyimpan, pengiriman atau identifikasi. Kemasan tersier umumnya digunakan sebagai pelindung selama pengangkutan.

F. Harga Pokok Produksi

Harga pokok adalah sejumlah nilai aktiva, tetapi apabila selama setahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan. Harga pokok produksi adalah seluruh biaya baik secara langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa yang merupakan operasi utama perusahaan dalam suatu periode tertentu.

Harga pokok produksi meliputi biaya pemakaian bahan baku (raw material), biaya tenaga kerja langsung (direct labor), dan biaya overhead pabrik (factory overhead). Tujuan penentuan harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

1. Sebagai Dasar Untuk Menetapkan Harga
2. Menetapkan Efisien Tidaknya Suatu Perusahaan
3. Menentukan Kebijakan Dalam Penjualan

4. Sebagai Pedoman Dalam Pembelian Alat-alat Perlengkapan yang Baru Penentuan harga pokok dapat pula dipergunakan sebagai petunjuk apakah mesin-mesin dan alat-alat perlengkapan diganti atau ditambah dengan mesin-mesin atau alat-alat perlengkapan yang baru.
5. Sebagai Alat untuk Perhitungan Neraca

G. Pengertian SWOT

Menurut David (Fred R. David, 2006), Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan / kelemahan internal, digabungkan dengan peluang / ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah sebagai kerangka / panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi alternatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan.

Tabel Matriks SWOT

	IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
EFAS			
Peluang (<i>Opportunity</i>)		STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)		STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT diatas :

1. Strategi SO (Strength and Oppurtunity). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya.
2. Strategi ST (Strength and Threats). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO (Weakness and Oppurtunity). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (Weakness and Threats). Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

H. Lingkungan Eksternal Mikro

Pemilihan pemasok bahan baku dilakukan agar proses produksi yang berjalan di perusahaan tidak terganggu, dimana supllier yang dipilih mampu menyediakan barang tepat pada waktunya, berkualitas baik dan harga yang kompetitif. Pemilihan pemasok merupakan kegiatan strategis, terutama apabila pemasok tersebut akan memasok item yang kritis dan/atau akan digunakan dalam jangka panjang.

Menurut William J Stevenson (2002) Faktor utama yang dipertimbangkan oleh suatu perusahaan ketika memilih supplier adalah:

- a. Harga
Faktor ini biasanya merupakan faktor utama, apakah terdapat penawaran diskon, meskipun hal itu kadangkala tidak menjadi hal yang paling penting.
- b. Kualitas
Suatu perusahaan mungkin akan membelanjakan lebih besar biayanya untuk mendapatkan kualitas barang yang baik.
- c. Pelayanan
Pelayanan yang khusus kadang kala dapat menjadi hal yang penting dalam pemilihan supplier. Penggantian atas barang yang rusak, petunjuk cara penggunaan, perbaikan peralatan dan pelayanan yang sejenis, dapat menjadi kunci dalam pemilihan satu supplier daripada yang lain.
- d. Lokasi
Lokasi supplier dapat mempunyai pengaruh pada waktu pengiriman, biaya transportasi, dan waktu respon saat ada order/pesanan yang mendadak atau pelayanan yang bersifat darurat. Pembelian pada daerah setempat/lokal dapat menumbuhkan goodwill (pengaruh baik) dalam suatu hubungan serta dapat membantu perekonomian daerah sekitar.
- e. Kebijakan persediaan supplier
Jika supplier dapat memelihara kebijakan persediaannya dan menjaga spare part yang dimilikinya, hal ini dapat membantu dalam kasus kebutuhan bahan baku yang mendadak.

f. Fleksibilitas

Niat yang baik dan kemampuan supplier dalam merespon perubahan permintaan dan memenuhi perubahan desain pesanan dapat menjadi faktor yang penting dalam pemilihan supplier

Hal ini penting karena banyak perusahaan yang melakukan kesalahan fatal dalam memilih supplier. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Gasperz, 2008).

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012) studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau suatu bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

I. Lingkungan Eksternal Makro

Keadaan ekonomi suatu negara akan mempengaruhi sebagian besar organisasi yang beroperasi di dalamnya. Pada suatu keadaan perekonomian yang sedang tumbuh, secara umum kemampuan daya beli masyarakat untuk membeli suatu produk atau jasa meningkat. Akan tetapi, kondisi perekonomian seperti itu tidak menjamin bahwa suatu perusahaan juga bertumbuh, hanya menyediakan lingkungan yang mendorong terjadinya pertumbuhan usaha. Dalam keadaan perekonomian yang lesu, daya beli masyarakat yang menurun, membuat pertumbuhan usaha menjadi sulit. Sehingga para manajer perusahaan harus selalu mengantisipasi variabel-variabel ekonomi seperti kecenderungan inflasi, tingkat suku bunga, kebijakan fiskal dan moneter, dan harga-harga yang ditetapkan oleh pesaing.

Teknologi adalah pengetahuan, peralatan, dan teknik yang digunakan untuk mengubah bentuk masukan (input) menjadi keluaran (output). Sehingga perubahan dalam teknologi dapat membantu perusahaan menyediakan produk yang lebih baik atau menghasilkan produknya dengan lebih efisien. Akan tetapi perubahan teknologi juga dapat memberikan suatu ancaman bagi perusahaan-perusahaan tradisional. Contohnya perusahaan fotocopy pada awalnya memberi ancaman bagi perusahaan kertas karbon.

Komponen politik dan hukum adalah undang-undang, peraturan, dan keputusan pemerintah yang mengatur perilaku usaha. Komponen politik/hukum ini dalam suatu periode waktu tertentu akan menentukan operasi perusahaan. Sehingga manajer tidak mungkin mengabaikan iklim politik dan hukum-hukum maupun peraturan yang ada di suatu negara, seperti perlakuan yang adil dalam pembayaran gaji harus sesuai dengan upah minimum yang ditetapkan pemerintah.

Komponen sosial budaya merujuk kepada karakteristik demografi serta perilaku, sikap, dan norma-norma umum dari penduduk dalam suatu masyarakat tertentu. Pertama, perubahan karakteristik demografi seperti, jumlah penduduk dengan keterampilan khusus, pertumbuhan atau pengurangan dari golongan populasi tertentu, mempengaruhi cara perusahaan menjalankan usahanya. Kedua, perubahan sosial budaya dalam perilaku, sikap, dan norma-norma juga mempengaruhi permintaan akan produk dan jasa suatu usaha

PENYAJIAN DAN HASIL UJI INTERPRESTASI DATA

Pembahasan Hasil Penelitian Kuantitatif

Deskripsi Responden

Penyebaran kuesionerorganoleptik dilaksanakan di RS. Darmo jl. Raya Darmo no 90 pada bagian fisioterapi dan di Margorejo IV D dalam sebuah diskusi tentang nugget lele.

Usia Responden

Distribusi usia responden sesuai yang tersaji dalam tabel berikut:

Tabel Kelompok Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
11 – 20 tahun	9	18%
21 – 30 tahun	11	22%
31 – 40 tahun	20	40%
41 – 50 tahun	9	18%
51 – 60 tahun	1	2%
Total	50	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.2, kelompok usia 11 – 20 tahun sejumlah 9 orang dengan persentasi 18%, kelompok usia 21 – 30 tahun sejumlah 11 orang dengan persentase 22%, kelompok usia 31 – 40 tahun sejumlah 20 orang dengan persentase 40%, kelompok usia 41 – 50 tahun sejumlah 9 orang dengan persentase 18%, dan kelompok usia 51 – 60 tahun sejumlah 1 orang dengan persentase 2%. Dengan demikian kelompok usia 31 – 40 tahun menjadi kelompok usia yang paling banyak mengisi kuesioner organoleptik.

Jenis Kelamin

Distribusi jenis kelamin responden sesuai yang tersaji dalam tabel berikut:

Tabel Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	20	40%
Perempuan	30	60%
Total	50	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.3, jenis kelamin responden yang mengisi kuesioner organoleptik lebih banyak perempuan dari pada laki – laki dengan perbandingan persentase 60% dan 40%.

Jenis Pekerjaan

Distribusi pekerjaan responden sesuai yang tersaji dalam tabel berikut:

Tabel Jenis Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Dokter	1	2%
Fisioterapi	12	24%
Karyawan	14	28%
Pelajar/ mahasiswa	8	16%
Ibu rumah tangga	12	24%
Wirausaha	3	6%
Total	50	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.4, jenis pekerjaan responden terdiri dari dokter sebanyak 1 orang, fisioterapi sebanyak 12 orang, karyawan sebanyak 14 orang, pelajar/ mahasiswa sebanyak 8 orang, ibu rumah tangga sebanyak 12 orang, dan wirausaha sebanyak 3 orang.

Dengan demikian jenis pekerjaan yang paling banyak mengisi kuesioner adalah karyawan sebanyak 14 orang dengan persentase 28%.

Deskripsi Variabel

Deskripsi Variabel Rasa

Hasil kuesioner terhadap variabel rasa tersaji dalam tabel berikut:

Tabel Hasil Kuesioner Terhadap Variable Rasa

Variabel	Sampel produk	Pilihan jawaban				Rata - rata
		STS	ST	S	SS	
Rasa	Nugget Lele Kukus	1	10	27	12	3,00
	Nugget Lele Segar		7	30	13	3,12

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.5 hasil kuesioner organoleptik rasa, banyak responden memilih nugget yang dibuat dari ikan lele segar dengan rata – rata 3,12.

Deskripsi Variabel Tekstur

Hasil kuesioner terhadap variabel tekstur tersaji dalam tabel berikut:

Tabel Hasil Kuesioner Terhadap Variable Tekstur

Variabel	Sampel produk	Pilihan jawaban				Rata - rata
		STS	ST	S	SS	
Tekstur	Nugget Lele Kukus	3	23	16	8	2,58
	Nugget Lele Segar		11	28	11	3,00

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.6 hasil kuesioner organoleptik tekstur, banyak responden memilih nugget yang dibuat dari ikan lele segar dengan rata – rata 3,00.

Deskripsi Variabel Aroma

Hasil kuesioner terhadap variabel aroma tersaji dalam tabel berikut:

Tabel Hasil Kuesioner Terhadap Variable Aroma

Variabel	Sampel produk	Pilihan jawaban				Rata - rata
		STS	ST	S	SS	
Aroma	Nugget Lele Kukus	2	11	27	10	2,90
	Nugget Lele Segar		13	31	6	2,86

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.7 hasil kuesioner organoleptik aroma, banyak responden memilih nugget yang dibuat dari ikan lele kukus dengan rata – rata 2,90.

Deskripsi Variabel Warna

Hasil kuesioner terhadap variabel warna tersaji dalam tabel berikut:

Tabel Hasil Kuesioner Terhadap Variable Warna

Variabel	Sampel produk	Pilihan jawaban				Rata - rata
		STS	ST	S	SS	
Warna	Nugget Lele Kukus	1	9	30	10	2,98
	Nugget Lele Segar		4	41	5	3,02

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.8 hasil kuesioner organoleptik warna, banyak responden memilih nugget yang dibuat dari ikan lele segar dengan rata – rata 3,02.

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Penelitian ini dengan $\text{sig} < 0,05$ dengan sampel 50 dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang digunakan dalam penelitian bersifat valid. Hasil uji validitas tersaji pada tabel berikut ini:

Tabel Pengujian Validitas

No	Keterangan	Signifikansi	Signifikan Standar	Keterangan
	X1=Nugget lele kukus			
1	Rasa	0,000	0,05	Valid
2	Tekstur	0,000	0,05	Valid
3	Aroma	0,000	0,05	Valid
4	Warna	0,000	0,05	Valid
	Y1=Nugget lele segar			
1	Rasa	0,000	0,05	Valid
2	Tekstur	0,000	0,05	Valid
3	Aroma	0,000	0,05	Valid
4	Warna	0,000	0,05	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel menunjukkan bahwa hasil organoleptik dalam kuesioner memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga bersifat valid atau dapat mengukur keadaan sebenarnya.

Uji Realibilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Siregar 2013). Uji reliabilitas juga dapat dilakukan dengan Teknik Alpha Cronbach. Koefisien reabilitas alpha dikatakan realibel apabila koefisien alpha lebih besar dari 0,6 dan apabila koefisien alpha lebih kecil dari 0,6 (Siregar 2013).

Tabel Pengujian Reabilitas

No	Variabel Organoleptik	Alpha	Alpha Standar	Keterangan
1	Nugget Lele Kukus	0,810	0,6	Reliabel
2	Nugget Lele Segar	0,611	0,6	Reliabel

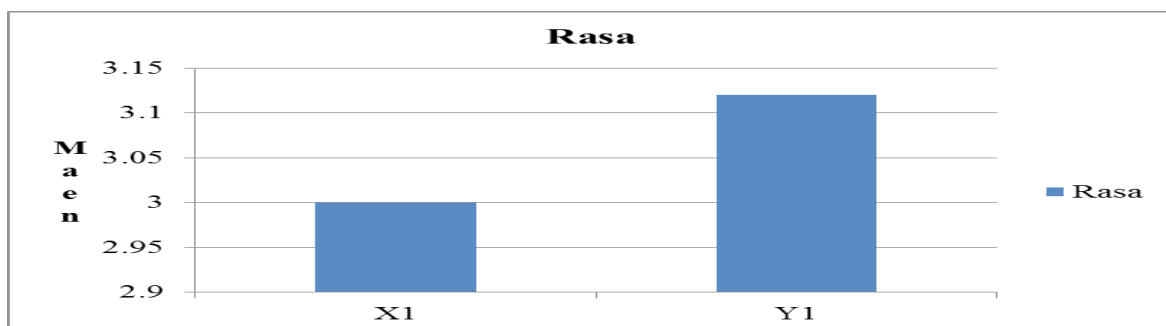
Sumber: data primer yang diolah, 2019

Dari data kuesioner yang didapat dan dilakukan uji menggunakan teknik Alpha Cronbach, mendapatkan angka 0,81 untuk nugget lele kukus dan 0,611 untuk nugget lele segar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut bersifat reliabel karena koefisien alpha cronbach $> 0,6$.

Analisis Data

Perbandingan Rata – Rata Variabel

A. Rasa

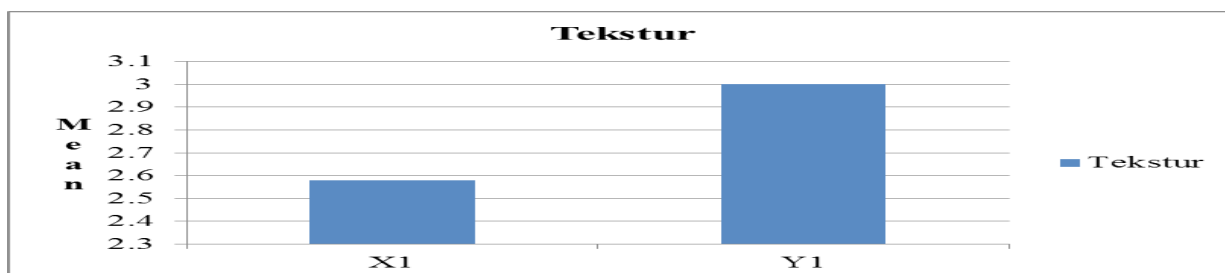


Sumber: data yang diolah, 2019

Gambar Diagram Perbandingan Rata – Rata Variabel Rasa

Berdasarkan tabel 3.3, mean pada parameter rasa terdapat perbedaan antara perlakuan 1 dan perlakuan 2 memiliki selisih 0,12. Hal ini disebabkan kandungan lemak pada perlakuan 2 tidak berkurang, berbeda dengan perlakuan 1 yang melewati tahap pengukusan terlebih dahulu. Jadi responden lebih menyukai rasa pada perlakuan 2.

B. Tekstur

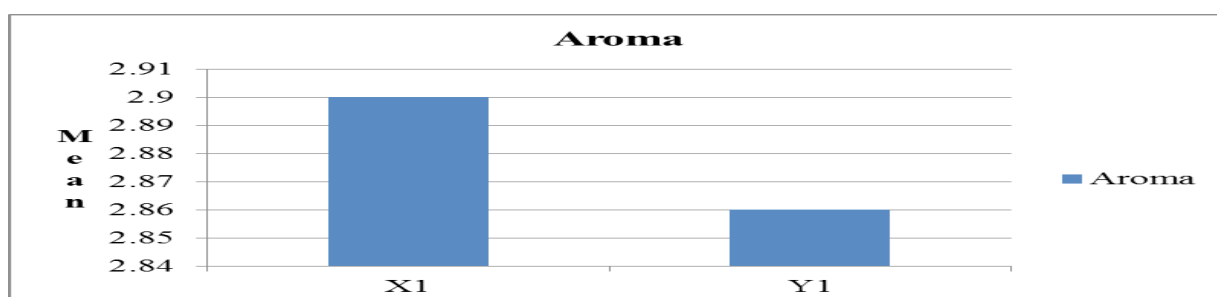


Sumber: data yang diolah, 2019

Gambar 3.4 Diagram Perbandingan Rata – Rata Variabel Tekstur

Berdasarkan tabel 3.4, selisih nilai mean perlakuan 1 dan 2 sebesar 0,42. Hal ini disebabkan pada serat daging lele, pada perlakuan 1 serat daging lele hancur dan daging menjadi lebih lembek karena melewati proses pengukusan. Sedangkan pada perlakuan 2 serat daging tidak berubah dan kenyal. Jadi responden lebih menyukai tekstur pada perlakuan 2.

C. Aroma

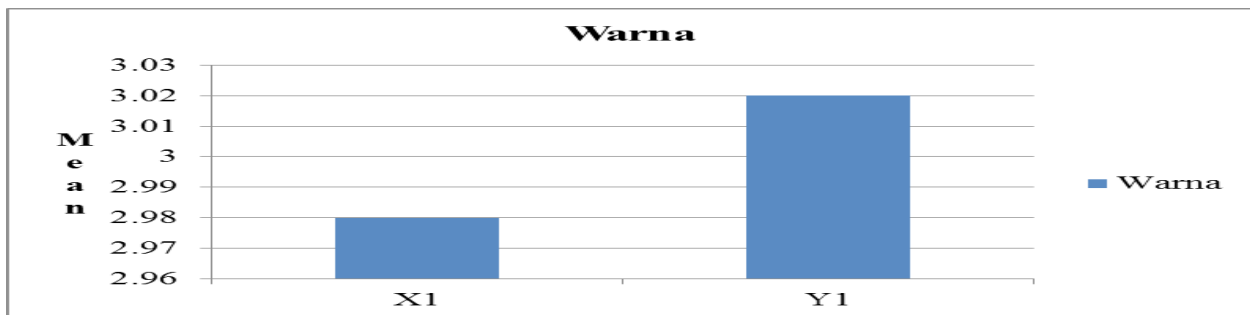


Sumber: data yang diolah, 2019

Gambar 3.5 Diagram Perbandingan Rata – Rata Variabel Aroma

Berdasarkan tabel 3.5, selisih nilai mean perlakuan 1 dan 2 sebesar 0,04. Hal ini dimungkinkan pada saat penyebaran kuesioner menurut responden aroma pada perlakuan 1 dan 2 tidak jauh berbeda. Karena aroma lele sangat tajam dan kuat. Tapi responden lebih menyukai aroma pada perlakuan 1.

D. Warna



Sumber: data yang diolah, 2019

Gambar 3.6 Diagram Perbandingan Rata – Rata Variabel Warna

Parameter warna, selisih nilai mean perlakuan 1 dan 2 sebesar 0,04. Hal ini dikarenakan warna pada nugget tidak jauh beda hanya saja warna nugget di perlakuan 1 lebih gelap dibandingkan perlakuan 2.

Deskripsi Penemuan Kualitatif

Label

Ketentuan dan peraturan label, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan, label produk sekurang-kurangnya memuat nama produk, berat bersih atau isi bersih, serta nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia:

Harga Pokok Produksi

Tabel 3.13 Tabel Harga Pokok Produksi

Bahan	Unit	Harga/unit	Satuan	Total
Lele	10	17.000	Kg	170.000
Susu	1,5	15.000	Liter	22.500
Telur	23	1.250	Butir	28.750
Roti	10	990	Lembar	9.900
Bumbu	10	5.000	Unit	50.000
Tepung roti	1,7	10.000	Kg	17.000
Kemasan Plastik	30	1.500	Pak	45.000
Kemasan Kerdus	30	2000	Pak	60.000
Gas	1	110.000	Prod	110.000
Tenaga	30	2.000	Unit	60.000
Total				573.150

Produk yang dihasilkan	30		Pak	
Harga Pokok Penjualan			per pak	19.105
Harga jual hasil wawancara				23.000
Margin		20%		3.895
Harga jual ideal				33.000
Margin ideal		73%		13.895

Sumber: hasil wawancara, 2019

Berdasarkan tabel 3.13, diperoleh harga pokok produksi Rp 19.105. Berikut ini rincian komponen dalam menentukan harga jual:

Tabel 3.14 Harga Pokok Penjualan

Keterangan	Persentase	Total
Harga Pokok Produksi		Rp 19.105
Biaya Pemasaran	10%	Rp 1.911
Biaya Gaji	20%	Rp 3.821
Biaya Listrik dan Air	10%	Rp 1.911
Biaya depresiasi	5%	Rp 956
Biaya Transportasi	25%	Rp 4.800
Total Biaya		Rp 13.399
Harga Pokok Penjualan		Rp 32.504
Pembulatan		Rp 33.000

Sumber: data yang diolah, 2019

Analisa SWOT

Analisa SWOT pada penelitian nugget lele:

Tabel 3.15 Analisa SWOT

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)	Peluang (Oppurtunity)	Ancaman (Threats)
Kudapan sumber protein tinggi	Kualitas bahan baku kurang baik	Dengan harga Rp 23.000 yang terhitung di HPP terlampir, masyarakat dapat memenuhi akan kebutuhan protein keluarga	Perusahaan besar sudah melihat segmen nugget ikan
Bebas MSG (Monosodium Glutamat)	Peralatan produksi masih sederhana	Kudapan tinggi protein	Mulai bermunculan UMKM pengolahan nugget lele di daerah
Bebas dari bahan pengawet	Biaya edukasi produk yang tinggi		Peraturan pemerintah terbaru makanan olahan dairy, daging, unggas, dan ikan harus memakai ijin BPOM
	Jumlah pemasok tidak mencukupi		
	Sumber bahan baku yang jauh dari tempat produksi		
	Harga bahan baku mahal		

Sumber: Analisa SWOT Produk, 2019

Analisa Eksternal

Analisa Eksternal Mikro

Analisa kelayakan usaha dari aspek eksternal didapatkan analisa eksternal mikro sebagai berikut:

1. Daya tawar pemasok
Pemasok bahan baku ikan lele segar diambil dari dua supplier. Bahan baku ini memiliki peranan yang sangat penting, sehingga daya tawar pemasok juga besar. Jarak pemasok sampai ke tempat produksi sangat jauh karena harga tawar pemasok yang menjadi pertimbangan.
2. Daya tawar pembeli
Harga jual nugget lele Rp 33.000, dengan harga ini pembeli merasa terlalu mahal. Setelah melakukan wawancara harga yang diinginkan pembeli Rp 23.000, sedangkan setelah dihitung ke dalam tabel hpp harga Rp 23.000 sangatlah tidak ideal.
3. Segmentasi, Targeting, Differentiating
Dalam analisis segmentasi pasar Masle, segmentasinya dapat dibagi menjadi 4 variabel. Untuk yang pertama, yaitu variabel geografi, segmentasi produk ini hanya terdapat di Kota Bekasi, Blitar dan Surabaya. Yang kedua variabel demografi, segmentasi Masle dalam hal demografi yaitu, produk ini dapat dikonsumsi oleh usia 5 tahun hingga orang tua bahkan bisa dikonsumsi oleh pria dan wanita, orang berpenghasilan tinggi maupun rendah, karena produk ini harganya terjangkau dan pas untuk semua kalangan. Dan semua agama dapat mengonsumsi karena sudah terjamin kehalalannya. Yang ketiga variabel psikografi, produk ini juga bisa dikonsumsi oleh masyarakat yang bergaya hidup mewah hingga sederhana, untuk kalangan mewah produk ini sangat cocok, karena masyarakat kalangan menengah keatas suka sekali mengonsumsi produk instan dan praktis. Masle juga identik dengan makanan orang berkelas. Sedangkan untuk kalangan sederhana atau menengah kebawah Masle tetap terjangkau harganya. Dan juga produk ini dapat dijadikan cemilan atau lauk pelengkap bagi konsumsinya. Serta produk ini juga cocok untuk masyarakat yang memiliki hobi berpergian atau camping, karena produk ini sangat praktis dan cocok untuk makanan perbekalan (penahan lapar). Variabel yang terakhir yaitu, variabel perilaku, dengan adanya produk Masle konsumen sangat antusias, karena harganya yang murah dan mudah untuk dikonsumsi dan diolah. Dengan demikian dipastikan konsumen akan selalu tertarik pada Masle.

Dari label harga yang diberikan pada produk Masle Mako Lele (Rp 33.000/bungkus). Terlihat bahwa CV Sulung Wicaksono Berdikari ingin memiliki target pasar kalangan menengah ke atas. Secara usia, target utama adalah anak-anak usia 6-15 tahun yang mempunyai kecenderungan senang makanan dan keluarga. Dilihat dari semuanya itu Masle Mako Lele diharapkan dapat merebut hati masyarakat perkotaan mulai dari kalangan menengah hingga atas, pria dan perempuan, anak – anak hingga orang tua.

Diferensiasi produk Masle Mako Lele dengan produk lain, produk menggunakan ikan lele segar, tanpa bahan pengawet, dan tanpa bahan tambahan pangan. Pengolahan produk sudah menerapkan standar Good Manufacturing Practices (GMP).

4. Pesaing

Tabel Analisa Pesaing

Perbandingan			
Merek	Masle Mako Lele	So Good Fish Nugget	Ummisa Nugget Lele
Harga	Rp 33.000	Rp 35.900	Rp 15.000
Kekuatan	Harga lebih terjangkau di bandingkan So Good, Menerapkan sistem GMP dan Mutu pada setiap produk.	Brand kuat, Permodalan besar, Menerapkan Sistem HACCP.	Harga lebih terjangkau dari pada 2 pesaing.
Kelemahan	Brand kurang terkenal, target hanya kalangan menengah ke atas	Rasa terlalu kuat	Belum Memiliki ijin edar, Informasi pada kemasan tidak lengkap (berat bersih, tempat produksi, tanggal kadaluarsa) Industri rumah tangga.

Analisa Eksternal Makro

Analisa kelayakan usaha eksternal makro sebagai berikut:

1. Penduduk
Menurut sensus penduduk Tahun 2018, Kota Surabaya memiliki jumlah penduduk sebanyak 2.892.200 jiwa. Dengan wilayah seluas 350,54 km², maka kepadatan penduduk Kota Surabaya adalah sebesar 7.890 jiwa per km². Pendapatan per kapital Kota Surabaya Rp 157.730.200
2. Sosial dan Budaya
produk instan sudah menjadi gaya hidup masyarakat perkotaan terutama Surabaya. Sebagai contoh, banyak masyarakat yang memilih nugget sebagai pelengkap makan atau perbekalan anaknya. Selain mudah pengolahannya, harganya cukup terjangkau.
3. Peraturan Pemerintah
Peraturan Pemerintah No 28 tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, Gizi Pangan menyatakan bahwa makanan olahan dairy, unggas, dan daging harus memakai izin edar BPOM. Sedangkan, peraturan SPP – IRT hanya berlaku pada makan olahan kering sebagai contoh abon sapi, dendeng sapi, kulit ikan, dan cecek goreng.


PENUTUP

Kesimpulan

1. Uji hipotesis didapatkan hasil tidak ada beda mutu antara nugget yang menggunakan ikan lele dumbo kukus dan nugget yang menggunakan ikan lele dumbo segar.
2. Analisa kelayakan usaha nugget ikan lele dumbo secara lingkungan mikro dapat disimpulkan bahwa produk nugget tersebut layak di pasarkan, karena:
 - Aspek pemasok, pemasok bahan baku ikan lele dumbo sudah sesuai standar yang ditentukan walaupun jarak dari pemasok ke tempat produksi sedikit jauh.
 - Aspek pembeli, dengan harga yang ditawarkan sebesar Rp 33.000 masih dalam kategori terjangkau jika di bandingkan dengan So Good Rp 35.900.
 - Aspek pesaing, masih terbukanya peluang bisnis nugget ikan lele. Selain belum banyaknya perusahaan besar yang melirik pasar nugget ikan lele, kemungkinan lain disebabkan butuh biaya investasi cukup besar untuk memulai usaha.
3. Berdasarkan analisa kelayakan usaha nugget ikan lele dumbo secara lingkungan makro dapat disimpulkan bahwa produk nugget tersebut layak jual. Hal ini dapat dilihat dari pendapatan per kapital Kota Surabaya Rp 157.730.200. Dan gaya hidup juga dapat mempengaruhi daya beli masyarakat.

Saran dan Rekomendasi

1. Hasil kesimpulan didapatkan tidak ada beda mutu antara nugget yang menggunakan ikan lele dumbo kukus dan nugget yang menggunakan ikan lele dumbo segar. Sebaiknya menggunakan perlakuan ikan lele segar karena dapat meminimalkan biaya pada saat pengukusan pertama.

- 
2. Segera melengkapi perijinan sesuai peraturan yang berlaku di Indonesia. Terutama di Kota Blitar
 3. Pengelolaan pembibitan dan pembesaran ikan lele dumbo dapat meminimalkan biaya bahan baku.
 4. Promosi produk diluar pulau jawa supaya dapat melebarkan pasar di Indonesia.
 5. Memoderenisasikan peralatan produksi.
 6. Perlu penelitian lanjut untuk mengetahui lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Andarwulan, N. dan P. Hariyadi. 2004. Perubahan mutu (fisik, kimia, mikrobiologi) produk pangan selama pengolahan dan penyimpanan produk pangan. Pelatihan Pendugaan Waktu Kedaluwarsa (Self Life), Bogor, 1–2 Desember 2004. Pusat Studi Pangan dan Gizi, Institut Pertanian Bogor.
- Andrianto, I.T.T., 2005. Pedoman Praktis Budidaya Ikan Lele. Absolut. Yogyakarta.
- Anonim. 2012. Perikanan Kabupaten Boyolali Tahun 2007- 2011. Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Boyolali. Boyolali.
- Anonim. 2013. Cara Ternak Ikan Lele Dumbo Perawatan dan Masa Panen. <http://www.caramembuatmu.com/2013/10/cara-ternak-ikan-lele-dumbo-perawatan-dan-masa-panen.html>. Diakses 17 Desember 2018.
- Anonim. Buku Saku Pemantauan Status Gizi. 2017. Kementerian Kesehatan RI. Jakarta.
- Arifin, M.Z. 2003. Budidaya Lele. Effhar. Semarang.
- Carter, Wiliam K dan Milton F. Usry. 2006. Akuntansi Biaya Edisi Ketiga belas Buku I. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- David, Fred R. 2006. Manajemen Strategis Edisi Sepuluh. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Djaslim, Saladin. 2002. Manajemen Pemasaran: Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian. Bandung: Linda Karya.
- Ekawatiningsih, Prihastuti, Kokom Komariah, dan Sutriyati Purwanti. 2008. Restoran untuk SMK. Jakarta: Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Departemen Pendidikan Nasional.
- Ferrel, O. C dan D. Harline. 2005. Marketing Strategy. South Western: Thomson Corporation
- Fiani, Margaretha dan Edwin Japarianto. 2012. Analisis Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 1. No. 1, Hal. 1 – 6. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Gaspersz, V. 2008. Total Quality Managemant. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Greenberg, P. (2010). Costumer Relationship Management at The Speed of Light, Fourth Edition. New York: McGraw-Hill.
- Hansen dan Mowen. 2001. Akuntansi Manajemen Biaya Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, R. Don, and Marryanne M. Mowen. 2005. Management Accounting. Second Edition. Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co.

- Jogiyanto, 2005. Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Justisia, S R Widya Areta Humaniora dan Annis Catur Adi. 2016. Peningkatan Daya Terima dan Kadar Protein Nugget Substitusi Ikan Lele (*Clarias batrachus*) dan kacang Merah (*Vigna angularis*). Skripsi. Program Studi S1 Ilmu Gizi, Fakultas Kesehatan Masyarakat. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Kasmir dan Jakfar. 2012. Studi Kelayakan Bisnis. (edisi revisi). Jakarta: Kencana.
- Klimchuk, Marianne dan Sandra A. Krasovec. 2006. Desain Kemasan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2001. Manajemen Pemasaran dan Pelanggan – Analisis Implementasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Louw, A. & Kimber, M. 2007. The Power of Packaging, The Customer Equity Company.
- Lupiyoadi. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat.
- Maghfiroh, I. 2000. Pengaruh Penambahan Bahan Pengikat Terhadap Karakteristik Nugget dari Ikan Patin (*Pangasius hypothalamus*). Skripsi. Program Studi Teknologi Hasil Perikanan, Fakultas Perikanan. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Marinus, Angipora. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- McCarthy, Jerome, E.; Perreault, William D. 2003. Dasar-dasar Pemasaran, Edisi kelima. alih Bahasa : Agus Darma. Jakarta: Erlangga.
- Miyatani A. 2008. Karakteristik Profil Sensori Bubuk Pury Ulat Sutera (*Bombyx mori*) dan Aplikasi Bubuk Pury Pada Pembuatan Kerupuk. Skripsi. Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Mulyadi. 2012. Akuntansi Biaya. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Najiyati, S. 2003. Memelihara Lele Dumbo di Kolam Taman. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Nasution, M. (2010). Manajemen Jasa Terpadu. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Notoadmojo, Soekidjo, Prof. Dr. 2005. Metodologi Penelitian dan Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rabiatul Adwyah. 2008. Pengolahan dan Pengawetan Ikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2010. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia.

- Ratnaningsih, 1999. Pembuatan Nugget Sebagai Pemanfaatan Daging Merah Tuna (Thunus Obesus). Skripsi. Jurusan Teknologi Hasil Perikanan, Fakultas Teknologi Hasil Perikanan dan Ilmu Kelautan. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Riduwan. 2004. Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Cetakan Pertama. Bandung : Alfabeta.
- Ridwan, M. 2008. Sifat-sifat Organoleptik Pengolahan produk. Universitas Negeri Bangka Blitung (UBB): Bangka Blitung
- Rifqi, Mahmud Aditya. 2011. Formulasi Nugget Tahu Pury (Nugget Tapury) Sebagai Alternatif Kudapan Tinggi Protein. Skripsi. Gelar Sarjana Gizi, Fakultas Ekologi Manusia. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Salamah, Ella, dkk. 2011. Pembuatan dan Karakterisasi Hidrolisat Protein dari Ikan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) menggunakan enzim papain. JPHPI 2012, Volume 15 Nomor 1. Departemen Teknologi Hasil Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Salman, Kautsar Riza, SE., Ak., M.S.A., B.K.P., S.A.S. 2013. Akutansi Biaya: Pendekatan Product Costing. Jakarta Barat: Akademia Permata.
- Simamora, Bilson. 2007. Panduan Riset dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia.
- Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS (Cetakan pertama). Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Spence, Charles. 2015. "On the Psychological Impact of Food Colour". Journal Spence Flavour. (2015) No. 4:21.
- Stevenson, J William. 2002. Operation Management. NewYork: McGrawHill.
- Sugiarto, Tonny Hendratono & Djoko Sudiby. 2015. Metodologi Penelitian Hospitaliti & Pariwisata (Cetakan pertama). Jakarta: PT. Matana Publishing Utama.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono, Dicky. 2015. Semua Orang Bisa Menjalankannya – Luar Biasa – Bisnis Restoran di Indonesia (Cetakan pertama). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2004. Strategi Pemasaran (Edisi kedua). Yogyakarta: Andi Offset.
- Ubadillah, Anas dan Wikanastri Hersoelistyorini. 2010. Kadar Protein dan Sifat Organoleptik Nugget Rajungan dengan Substitusi Ikan Lele (*Clarias gariepinus*). Jurnal Pangan dan Gizi. Program Studi Teknologi Pangan. Semarang: Universitas Muhammadiyah.
- Williams, Chuck. 2001. Manajemen (Terjemahan). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.





Email: akparamajapahit@gmail.com - Website: www.majapahit.org