



wonderful
Indonesia 

Jurna Hospitality

VOL 4 NOMOR 3 SEPTEMBER 2018

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 IV nomor 3 edisi bulan September 2018. Jurnal Hospitality Volume IV nomor 3 ini berisi hasil penelitian dosen-dosen Akademi Pariwisata Majapahit di beberapa tempat destinasi wisata, hotel dan resto.

Kualitas layanan hotel dan restoran selalu menjadi isu utama, oleh karenanya selalu menarik untuk diteliti.

Menganalisis pengaruh aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan pengunjung dalam mengunjungi tempat tersebut. Mulai dari fasilitas, keamanan, keunikan, lokasi, produk dan sebagainya sehingga eksistensi tempat tempat tersebut menjadi sebuah destinasi yang wajib dituju dan dikunjungi.

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
Pengaruh Keterampilan Pemimpin, Kompensasi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Hotel Tunjungan Surabaya <i>Agus Sudarsono</i>	 6
Pengaruh Harga , Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restaurant Naomi Surabaya <i>Bambang Soetrisno</i>	 24
Pengaruh Fasilitas, Keamanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Simpang Lima Gumul, Kediri <i>Lily Andayani</i>	 39
Pengaruh Keunikan Produk, Lokasi, Harga Dan Peran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Warung Tristar, Surabaya <i>Yuda Agustian</i>	 55
Budaya Kuliner Dan Sisi Simbolik Dari Bekakak Ayam Dalam Ritual Sunatan Anak Betawi Jakarta (Studi Kasus Setubabakan) <i>Mahmudi</i>	 71
Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Nusantara Di Balai Pemuda Surabaya <i>Sari Palupi</i>	 88
Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Pusat Peragaan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Taman Mini Indonesia Indah Jakarta <i>Lilies Prihantini</i>	 107



PENGARUH KETERAMPILAN PEMIMPIN, KOMPENSASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA HOTEL TUNJUNGAN SURABAYA

AGUS SUDARSONO
Dosen Akpar Majapahit

Abstrak

Motivasi perlu terus ditingkatkan dalam upaya untuk meningkatkan kinerja pegawai. Sedangkan kinerja karyawan berhubungan dengan keterampilan pemimpin, komunikasi dan kompensasi. Pentingnya kompensasi sebagai salah satu indikator kepuasan dalam bekerja sulit ditaksir, karena pandangan-pandangan karyawan mengenai uang atau imbalan langsung nampaknya sangat subjektif dan barang kali merupakan sesuatu yang sangat khas dalam industri. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri, begitu juga halnya bagi suatu organisasi atau perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Keterampilan pemimpin, Kompensasi dan Komunikasi terhadap Kinerja Pegawai pada Hotel Tunjungan Surabaya.

Pemimpin memberikan kebebasan seluas-luasnya kepada para pengikutnya dalam hal menentukan aktivitas mereka. Kompensasi merupakan faktor utama dalam kepegawaian. Komunikasi yang bersifat mempengaruhi tindakan, perilaku, pikiran dan pendapatan padengan cara paksaan baik itu fisik, atau non fisik.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Hotel Tunjungan Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non random sampling dengan teknik Purposive sampling yaitu anggota sampel ditentukan berdasarkan pada ciri tertentu yang dianggap mempunyai hubungan erat dengan ciri populasi. Analisa data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda.

Sebagian besar responden yaitu karyawan yang berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 75 orang (69,18%), sedangkan pria sebanyak 35 orang (31,82). Kemudian usia responden antara 17 sampai 21 tahun sebanyak 34 orang (30,91%) dan berusia 27 sampai 31 tahun yaitu sebanyak 32 orang (29,09%). Mayoritas responden berpendidikan SMA Sederajat yaitu sebanyak 49 orang (44,55%), kemudian Sarjana (S1) sebanyak 32 orang (29,09%) serta Diploma D3 yaitu sebanyak 18 orang (16,36%). Responden yang lama bekerja antara 2 tahun sampai 5 tahun yaitu sebanyak 84 orang (76,36%), kemudian diatas 6 tahun sebanyak 26 orang (23,64%). Sebagian besar responden yaitu bagian bekerja sebagai House Keeping yaitu sebanyak 28 orang (25,45%), kemudian bagian FB product sebanyak 25 orang (22,73%) serta bagian bekerja FB Service dan front office yaitu sebanyak 24 orang (21,82%) dan 13 orang (11,82%) serta bagian accounting dan engineering sebanyak 11 orang (10,00%) dan 9 orang (8,18%).

Berdasarkan hasil penelitian di dapat bahwa Keterampilan Pemimpin, Kompensasi dan Komunikasi secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Hotel Tunjungan Surabaya.

Kata Kunci : *Keterampilan pemimpin, Kompensasi, Komunikasi dan kinerja pegawai*

ABSTRACT

Motivation needs to be improved in an effort to improve the performance employee. Event employee performance related to leadership skill, communication and compensation. The importance of compensation as one of the indicators of satisfaction in working hard estimated, because the views of employees about money or compensation directly seems to be very subjective and perhaps is something very typical in the industry. The importance of communication for humans can not be denied, as well as for an organization or company. The purpose of this study was to determine the effect of Leadership skill, Compensation and Communication on employee performance at Hotel Tunjungan Surabaya.

Leadership provides the widest possible freedom to his followers in terms of determining their activities. Compensation is a major factor in staffing. Communication is to influence the actions, behavior, thoughts and opinions without coercion manner either physical or non-physical.

The population in this study are employees of Hotel Tunjungan Surabaya. The sampling technique used is non-random sampling with purposive sampling technique, namely members of the sample is determined based on certain characteristics that are considered to have a close relationship with the characteristics of the population. Analysis of the data in this study using multiple linear regression.

Most respondents are employees whose female sex as many as 75 people (69.18%), while men are as many as 35 people (31.82). Then the age of the respondents between 17 to 21 years as many as 34 people (30.91%) and aged 27 to 31 years as many as 32 people (29.09%). The majority of respondents had high school or equivalent as many as 49 people (44.55%), then a Bachelor (S1) as many as 32 people (29.09%) and the Diploma D3 as many as 18 people (16.36%). Respondents who worked between 2 years old to 5 years as many as 84 people (76.36%), then above 6 years as many as 26 people (23.64%). Most respondents are part working as House Keeping as many as 28 people (25.45%), then part of the FB product of 25 people (22.73%) as well as working part FB Service and front office as many as 24 people (21.82%) and 13 (11.82%) as well as the accounting and engineering as many as 11 people (10.00%) and 9 (8.18%).

Based on the research results can be found Leadership skill, Compensation and Communications simultaneously and partially significant effect on employee performance Tunjungan Surabaya.

Keywords: *Skills, Leadership, Compensation, Communication and employee performance*

PENDAHULUAN

Dalam masyarakat yang semakin berkembang, manusia senantiasa mempunyai kedudukan yang semakin penting, karena manusia merupakan salah satu faktor utama bagi suatu organisasi untuk menghasilkan suatu produk baik berupa barang atau jasa. Suatu organisasi dikatakan berhasil jika secara efektif dan efisien dapat memanfaatkan sumber daya terutama karyawan yang ada dengan optimal dan profesional. Memanfaatkan sumber daya secara optimal dan profesional artinya menggunakan pegawai sejak perencanaan, pelaksanaan hingga pengawasan dan evaluasi dengan tepat sasaran dan telah memenuhi kaidah-kaidah yang diinginkan baik oleh pegawai sendiri maupun oleh organisasi tempat pegawai bernaung. Untuk itu sumber daya manusia yang ada perlu dikelola dengan baik dan benar, karena keberhasilan manajemen di organisasi ditentukan oleh tinggi rendahnya kinerja pegawainya. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan tinggi rendahnya kinerja pegawai, terutama sangat dipengaruhi oleh tingkat motivasi yang diberikan oleh organisasi kepada pegawainya. Motivasi perlu terus ditingkatkan dalam upaya untuk meningkatkan kinerja pegawai. Sedangkan kinerja karyawan berhubungan dengan keterampilan pemimpin, komunikasi dan kompensasi.

Hal ini berguna untuk menjaga keharmonisan sebuah organisasi agar terwujudnya suatu kepuasan kerja yang dapat berpengaruh terhadap kinerja individu dan organisasi. Sedangkan faktor lain yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah komunikasi. Terjadi kesenjangan antara front office dan housekeeping. Komunikasi merupakan hubungan saling menghargai, hormat-menghormati sesamanya, toleransi dari hati ke hati, dalam rangka satu tujuan untuk mensukseskan pekerjaan dengan baik (sesuai harapan bagi kemajuan organisasi). Komunikasi juga diperlukan untuk menyatukan persepsi pegawai dalam mencapai tujuan yang hakiki pada organisasi untuk menerima dan mengolah ide-ide konstruktif dari pegawai. Komunikasi dalam suatu pekerjaan dapat dilakukan sesama pegawai, yaitu komunikasi individu, dan juga antara department dalam suatu organisasi. Dengan adanya hubungan yang komunikasi dalam suatu organisasi akan dapat meningkatkan kinerja pegawai.

Kinerja pegawai dapat meningkat apabila didukung dari organisasi, menciptakan kondisi lingkungan kerja yang menyenangkan dalam arti ada hubungan baik antar pegawai, antara pegawai dengan pemimpin serta menjaga ketenangan dan keamanan di ruang kerja, maka dengan keadaan yang seperti ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja pegawai. Jadi bagi manajemen organisasi atau pimpinan organisasi kinerja pegawai perlu dipupuk dan selalu ditingkatkan secara terarah agar dapat menunjang kemajuan organisasi tanpa merugikan kepentingan pegawai itu sendiri dan yang paling utama adalah tercapainya tujuan dari organisasi.

Dari pemaparan yang ada di atas, penulis melakukan penelitian di Hotel Tunjungan Surabaya, terjadinya kesenjangan komunikasi antara department front office dan housekeeping serta pemberian kompensasi yaitu gaji pokok yang tidak sesuai dengan upah minimum regional. Dari kesenjangan yang terjadi tersebut apa akan mempengaruhi dari kinerja karyawan Hotel Tunjungan Surabaya secara keseluruhan.

Tabel Data Jumlah Kamar dan Tamu Hotel Tunjungan Surabaya periode Mei-Oktober 2014

No	BULAN	T.HUNIAN	K.TERJUAL	K.TERSEDIA
1	01 - 31 Mei 2014	56,35%	4951	272
2	01 - 31 Juni 2014	69,22%	5776	272
3	01 - 31 Juli 2014	33,50%	2655	272
4	01 - 31 Agustus 2014	48,06%	3823	272
5	01 - 30 September 2014	51,25%	4099	272
6	01 - 30 Oktober 2014	59,78%	4771	272

Sumber: Laporan tingkat Hunian Hotel Tunjungan Surabaya, 2014

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui bahwa tingkat occupancy Hotel Tunjungan Surabaya mengalami fluktuasi dimana pada bulan Juli 2014 tingkat occupancy Hotel Tunjungan Surabaya mengalami penurunan sebesar 33,50%, kemudian tiga bulan berikutnya mengalami kenaikan. Hotel Tunjungan Surabaya senantiasa melakukan penilaian untuk mengukur kinerja perusahaan dengan membandingkan hasil kerja dalam melakukan pencapaian tujuan perusahaan. Pemimpin utama yang melakukan pengambilan keputusan penting di Hotel Tunjungan Surabaya, bertindak secara tegas dalam memimpin Hotel Tunjungan Surabaya. Keputusan yang diambil secara sentralisasi oleh pimpinan bertujuan untuk mengkoordinasikan para pegawai agar bekerja secara maksimal menurut carayang sesuai dengan keinginan pimpinan Hotel Tunjungan Surabaya, gaya kepemimpinan merupakan salah satu faktor dalam peningkatan kinerja pegawai, karena pada dasarnya sebagai tulang punggung pengembangan organisasi dalam mendorong, dan mempengaruhi semangat kerja yang baik kepada bawahan, sehingga kinerja daripada karyawan dapat dikendalikan oleh pimpinan itu sendiri.

Selain faktor dari keterampilan pemimpin, komunikasi juga memegang peranan dalam pencapaian tujuan perusahaan, dalam hal ini Hotel Tunjungan Surabaya sering terjadi kesalahpahaman dalam komunikasi, dimana antar departemen yang ada di Hotel Tunjungan Surabaya, misalnya antara house keeping dengan front office, dimana dalam menerima tamu, front office tidak pernah berkomunikasi dulu dengan pihak house keeping mengenai kamar yang siap huni, sehingga tamu complain dengan pelayanan yang diberikan Hotel Tunjungan Surabaya. Dimana komunikasi mempunyai peranan yang penting di dalam suatu organisasi/perusahaan. Dengan adanya komunikasi yang baik, suatu kegiatan perusahaan dapat berjalan lancar dan begitu pula sebaliknya, kurang atau tidak adanya komunikasi akan berakibat buruk bagi perusahaan.

Selain itu komunikasi juga mempunyai fungsi persuasif yaitu pimpinan dapat mendorong karyawan untuk dapat melakukan pekerjaannya dengan lebih sukarela, serta fungsi integratif yang dapat menciptakan suatu lingkungan perusahaan yang terintegrasi.

Selain itu kompensasi menjadi masalah dalam Hotel Tunjungan Surabaya, dimana para karyawan menganggap besarnya kompensasi yang diberikan Hotel Tunjungan Surabaya kurang memenuhi kebutuhan sehari-hari karyawan, dimana besarnya gaji yang diberikan tidak sesuai dengan Upah Minimum Regional (UMR) juga mengenai uang pelayanan juga tidak diberikan, sehingga menimbulkan ketidakpuasan dalam bekerja. Oleh karena berdampak pada keluar masuknya karyawan yang ada di Hotel Tunjungan Surabaya, dimana selama tiga tahun terakhir ini karyawan yang keluar mengalami peningkatan, pada tahun 2012 karyawan yang keluar 9%, kemudian tahun 2013 naik sebesar 12% dan tahun 2014 naik menjadi 15%.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri, begitu juga halnya bagi suatu organisasi atau perusahaan. Seorang manajer yang memiliki tanggung jawab yang besar harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik terhadap karyawannya. Dari kemampuan manajer tersebut berkomunikasi.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana keterampilan pemimpin berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada Hotel Tunjungan Surabaya ?
2. Bagaimana kompensasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada Hotel Tunjungan Surabaya ?
3. Bagaimana komunikasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada Hotel Tunjungan Surabaya ?
4. Diantara factor factor diatas, manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kinerja pegawai hotel tunjungan Surabaya.

TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh keterampilan pemimpin terhadap kinerja pegawai pada Hotel Tunjungan Surabaya
2. Untuk menganalisis pengaruh kompensasi terhadap kinerja pegawai pada Hotel Tunjungan Surabaya
3. Untuk menganalisis pengaruh komunikasi terhadap kinerja pegawai pada Hotel Tunjungan Surabaya
4. Untuk menganalisis kinerja karyawan hotel Tunjungan Surabaya

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Wexley dan Yukl (1997: 12) mengatakan bahwa kinerja adalah cara segenap elemen di suatu instansi dalam melaksanakan tugas dan fungsinyamasing-masing sesuai dengan aturan yang ada.Selanjutnya menurut Handoko (1988: 143) mengatakan bahwa kinerja merupakan keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan. Hal ini akan tampak dari sikap positif karyawan terhadap segala sesuatu yang dihadapi di lingkungan kerja. Pendapat yang sama juga disampaikan oleh (As'ad, 2012: 104) mengatakan bahwa kinerja berhubungan erat dengan sikap dari karyawan terhadap pekerjaannya, situasi kerja, kerjasama antara pimpinan dengan karyawan, dan antar sesama karyawan. Dalam pengertian ini dapat diketahui bahwa kinerja sebagai hasil interaksi manusia dengan lingkungan kerja. Berkaitan dengan hal ini Tample (1992: 44) menyebutkan bahwa kinerja tergantung dari tingkat problem intrinsik dan ekstrinsik serta tergantung kepada pandangan pemegang pekerjaan terhadap perolehan hasil yang dicapai..

Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah suatu keadaan pelaksanaan kerja di dalam suatu instansi yang didasarkan pada perasaan emosional seorang karyawan. Hal ini akan tampak dari sikap karyawan terhadap aspek-aspek yang dihadapinya di lingkungan kerja yang menyangkut penyesuaian diri yang sehat termasuk di dalamnya gaji, kondisi fisik, dan psikologis maupun aturan hukum yang ada. Untuk mengukur kinerja organisasi atau kinerja aparatur, sedangkan menurut Dwiyanto (1950) menawarkan tiga konsep, yaitu *responsiveness*, *responsibility* dan *accountability*. *Responsiveness* atau *responsivitas* yaitu kemampuan organisasi untuk dapat mengenai kebutuhan masyarakat, menyusun agenda dan prioritas pelayanan, mengembangkan program-program pelayanan publik yang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Dengan kata lain *responsivitas* adalah kesesuaian antara program dan kegiatan yang dijalankan dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat. *Responsibility* atau *responsibilitas* yaitu menjelaskan apakah pelaksanaan kegiatan organisasi publik itu dilakukan sesuai dengan prinsip administrasi yang benar atau sesuai dengan kebijakan organisasi baik yang implisit maupun eksplisit. *Accountability* atau *akuntabilitas* yaitu menunjuk pada seberapa besar kebijakan dan kegiatan organisasi tunduk pada para pejabat politik yang dipilih oleh rakyat (*elected officials*). *initiative*, *adaptability*, dan *cooperation*. Selain itu juga diberikan kebebasan kepada pegawai untuk memberikan pendapatnya mengenai kinerjanya selama ini juga pendapatnya terhadap kinerja masa depannya.

Dari berbagai teori dan pendapat para pakar di atas memiliki nafas dan nada yang sama dalam menilai kinerja atau aparatur, yaitu bahwa dalam pengukuran kinerja tersebut harus memenuhi prinsip SMART (*Systematic, Measurables, Achivable, Rational, Time Bond*). Untuk menyusun instrument pengukuran kinerja yang baik harus dapat mengadopsi teori-teori tersebut serta mengaplikasikannya sesuai kebutuhan dan kondisi masing-masing organisasi atau pegawai yang akan diukur kinerjanya.

Keterampilan pemimpin

Kepemimpinan dalam pengertian umum berarti menunjukkan suatu proses kegiatan seseorang dalam hal memimpin, membimbing, mempengaruhi atau mengontrol pikiran, perasaan

dan tingkah laku terhadap orang lain yang berada di bawah pengawasannya. Menurut Davis (1993: 152), “kepemimpinan adalah proses mendorong, membantu orang lain untuk bekerja sama dengan antusias mencapai tujuan”. Sedangkan menurut Hasibuan (1994: 92), pengetahuan kepemimpinan adalah: “Cara seseorang pemimpin mempengaruhi bawahan agar mau bekerjasama dengan bekerja secara produktif untuk mencapai tujuan organisasi.”

Menurut G.Terry, “kepemimpinan adalah hubungan dimana satu orang yakni pemimpin mempengaruhi orang lain untuk bekerja sama secara sukarela dalam mengerjakan tugas-tugas yang berhubungan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh pemimpin”. Kepemimpinan sangat dibutuhkan oleh manusia karena adanya suatu keterbatasan dan kelebihan tertentu pada manusia. G.Terry (dalam Toha, 2003: 253) berpendapat “kepemimpinan itu sebagai suatu aktivitas untuk mempengaruhi orang-orang agar supaya diarahkan mencapai tujuan organisasi”. Dengan kemampuan kepemimpinannya yang dimiliki seorang pemimpin dapat dengan sengaja mempengaruhi bawahannya untuk melakukan sesuatu yang diharapkan oleh pimpinan tersebut dalam usahanya mencapai tujuan organisasi. Tanpa adanya kepemimpinan pada seorang pemimpin dalam suatu satuan kerja akan sulit bagi pimpinan tersebut mencapai tujuan organisasi.

Kepemimpinan adalah kemampuan untuk memengaruhi orang lain untuk mencapai tujuan dengan antusias (Davis & Newstrom 2000: 78). Definisi tentang kepemimpinan dapat diartikan sebagai kemampuan mengarahkan pengikut-pengikutnya untuk bekerja bersama dengan kepercayaan serta tekun mengerjakan tugas-tugas yang diberikan oleh pemimpin mereka. Seorang pemimpin harus memiliki kemampuan untuk mengarahkan dan membimbing pengikutnya, mampu membuat pengikutnya saling bekerja sama, memberikan kepercayaan serta mendorong semangat agar pengikutnya bekerja tekun dalam rangka mencapai tujuan yang hendak dicapai.

Wirawan (2008 : 75) mengklasifikasikan lima faktor personal yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin ke dalam lima kategori umum, yaitu:

- a. Kapasitas; berupa intelegensi, kehati-hatian, kemampuan verbal, orisinalitas, dan pengambilan keputusan.
- b. Pencapaian; berupa beasiswa dan pengetahuan.
- c. Tanggung jawab; berupa ketergantungan, inisiatif, keagresifan, percaya diri dan keinginan untuk menjadi yang terbaik.
- d. Partisipasi; berupa aktivitas, sosialisasi, kooperatif, kemampuan adaptasi dan humoris.
- e. Status; berupa posisi sosial ekonomi dan popularitas.

Menurut Syamsi (2007 : 44) pemimpin harus memiliki tiga macam keterampilan, yaitu:

- a. Keterampilan konseptual (conceptual skill), yaitu kemampuan untuk berpikir secara konsep berkaitan dengan model, kerangka dan hubungan yang luas, seperti rencana jangka panjang, semakin tinggi jabatan, maka keterampilan konseptual semakin dibutuhkan;
- b. Keterampilan manusia (human skill), yaitu kemampuan kerja secara efektif dengan rekan kerja di dalam satu tim; dan
- c. Keterampilan teknis (technical skill), yaitu mengacu pada pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam salah satu bidang, contoh: keterampilan yang dimiliki oleh seorang insinyur

mesin, keterampilan jenis ini merupakan ciri yang menonjol dari prestasi kerja pada tingkat operasional, semakin tinggi jabatan dan tanggung jawab maka keterampilan teknis menjadi semakin berkurang

Kompensasi

Pengertian kompensasi menurut Hasibuan (2005) adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan. Menurut Tulus dalam Jurnal Bahrul Yaman (2009) kompensasi atau balas jasa didefinisikan sebagai pemberian penghargaan langsung maupun tidak langsung, financial maupun non-finansial yang adil dan layak kepada karyawan atas sumbangan mereka dalam pencapaian tujuan organisasi. Kompensasi merupakan sebuah komponen penting dalam hubungannya dengan karyawan. Kompensasi sangat dipengaruhi faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Kompensasi sangat dipengaruhi oleh tekanan-tekanan faktor-faktor pasar kerja, posisi rebut tawar kolektif, peraturan pemerintah, filosofi manajemen puncak tentang pembayaran dan manfaat termasuk tentang kompensasi internasional (Mangkuprawira, 2004).

Jenis-jenis Kompensasi

Kompensasi merupakan cara perusahaan untuk meningkatkan kualitas karyawannya untuk pertumbuhan perusahaan. Setiap perusahaan memiliki suatu sistem kompensasi yang berbeda-beda sesuai dengan visi, misi, dan tujuannya. Menurut Kismono (2011) kompensasi dapat dibedakan dalam dua kategori, yaitu:

1. Kompensasi Finansial (Uang)
 - a. Kompensasi langsung berupa pembayaran upah (pembayaran atas dasar jam kerja), gaji (pembayaran secara tetap/bulanan), dan insentif atau bonus. Pemberian gaji tetap setiap bulannya umumnya didasarkan pada nilai pekerjaan yang diembannya. Semakin tinggi nilai pekerjaan atau jabatannya akan semakin tinggi pula gaji yang diterimanya tanpa mempertimbangkan kinerja yang dihasilkannya. Penentuan nilai sebuah pekerjaan dilakukan melalui evaluasi pekerjaan. Sebaliknya, besar-kecilnya gaji insentif atau bonus dikaitkan dengan kinerja seseorang atau kinerja organisasi. Jika seseorang menunjukkan kinerja yang lebih tinggi dibandingkan rekan kerjanya, maka dia berhak mendapatkan insentif lebih besar walaupun mereka menduduki jabatan yang sama.
 - b. Kompensasi pelengkap atau tidak langsung (benefits), pemberian pelayanan dan fasilitas kepada karyawan seperti program beasiswa pendidikan, perumahan, program rekreasi, libur dan cuti, konseling financial, dan lain-lain.
2. Kompensasi Nonfinansial (Nonuang)
 - a. Kepuasan dari pekerjaan itu sendiri, yaitu yaitu tugas-tugas yang menarik, tantangan, tanggung jawab, pengakuan, dan rasa pencapaian.

- b. Kepuasan yang diperoleh dari lingkungan kerja karyawan, yaitu kebijakan yang sehat, supervisi yang kompeten, kerabat kerja yang menyenangkan, dan lingkungan kerja yang nyaman

Komunikasi

Dalam komunikasi terdapat lima unsur atau komponen (Wursanto, 1989: 34). Dimana kelima komponen komunikasi tersebut merupakan suatu kesatuan yang utuh dan bulat, bila satu komponen tidak ada maka komunikasi tidak akan bisa terjadi.

Dengantanggapan yang diberikan oleh penerima berita, maka pihak komunikatordapat mengetahui apakah berita yang dikirim itu sampai dan dimengerti atau tidak oleh komunikan. Dengan diterimanya respons atau dengan adanya feedback dari pihak komunikan, maka akan terjadi komunikasi duaarah. Komunikasi yang demikian disebut two ways traffic atau two waysflow communication. Lawannya disebut komunikasi searah atau one way communication.

Komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi beberapa macam, tergantung dari segi peninjauannya. Uraian tentang klasifikasi komunikasi ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran teoretis tentang berbagai macam komunikasi. Ada sepuluh kriteria yang dapat dipergunakan untuk mengadakan klasifikasi atau menggolong-golongkan komunikasi.

Ciri-ciri dari komunikasi informal adalah:

- a. Komunikasi informal sifatnya tidak resmi.
- b. Komunikasi informal dapat terjadi melalui informasi dari mulut ke mulut.

Dalam komunikasi dari mulut ke mulut ini terdapat hubungan dan keterangan yang tidak resmi. Komunikasi informal terjadi atas kehendak para anggota organisasi sendiri atau hasrat pribadi. Komunikasi internal, yaitu komunikasi yang berlangsung di dalam suatu organisasi. Jadi komunikasi ini hanya terjadi di dalam lingkungan organisasi sendiri. Di dalam lingkungan organisasi dapat terjadi berbagai macam komunikasi. (d). Komunikasi yang berlangsung secara diagonal.

Komunikasi eksternal, adalah komunikasi yang berlangsung antara organisasi dengan pihak masyarakat yang ada di luar organisasi. Komunikasi eksternal bertujuan untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan warga atau kelompok-kelompok masyarakat lainnya di luar organisasi.

Menurut Aliran Informasi ada komunikasi ke atas, yaitu komunikasi dari bawahan kepada atasan, Oleh karena itu komunikasi ke atas mengalir dari hirarki wewenang yang lebih rendah ke hirarki wewenang yang lebih tinggi dan mengalir melalui saluran rantai komando. Komunikasi ke bawah, yaitu komunikasi yang mengalir dari pimpinan kepada bawahan, dari tingkatan manajemen puncak ke manajemen menengah, manajemen yang lebih rendah terus mengalir kepada para pegawai bawahan/pekerja. Suatu organisasi tidak dapat melaksanakan fungsinya tanpa adanya komunikasi. Komunikasi mengikat bersama bagian-bagian dari suatu organisasi dan mendorong orang-orang untuk bertindak. Agar terjadi kegiatan kelompok atau organisasi maka harus ada komunikasi antara para anggotanya. Dalam suatu organisasi kerja komunikasi menjalankan beberapa fungsi (Moekijat, 1993: 7),

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan hipotesis yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan, kompensasi dan komunikasi terhadap kinerja pegawai pada Hotel Tunjungan Surabaya.

Variabel dan Pengukurannya

Variabel-variabel dalam penelitian ini meliputi tiga variabel dependen dan satu variabel independent diantaranya :

Variable dependen :

1. Keterampilan pemimpin
2. Kompensasi
3. Komunikasi

Variable independen :

- 1 Kinerja Pegawai

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert. Di dalam skala likert kemungkinan jawaban tidak hanya sekedar setuju atau tidak setuju saja. Melainkan dibuat lebih banyak kemungkinan jawaban (Ghozali, 2013:66),

Jawaban dengan skor yang semakin besar menunjukkan penilaian yang semakin positif terhadap pertanyaan yang diberikan. Jawaban dengan skor yang semakin kecil menunjukkan penilaian yang semakin negatif terhadap pertanyaan yang diberikan.

Definisi Operasional Variabel

- 1) Keterampilan pemimpin (X1)
Suatu proses mendorong, membantu orang lain untuk bekerjasama dengan antusias atau proses mempengaruhi orang lain untuk bekerja secara sukarela untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh seorang pemimpin .
- 2) Kompensasi (X2)
Merupakan pemberian penghargaan langsung maupun tidak langsung, finansial maupun non-finansial yang adil dan layak kepada karyawan atas sumbangan mereka dalam pencapaian tujuan organisasi. Pembayaran atas dasar jam kerja, insentif serta memberikan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan agar dapat promosi jabatan yang lebih tinggi dan memberikan penghargaan bagi yang berprestasi.
- 3) Komunikasi (X3)
Merupakan tingkat di mana isi komunikasi dapat diterima dan dipahami oleh pihak lain yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Yang secara struktural dalam organisasi komunikasi pimpinan ke bawahan dalam bentuk arahan, perintah atau kerjasama serta komunikasi dari bawahan ke atasan biasanya berbentuk penyampaian ide, gagasan, laporan ataupun saran yang relevan kepada pimpinan.

4) Kinerja Pegawai (Y)

Merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika dengan segenap elemen yang melaksanakan tugas sesuai dengan fungsinya masing-masing.

Prosedur Penarikan Sampel (Sampling)

Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus dalam suatu riset khusus, Sugiyono (2009:79). Populasi dalam penelitian adalah karyawan Hotel Tunjungan Surabaya berjumlah 210 karyawan.

:

Data

Data yang telah dikumpulkan dari hasil kuesioner yang telah diisi responden sebelum diolah lebih lanjut perlu diuji apakah data tersebut valid dan reliabel. Oleh karena itu, sebelum data diolah ke tahapan selanjutnya uji validitas dan uji reliabilitas perlu dilakukan terlebih dahulu.

Uji Validitas

Pengujian yang pertama dilakukan adalah pengujian validitas kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Ghazali (2013 : 137), jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel atau indikator tersebut valid, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel atau indikator tersebut tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji ini untuk mengukur konsistensi suatu indikator dari variabel atau konstruk. Uji ini dapat dilihat dari koefisien Cronbach's Alpha $\geq 0,7$, maka reliabel Ghazali (2013 : 137).

PEMBAHASAN

Surabaya sebagai kota besar, yang tentunya juga menyedot investor untuk melakukan penanaman modal sehingga akan banyak transaksi bisnis dilakukan di kota ini. Selain tujuan berwisata, dengan demikian akan banyak dibutuhkan sarana akomodasi yang berupa hotel sebagai tempat tinggal sementara, transportasi dan lain sebagainya. Peluang ini yang ditangkap oleh PT LAMICITRA NUSANTARA sebagai induk perusahaan Hotel Tunjungan Crystal Palace Surabaya.

Karakteristik Responden

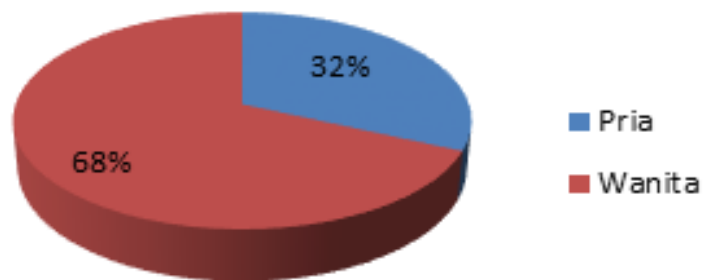
Kuesioner penelitian disamping menanyakan pendapat responden mengenai motivasi dan kinerja juga diteliti mengenai karakteristik demografi responden yang menyangkut jenis kelamin,

usia, pendidikan, lama bekerja dan bagian kerja. Berikut adalah hasil penelitian yang menyangkut karakteristik tersebut :

Distribusi jenis kelamin responden

Berikut adalah distribusi jenis kelamin responden karyawan Hotel Tunjungan Surabaya :

Gambar Jenis kelamin Karyawan Hotel Tunjungan Surabaya



Tabel Distribusi jenis kelamin Karyawan Hotel Tunjungan Surabaya

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persen
1	Laki – Laki	35	31.82
2	Wanita	75	68.18
	Total	110	100

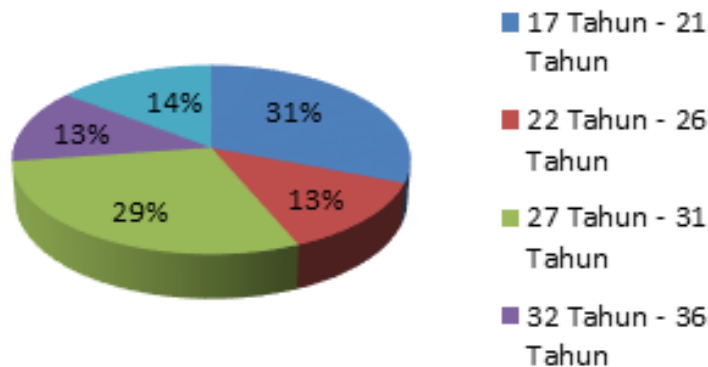
Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan Gambar dan Tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu karyawan yang berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 75 orang (69,18%), sedangkan pria sebanyak 35 orang (31,82).

Distribusi Usia responden

Berikut adalah distribusi usia karyawan Hotel Tunjungan Surabaya :

Gambar Usia Karyawan Hotel Tunjungan Surabaya



Berdasarkan Gambar dan Tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu berusia antara 17 sampai 21 tahun sebanyak 34 orang (30,91%). Kemudian urutan kedua adalah yang berusia 27 sampai 31 tahun yaitu sebanyak 32 orang (29,09%).

Berdasarkan Gambar 4.3 dan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu berpendidikan SMA Sederajat yaitu sebanyak 49 orang (44,55%), kemudian Sarjana (S1) sebanyak 32 orang (29,09%) serta Diploma D3 yaitu sebanyak 18 orang (16,36%).

KESIMPULAN

- Kompensasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Hotel Tunjungan Surabaya teruji kebenarannya dengan nilai t hitung sebesar 2,779 dan nilai signifikan sebesar 0,006 (lebih kecil dari 0,05). Komunikasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Hotel Tunjungan Surabaya teruji kebenarannya dengan nilai t hitung sebesar 15,506 dan nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05).
- Pemimpin mampu merencanakan langkah-langkah yang jelas/tegas dalam melakukan pengawasan pekerjaan
- Pimpinan mempunyai kemampuan untuk berinteraksi dengan karyawan Pimpinan bisa menggunakan program computer dengan baik
- Pimpinan mampu bekerja sama dengan karyawan dalam pekerjaan dengan baik
- Pimpinan memberikan arahan kepada bawahan dalam melaksanakan pekerjaannya
- Pegawai diberi kesempatan untuk menyampaikan ide-ide dan gagasan-gagasan yang berkaitan dengan pekerjaan kepada atasan
- Karyawan menyampaikan laporan setelah melakukan suatu pekerjaan kepada pimpinan
- Karyawan memberikan saran yang relevan kepada pimpinan mengenai hal yang berhubungan dengan pekerjaan
- Karyawan terbuka dalam hal menyampaikan pendapat kepada atasan
- Setiap ada permasalahan yang timbul dalam pekerjaannya, pegawai dapat dengan mudah minta petunjuk dan arahan pimpinan

KAJIAN PUSTAKA

- Anthony, Robert N, John Dearden, and Norton M. Bedford, 1984, Sistem Pengendalian Manajemen, Edisi Kelima, Penerjemah Agus Maulana, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta
- As'ad, Moh. 2012. Psikologi Industri, cetakan kesepuluh. Yogyakarta : Liberty
- Bernardin, Russel, 1998, Human Resource Management, An Experiential Approach International, Edition, Mc Grow – Hill.
- Božidar Leković¹ and Nemanja Berber (2014), The Relationship Between Communication Practice and Organizational Performances in Organizations from Europe, Industrija, Vol.42, No.3, 2014
- Burgen & Huffner. 2002. Human Communication. London: Sage Publication.
- Baihaqi, Muhamad Fauzan. 2010. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja, Dan Kinerja Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Yudhistira Ghalia Indonesia Area Yogyakarta). Skripsi Fakultas Ekonomi UNDIP. (Dipublikasikan).
- Bahrul Fajar. (2009) in journal Gaya Kepemimpinan dan Kinerja Karyawan Matahari Department Store di Hermes Palace Mall kota Banda Aceh
- Davis, & Newstrom 2000. Human Behavior At Work : Organizational Behavior. New York : McGraw Hill International
- Dwiyanto, Agus. Dkk. Reformasi Birokrasi Publik di Indonesia, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 1995.
- Dwiyanto, Agus, 1995: Penilaian Kinerja Organisasi Publik, Yogyakarta
- Djamiluddin, Yosali Iriantara. (1997). Komunikasi Persuasif. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ermaya, S. 2005. Leaders and Leadership Government, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta
- Fenwick Feng Jing, Gayle C. Avery, 2008, Missing Links In Understanding The Relationship Between Leadership And Organizational Performance, International Business & Economics Research Journal – May 2008 Volume 7, Number 5
- Ghozali, Imam, 2013. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goris, Jose' R. 2006. Effects of Satisfaction with Communication on The Relationship Between Individual-Job Congruence and Job Performance/Satisfaction. Journal of Management Development School of Business, Andrews University, Berrien Springs, Michigan, USA Volume 26, No. 8. pp. 37-752. Emerald Group Publishing Limited

George R. Terry dalam bukunya *Principle of Management*

Handoko, T. Hani, 1988, *Manajemen*, edisi 2, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Hasibuan, Malayu S.P. 1994. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi. Bumi Aksara, Jakarta

Hasibuan, Malayu S.P. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi. Salemba Empat, Jakarta

Iriantara, yosal. 2008, *Community Relations (Konsep dan Aplikasinya)*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media

Jed de varo, 2004, *Teams, Autonomy, and the Financial Performance of Firms*, Department of Labor Economics Cornell University Ithaca, NY 14853, U.S.A

Jahidul Islam, Saiful Islam, MahmudurRahman, 2012, *Dispersion Compensation in Optical Fiber Communication Using Fiber Bragg Grating*, *Global Journal of researches in engineering Electrical and electronics engineering* Volume 12 Issue 2 Version 1.0 February 2012

Kaihatu, T.S., Rini, W.Astjarjo (2007), "Kepemimpinan Transformasional dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan atas Kualitas Kehidupan Kerja, Komitmen Organisasi, dan Perilaku Ekstra Peran: Studi pada Guru-Guru SMU di Kota Surabaya", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol.98, no.1, Maret: 49-61

Kistoyo, 2008, *Pengaruh Kepemimpinan, Komunikasi Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Pendidikan Kabupaten Pekalongan*, Tesis, Program Studi Pendidikan Kependudukan Dan Lingkungan Hidup Program Pascasarjana Universitas Sebelas-Maret Surakarta, 2008

Keban, Yeremias T. 1995. "Indikator Kinerja Pemda: Pendekatan Manajemen dan Kebijakan", Makalah Seminar Jur.Administrasi Negara, Fisipol UGM, Yogyakarta, 20 Mei

Kismono, Gugup. 2011. *Bisnis Pengantar*, Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Kusumawati, Ratna. 2008. *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Pada RS Roemani Semarang)*. Tesis Fakultas Ekonomi UNDIP. (Dipublikasikan Kinicki, A. (1992): *Organizational Behavior*. 2. Aufl. Boston und Sydney. Lateiner dan Levine, 1993, *Teknik Memimpin Pegawai dan Pekerja*. Terjemahan Imam Soedjono. Jakarta: Aksara Baru

Mondy.R., Wayne dan Robert M. Noe 1990. *Human Resource Management*. New York : Allyn and Bacon

- Muhammad Kadafi, 2010, Pentingnya Kerjasama Tim Dan Orientasi Hasil Terhadap Kinerja Karyawan, JURNAL EKSIS Vol.6 No.2, Agustus 2010: 1440 – 1605
- MulyadidanSetyawan, 2001, Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen, Edisi 1, Penerbit Aditya Media, Yogyakarta
- Mangkuprawira, Tb.S. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. Evaluasi Kinerja SDM. Bandung :Refika Aditama.
- Moekijat. 1993. Teori Komunikasi. Mardarmaju: Bandung Mokodompit. Vol 2, No 2 (2013) Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Efektifitas Kinerja Pada PT. Radio Memora Anoa Indah
- Obiwuru Timothy C, Okwu, Andy T, Akpa, Victoria O. Nwankwere, Idowu A., 2011, Effects Of Leadership Style On Organizational Performance: A Survey Of Selected Small Scale Enterprises In Ikosi – Ketu Council Development Area Of Lagos State, Nigeria, Australian Journal of Business and Management Research Vol.1 No.7 [100-111] | October-2011
- Pedro Neves dan Robert Eisenberger, 2012, Management Communication and Employee Performance: The Contribution of Perceived Organizational Support, Human Performance Publication details, including instructions for authors and subscription information: <http://www.tandfonline.com/loi/hhup20>
- Prawirosentono, Suyadi. 1992. Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif, Bumi Aksara, Jakarta
- Prawirosentono, S. (1999), Kebijakan Kinerja Karyawan, Edisi I, Yogyakarta : BPFE.
- Rakhmat, Jalalludin, 1997, Metode Penelitian Komunikasi, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rasimin, B.S. 1988. Individu dalam Industri dan Organisasi. Makalah. Disajikan dalam Rangka Kursus Manajemen Keuangan Kerjasama PJKA dan PPM. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi UGM
- Razi, Nazila, More, Elizabeth. 2010. The Role of Communication in The Acquisition of High Performance Work System Organisations. Australian Journal of Communication. Vol. 37, No. 1, pg: 55-74.
- Sallie J. Weaver, et al, 2010, Does Teamwork Improve Performance in the Operating Room? A Multilevel Evaluation, The Joint Commission Journal on Quality and Patient Safety
- Salim dan Moodward SA (1992) The manager monitor in: Lwilcocks & j Harrow London: mc graw hill co.

- Saurabh Kumar¹, Prof. A. K. Jaiswal, Er. Mukesh Kumar, Er. Rohini Saxena (2013), Performance Analysis of Dispersion Compensation in Long Haul Optical Fiber with DCF, IOSR Journal of Electronics and Communication Engineering (IOSR-JECE)e-ISSN: 2278-2834,p- ISSN: 2278-8735. Volume 6, Issue 6 (Jul. - Aug. 2013), PP 19-23
- Sengupta.S. Krapfel. R. E. and Pusateri.M.A.(2000)”. An Empirical Investigation of Key Account Saleperson effectiveness. Journal of Personal selling & Sales Management., 253-261.
- Sheikh Raheel Manzoor, HafizUllah, Murad Hussain, dan Zulqarnain Muhammad Ahmad (2011) dengan judul Effect of Teamwork on Employee Performance, International Journal of Learning & Development ISSN 2164-4063, 2011, Vol. 1, No. 1
- Siagian, Sondang. 2009. Teori Motivasi dan Aplikasinya. PT Rineka Cipta, Jakarta
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung :
- .Sugiyono (2004), Metode Penelitian Bisnis, CV. Alfabeta, Bandung
- Sunadji¹, Eka Afnan Troena, Surachman, Armanu (2013), The Role of Organizational Culture, Leadership, Communication, and Job Satisfaction on Employee Performance (Study on Public Enterprise of Water Resource Management of Ministry State-Owned Enterprise), International Journal of Business and Behavioral Sciences Vol. 3, No.2; February 2013
- Suradinata, Emaya, 2005, Pemimpin dan Kepemimpinan Pemerintahan : Pendekatan Budaya, Moral, dan Etika, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Syamsil Ibnu. 2007. Efisiensi, Sistem, dan Prosedur Kerja. Jakarta: Bumi Aksara
- Suranta, Sri. 2002. Dampak Motivasi Karyawan Pada Hubungan Antara Gaya Kepemimpinan Dengan Kinerja Karyawan Perusahaan Bisnis. *mpirika*. Vol 15. No 2. Hal: 116-138.
- Tarricone, P. dan Luca, J., 2002. Successful Teamwork: A Case Study. *Herdsa*, 640-646. Australia: Cowan University, Perth
- Tenner, A.R. dan De Toro, I.J., 1992, Total Quality Management: three Steps To Continuous Improvement. Reading, MA: Addison Wesley Publishing Company
- Tjiptono, F., dan A. Diana, 2001, Total Quality Management, Valentine, Yogyakarta
- Toha Miftah, Perilaku Organisasi, Konsep dasar dan Aplikasinya, (Jakarta: raja Grafindo, 2003).
- Tulus. Yahman, Bahrul. 2009. Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Komitmen Organisasi di Organisasi Pendidikan Islam X, Vol. 8 No. 2, Agustus 2009. Jakarta: Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial UIN Jakarta.
- Temple (ED). Seri Ilmu dan Manajemen Bisnis Kinerja. Alih bahasa Cikmat, Elex MK., Jakarta.



Wexley, dan Yukl, 1997. Perilaku Organisasi dan Psikologi Personil. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Winardi, 2000, Strategi Pemasaran (Marketing Strategy), Bandung : Mandar Maju.

Wursanto. Ig. 1989. Etika Komunikasi Kantor. Kanisius : Jogjakarta

Wirawan. 2008. Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia : Teori Aplikasi dan Penelitian. Jakarta: Salemba Empat.

PENGARUH HARGA , KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTAURANT NAOMI SURABAYA

BAMBANG SOETRISNO
Dosen Akpar Majapahit

Abstrak

Naomi restoran memiliki beberapa faktor penentu dalam kepuasan konsumen, faktor tersebut adalah harga , kualitas makan, kualitas pelayanan. Faktor –faktor tersebut diteliti dengan statistik menggunakan metode kuantitatif , dengan tujuan mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kualiatas makanan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Naomi restoran. Populasi yang ditentukan dalam penelitian ini berupa konsumen Naomi restoran . Penentuan sampel untuk terhadap kepuasan konsumen menggunakan teknik accidental sampling dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan sampel 60 orang responden. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier.hasil dari penelitian ini yaitu variabel harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Naomi restoran. Dan ditinjau dari keeratan antara harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Naomi restoran memeiliki hubungan yang erat.

Kata kunci : Harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan , kepuasan konsumen

ABSTRACT

Naomi restaurant has several determinants in consumer satisfaction, these factors are price, quality of food, service quality. These factors were studied with statistics using quantitative methods, with the objective of knowing how big the influence of price, quality of food, quality of service to customer satisfaction Naomi restaurant. The population specified in this research is the customer Naomi restaurant. Determination of sample to the consumersatisfaction mennggunakan accidental sampling technique and data used in this study is the primary data with a sample of 60 people respondents. The technique used in this research is linear regression analysis. The result of this research are price, food quality, service quality have significant effect to customer satisfaction of Naomi restaurant. And judging from the closeness of price, quality of food, quality of service to customer satisfaction Naomi restaurant has a close relationship.

Keywords: Price, quality of food, service quality, consumer satisfaction

PENDAHULUAN

Usaha Restoran berkembang pesat di kota Pahlawan ini, selain untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan keluarga serta sahabat-sahabatnya, juga dapat menunjang kegiatan para pengusaha, professional untuk menjamu relasi-relasi mereka. Restoran adalah suatu bentuk usaha di bidang jasa layanan makanan dan minuman yang mengutamakan kepuasan bagi konsumennya.

Menurut Suarhana (2006) Restoran adalah tempat usaha yang komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan pelayanan makanan dan minuman untuk umum di tempat usahanya. Tujuan operasional restoran adalah untuk mencari keuntungan dan membuat puas para konsumen yang datang

Soekresno (<http://harrypratamainfo.wordpress.com/restoran/>) menyatakan restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman bagi masyarakat umum dan dikelola secara profesional. Carolina (2006), merumuskan restoran berarti sebuah perusahaan yang secara substansial bergerak dalam usaha menyiapkan dan menyajikan makanan, (Restaurant mean an establishment substantially engaged in the business of preparing and serving meals.)

Dalam bisnis restoran ada slogan “Harga Kaki Lima, Rasa Bintang Lima”. Slogan tersebut dicanangkan dengan maksud untuk mendulang keberhasilan dengan menyihir konsumen dengan imajinasi yang platonis. Dengan slogan tersebut pihak restoran akan berupaya secara maksimal untuk membuat makanan dengan rasa yang se enak mungkin dan dengan harga yang semurah mungkin. Dalam bisnis restoran faktor rasa dan harga sering menjadi pertimbangan utama untuk berkunjung dan ketika konsumen memesan makanan menyatakan kepada pelayan :”nggak pakai lama”. Hal tersebut membuktikan (secara empiris) bahwa selain harga dan rasa, kualitas layanan menjadi pertimbangan bagi konsumen

Kepuasan konsumen akan tercapai jika terjadi kesesuaian antara rasa, harga dan layanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya.

Dalam bisnis restoran kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang mutlak yang harus dipenuhi. Dengan terpenuhinya kepuasan para konsumen maka diharapkan akan muncul kepercayaan dan loyalitas dari para konsumen. Permasalahan timbul karena konsumen berasal dari berbagai latar belakang dan setiap konsumen yang datang memiliki tujuan, kebutuhan, keinginan dan selera yang berbeda. Bukan hal yang mudah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, di antaranya, faktor rasa, harga dan layanan. Konsumen akan merasa puas jika rasa makanan, harga makanan dan kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.

Naomi restoran sebagai pendatang baru dalam dunia restoran di Surabaya, restoran ini berada di jalan Raya Jemursari 244 Surabaya. Restoran ini menjual makanan Chinese food, minuman, dan juga melayani pesanan konsumen untuk acara –acara rapat, ulang tahun. Harga yang ditawarkan di restoran ini relatif terjangkau oleh konsumen dengan kualitas makanan baik. Konsumen yang dibidik restoran ini selain dari mahasiswa akademi Pariwisata Majapahit sendiri

tetapi juga konsumen di luar lingkungan kampus. Keunikan Naomi restoran yaitu restoran ini berada di dalam areal atau didalam gedung Akademi Pariwisata Majapahit. Sehingga konsumen restoran bisa melihat aktivitas dari mahasiswa Akademi Pariwisata Majapahit. Salah satu contoh konsumen dapat melihat dapur praktektikum pastry dilantai dua, proses belajar mengajar, atau bisa melihat dapur praktikum kuliner dilantai tiga. Sehingga konsumen tidak hanya bisa menikmati makanan yang disajikan atau dipesannya tetapi juga bisa mengetahui praktikum dari mahasiswa baik untuk pastry maupun kuliner.

Selain hal diatas, konsumen Naomi restoran bisa juga terkadang menikmati acara acara tertentu misalnya saja demo memasak yang diadakan diarea restoran tersebut, demo bartending, ataupun mengikuti acara tertentu, dimana yang memperagakan demo dan pengisi acara tersebut adalah mahasiswa dari Akademi Pariwisata Majapahit.

Dari uraian diatas maka kami mengadakan penelitian di restoran Naomi Surabaya , berdasarkan pada asumsi bahwa tujuan konsumen datang di Restoran Naomi Surabaya adalah untuk mencari makanan yang enak dengan harga yang murah dan pelayanan yang baik. Judul dari penelitian ini yaitu : Pengaruh Harga , Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Naomi Surabaya”

IDENTIFIKASI MASALAH

Identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Suasana Restoran Naomi yang berada di Kampus Matoa, menyatu dengan keluar masuk civitas academica Matoa
2. Ruang Kitchen yang sempit menghambat ruang gerak dan kecepatan produksi makanan;
3. Kecepatan dan ketepatan produksi makanan dapat berpengaruh terhadap kualitas makanan
4. Kualitas makanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
5. Hambatan terhadap ruang gerak dapat berpengaruh terhadap kualitas layanan
6. Kualitas layanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

PEMBATASAN MASALAH

Dalam bisnis restoran banyak factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Zeithaml & Bitner (2008), menjelaskan bahwa : Kepuasan lebih bersifat inklusif (pribadi) dan keberadaannya dipengaruhi oleh persepsi konsumenatas lima faktor, yaitu kualitas layanan (service quality), kualitas produk (product quality), harga (price), faktor situasional (situational factor), dan faktor personal (personal factor). (Satisfaction is more inclusive: it is influence by perceptions of service quality, product quality, and price as well as situational factor and personal factor.)

Dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah penelitian terhadap kepuasan konsumen yang hanya dipengaruhi tiga factor saja, yaitu harga, kualitas pelayanan, kualitas makanan. Peneliti membatasi hanya melakukan penelitian terhadap kepuasan Konsumen pada Restoran Naomi Restoran Surabaya selama periode Bulan Januari 2017

PERUMUSAN MASALAH

Perumusan Masalah Umum

Factor harga, kualitas pelayanan, kualitas makanan secara bersama sama (simultan) berpengaruh secara significant terhadap kepuasan konsumen Restoran Naomi Surabaya

Perumusan Masalah Khusus

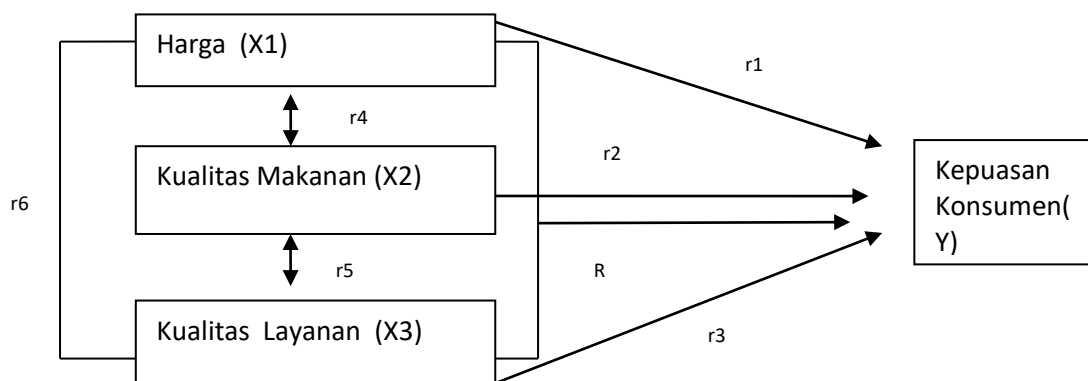
- Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Restoran Naomi Surabaya?
- Bagaimana pengaruh rasa kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Naomi Surabaya ?
- Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Naomi Surabaya?
- Variabel independen mana (harga, kualitas makanan atau kualitas pelayanan) yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh harga , terhadap kepuasan konsumen Restoran Naomi Surabaya.
- Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Naomi Surabaya.
- Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Naomi Surabaya
- Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan variabel independen mana yanag paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Restoran Naomi Surabaya

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian



Gambar Desain Penelitian

Populasi ,sampel dan teknik pengambilan data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen yang datang ke lokasi atau yang pernah mengkonsumsi makanan di Depot anda Surabaya pada bulan Januari 2017, dengan syarat konsumen tersebut telah berumur 17 tahun, dengan pertimbangan bahwa dengan umur 17 tahun maka konsumen tersebut telah dapat menyampaikan pendapatnya dengan benar, sesuai dengan apa yang dirasakan, dialami dan dipikirkannya dan menurut peneliti sudah dapat menjawab pertanyaan kuisisioner dengan baik dan benar.

Sampel dalam penelitian ini Konsumen Depot anda dalam bulan Januari 2017. Teknik pemilihan sampel untuk penelitian ini adalah Non Probability Sampling jenis Purposive Sampling , dimana sampel dipilih berdasarkan orang yang mudah ditemui dan mau bekerja sama. Semua konsumen yang telah berumur diatas 17 tahun yang dating ke Depot anda pada bulan Januari 2017 mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel ini digunakan dengan mempertimbangkan berbagai keterbatasan yang ada, terutama keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan atau mendapatkan data dari fenomena empiris. (Silalahi, 2009). Proses pengambilan data dilakukan melalui wawancara dengan alat bantu kuisisioner kepada responden untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

Instrumen penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Malhotra (2004), menyatakan kuisisioner merupakan salah satu teknik terstruktur dalam mengumpulkan data yang terdiri dari sejumlah pertanyaan, baik tertulis maupun lisan, yang dijawab oleh responden. Kuisisioner terdiri dari 2 bagian yaitu mengenai profil responden dan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dengan menggunakan Rating Scale

Uji Kelayakan Instrument

Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Intrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2004:137). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

Rumus :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Di mana :

- r_{xy} = koefisien korelasi product moment antara variabel X dan Y
 (antara skor item dan skor total).
 $\sum x$ = jumlah skor X (jumlah skor item).
 $\sum y$ = jumlah skor Y (jumlah skor total).
 $\sum x^2$ = jumlah X kuadrat (jumlah skor item kuadrat).
 $\sum y^2$ = jumlah Y kuadrat (jumlah skor total kuadrat).
 n = jumlah responden (jumlah sampel).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsisten) dari suatu instrumen (Husaini:2003). Untuk menguji reliabilitas, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

Rumus :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana :

- r = reliabilitas instrument / koefisien alfa
 k = banyaknya jumlah pertanyaan
 $\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians
 σ_t^2 = varians total

Teknik Analisis Data

Sugiyono (2001,), menyatakan bahwa analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependent (terikat) dengan satu atau lebih variabel independent dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependent berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar model regresi yang dihasilkan cocok untuk mengetahui pengaruh variable independen harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan secara bersama -sama terhadap variable dependen kepuasan konsumen Depot anda Surabaya. Dalam hal ini variable independent adalah dimensi harga (X1), kualitas makanan (X2), dan kualitas pelayanan (X3). Sedangkan variable dependent nya adalah kepuasan Konsumen (Y), sehingga persamaan regresi linier dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Dimana :

- Y = variabel dependen (kepuasan pelanggan)
- a = konstanta
- b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variable dependent didasarkan pada variable independent. Bila b positif (+) maka naik, bila negative (-) maka terjadi penurunan.
- x = subyek pada variable independent yang mempunyai nilai tertentu(vareabel harga(X1), variabel kualitas makanan(X2),variabel kualitas pelayanan(X3)

Uji T

Uji-t (t-test) merupakan statistik uji yang sering kali ditemui dalam masalah-masalah praktis statistika. Uji-t digunakan untuk menguji apakah rata-rata suatu sampel sama dengan suatu harga tertentu atau apakah rata-rata dua sampel sama/berbeda secara signifikan. Statistik uji ini digunakan dalam pengujian hipotesis. Hipotesis yang dipakai adalah :

Taraf signifikan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5% atau 0,05.

Pengujian dengan tingkat signifikansi = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

- a. Apabila t hitung > t tabel, maka H0 ditolak dan H α diterima
- b. Apabila t hitung < t tabel, maka H0 diterima dan H α ditolak

Uji T menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana :

- rp = korelasi parsial yang ditemukan
- n = jumlah sampel
- t = t hitung

Menurut Sugiyono (2012) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut.

Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Uji t parsial digunakan untuk mengetahui masing-masing variable independen Kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen

Uji R2

Untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan dari variabel independen X1, X2, X3 secara bersama-sama terhadap variabel dependen Y dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi (R²). Dimana R² menjelaskan seberapa besar variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini menjelaskan variabel dependen.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen atau kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan menurut Ghazali (2013:137), jika nilai signifikansi < 0,05 maka variabel atau indikator dianggap valid, jika nilai signifikansi > 0,05 maka variabel atau indikator dianggap tidak valid.

Uji Reliabilitas

Suatu instrument (keseluruhan indikator) dianggap sudah cukup reliable bila mana Alpha Cronbach > 0.6 berikut ini berhubungan dengan uji reliabilitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.				
	B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	-.131	4.491						
	X1	.387	.078	.564	4.959	.000			
	X2	.023	.091	.318	2.253	.008			
	X3	.489	.212	.263	2.301	.003			

R = 0,648

R Square = 0,542

Adjusted R Square = 0,539

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas dapat diperoleh suatu persamaan regresi linier berganda yaitu

$$KK = -0,131 + 0,564H + 0,318KM + 0,263KP$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui besarnya pengaruh Harga, Kualitas makanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh positif menunjukkan adanya hubungan searah antara Kualitas makanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Serta sebaliknya bila negatif maka menunjukan bahwa kepuasan konsumen akan berubah tidak searah dengan Kualitas makanan, dan kualitas pelayanan. Nilai konstanta regresi (bo) = -0,131 mempunyai arti yaitu jika nilai X1, X2, X3 = 0 maka garis persamaan regresi tersebut memotong di sumbu Y = -0,131. Dengan pengertian bahwa jika Kualitas makanan, dan kualitas pelayanan sama dengan nol maka kepuasan konsumen akan sebesar -0,131

untuk mengetahui seberapa besar variabel tergantung dapat dijelaskan oleh variabel bebas maka dilihat dari nilai koefisien dterminasi R2 (R Square) yaitu sebesar 0,542 menunjukan bahwa sekitar 54,2 % kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 45,8 % dipengaruhi oleh varibel lain diluar persamaan (model regresi)

Adjusted R square atau yang dikenal dengan R2 yang telah dibebaskan dari pengaruh derajat derajat bebas. Hal ini berarti bahwa R2 benar-benar menunjukan bagaimana pengaruh variable bebas yaitu harga, kualitas makanan , kualitas pelayanan terhadap variable bergantung(Y). Adjusted R2 diperoleh 0,539 berarti pengaruh sesungguhnya variable bebas terhadap variable bergantung adalah sebesar 53,9 % sedangkan sisanya 46,1 % dipengaruhi variable lain diluar variable penelitian.

Uji Hipotesis

Uji t

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah masing-masing variabel bebas yang terdiri dari harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS release 16.0 for windows diketahui hasil uji t berikut

Tabel Hasil Perhitungan Uji t

Variabel	Thitung	Signifikan	Keterangan
Harga	4.969	0.000	Berpengaruh
Kualitas Makanan	2.253	0.008	Berpengaruh
Kualitas Pelayanan	2.301	0.003	Berpengaruh
t tabel	2.004		

- a. Pengaruh secara parsial harga terhadap kepuasan konsumen
Berdasarkan tabel didapatkan nilai t hitung sebesar 4.969 (lebih besar dari t tabel = 2.004) dengan nilai signifikan sebesar 0.000(lebih kecil dari 0.05), hal ini berarti harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan harga mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan konsumen.
- b. Pengaruh secara parsial kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen
Berdasarkan tabel didapat nilai t hitung sebesar 2.253 (lebih besar dari t tabel = 2.004) dengan nilai signifikan sebesar 0.008 (lebih kecil dari 0.05), hal ini berarti kualitas makan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa kualitas makan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan konsumen.
- c. Pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
Berdasarkan tabel didapat nilai t hitung sebesar 2.301 (lebih besar dari t tabel = 2.004), dengan nilai signifikan sebesar 0.003(lebih kecil dari 0.05), hal ini berarti kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap.

Uji F

Uji F digunakan untuk melihat adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terganggu. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS release 16.0 for windows diketahui hasil uji F berikut :

Hasil Perhitungan Uji F

	Sum of squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	102.860	3	34.287	13.546	0.000
Residual	141.740	56	2.531		
Total	244.600	59			
F Tabel				2.769	

Dari hasil perhitungan SPSS diketahui hasil F hitung sebesar 13.546 dengan nilai signifikan 0.000, sedangkan F tabel sebesar 2.769. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan secara bersama-sama dengan variabel terganggu kepuasan konsumen diterima

PEMBAHASAN

Analisis perhitungan regresi linier berganda terhadap variabel bebas (X) berupa harga , kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa

keberhasilan Naomi restoran ditentukan oleh kepuasan konsumen. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan konsumen. Salah satu dari faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yaitu harga yang ditawarkan, kualitas makanan dan pelayanan.

Hal ini ditunjukkan dengan beberapa indikasi yaitu nilai koefisien korelasi (R) dan nilai koefisien determinasi (R²). Koefisien korelasi (R) mencapai 0,648 menunjukkan bahwa terdapat keeratan hubungan kuat antara variabel harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen. Koefisien determinasi Adjusted (R²) bernilai sebesar 0,539. Nilai ini menunjukkan bahwa 53,9 % perubahan variabel tergantung yaitu kepuasan konsumen Naomi restoran dipengaruhi oleh harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan, sedang sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung melalui uji F, menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap kepuasan konsumen di Naomi restoran.

Pengujian pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung melalui uji t, menunjukkan bahwa masing-masing variabel yaitu harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan, secara parsial mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap kepuasan konsumen di Naomi Restoran

Berikut akan dibahas satu persatu variabel berdasarkan kajian teori dan fenomena :

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan perhitungan didapat bahwa harga berpengaruh signifikan 0,000 (0.05) terhadap kepuasan konsumen Naomi restoran. Hal ini menunjukkan harga yang ditentukan oleh Naomi restoran yang merupakan salah satu penunjang kepuasan konsumen, sudah memenuhi keinginan dari konsumen. Temuan ini mendukung pendapat dari Zeithaml dan Bitner (2006) menyatakan bahwa kepuasan konsumen didorong oleh beberapa faktor yaitu kualitas produk, harga kualitas layanan faktor pribadi dan faktor situasi. Dilihat dari indikator yang ada yaitu harga yang terjangkau maka harga yang ditawarkan sangat terjangkau oleh mahasiswa dan peserta kursus, harga juga sesuai dengan porsi makanan yang disajikan dan porsi ini juga sesuai dengan keinginan dari mahasiswa dan peserta kursus, sedangkan untuk diskon Naomi tidak memberikan diskon kepada konsumen.

2. Pengaruh kualitas makanan (X₂) terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan perhitungan didapat bahwa kualitas makanan berpengaruh signifikan 0,008 (0.05) terhadap kepuasan konsumen Naomi restoran. Hal ini menunjukkan kualitas makanan yang dihasilkan (diproduksi) oleh Naomi restoran yang merupakan salah satu penunjang kepuasan konsumen, sudah memenuhi keinginan dari konsumen. Temuan ini sesuai dengan pendapat Tjiptono(2002) yaitu kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jadi dapat diartikan bahwa produsen yang memproduksi suatu barang atau jasa haruslah mempunyai kualitas baik yang bisa memenuhi atau melebihi keinginan konsumen.

Dilihat dari indikator untuk kualitas makanan yaitu rasa sesuai dengan keinginan konsumen, rasa yang dihasilkan di restoran Naomi amat disukai oleh konsumennya dikarenakan ada rasa pedas yang disesuaikan dengan permintaan konsumen misalnya nasi goreng kobong/ ayam kobong. Selain itu rasa juga banyak variasi yaitu pedas, asam, manis atau gabungan. Porsi makanan yang disajikan juga sesuai dengan harapan konsumen, Menu yang disajikan juga bermacam-macam sehingga konsumen tidak bosan dan selalu ada inovasi baru berhubungan dengan menu masakan ini. Dari segi kebersihan Hygiene Naomi restoran selalu memberikan makan yang fresh dan sesuai dengan standart makanan yang sehat. Dari indikator –indikator diatas kesemuanya itu menunjang kepuasan konsumen baik dari mahasiswa akpar sendiri maupun peserta kursus yang banyak mengkonsumsi makanan di Naomi restoran

3. Pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan perhitungan didapat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan 0,003 (0.05) terhadap kepuasan konsumen Naomi restoran. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Naomi restoran sudah sesuai dengan keinginan konsumen di restoran ini. Temuan ini sesuai dengan penelitian dari Prastow, Bagus, M. Suharmono,(2014) tentang Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Ina Tretes dimana kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dilihat dari segi indikator untuk pelayanan yaitu penampilan karyawan ,penampilan Naomi ini rapi tetapi alangkah baiknya memakai seragam yang lebih baik. Desain interior dan eksterior restoran Naomi juga bisa dikatakan baik karena restoran ini berada di dalam kampus, fasilitas yang disediakan juga sesuai dengan fasilitas pada umumnya restoran bahkan bisa dikatakan lebih bagus. Dari segi sikap dari karyawannya ,karyawan Naomi memiliki sikap yang sopan ramah tanggap terhadap kebutuhan konsumen, memberikan layanan yang cepat, mengutamakan kepentingan konsumen.

4. Harga variabel yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini dapat dilihat dari hasil persamaan regresi, harga sangat berpengaruh sebab konsumen rata-rata di Naomi restoran adalah mahasiswa dan peserta kursus sehingga pihak restoran harus memberikan harga yang layak untuk konsumen terbesarnya yaitu mahasiswa Akademi Pariwisata Majapahit dan konsumen yang kedua yaitu peserta kursus yang tempatnya juga ada di areal kampus ini. Dan terbukti dari bahwa harga yang ditawarkan diterima oleh para konsumen terutama dari mahasiswa sendiri.

SIMPULAN

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. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Naomi restoran, responden memberikan tanggapan yang tinggi mengenai harga, rata-rata tertinggi pada indikator harga

ditawarkan terjangkau , disini Naomi restoran berusaha untuk memberikan harga yang terjangkau karena konsumen kebanyakan berasal dari mahasiswa dan peserta kursus.

2. Kualitas makanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Naomi restoran keseluruhan jawaban untuk variabel kualitas makanan termasuk dalam kategori tinggi disini menunjukkan Naomi restoran menunjukkan benar benar menjaga kualitas makanan selain itu rasa khas makan yang disajikan juga dijaga(pedas,gurih, manis atau gabungan) agar loyalitas konsumen terhadap restoran ini tetap terjaga. Sehingga Naomi restoran tidak perlu takut dalam persaingan memperebutkan konsumen.
3. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Naomi restoran keseluruhan jawaban untuk kualitas pelayanan termasuk dalam kategori tinggi disini menunjukkan Naomi restoran berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik , dari segi pelayanan yang dilakukan oleh karyawan, maupun dalam hal penyediaan fasilitas.
4. Harga merupakan variabel bebas yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini dapat dilihat dari hasil persamaan regresi. Harga merupakan variabel yang sangat berpengaruh disebabkan konsumen terbanyak dari Naomi restoran adalah mahasiswa , sehingga naomi restoran harus memberikan harga yang sesuai dengan kemampuan mahasiswa dengan tidak mengurangi kualitas makanan dan kualitas pelayanan


SARAN

Beberapa saran yang dapat diajukan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk variabel harga , pengelola dari Naomi restoran harus mengevaluasi harga yang ditawarkan dengan harapan harga tersebut sesuai dengan harapan konsumen terbesarnya yaitu Mahasiswa Akademi Pariwisata Majapahit pada khususnya dan peserta kursus serta masyarakat pada umumnya.
2. Untuk variabel kualitas makanan ,pengelola Naomi restoran diharapkan bisa selalu menjaga kualitas makanan , terutama tekstur, tampilan dan rasa selain itu variasi variasi menu masakan dan minuman yang ditawarkan harus ada yang baru sehingga konsumen tidak jenuh dengan menu yang ditawarkan, dengan tidak melupakan menu andalan yang sudah menjadi ciri khas dari Naomi restoran.
3. Untuk variabel kualitas pelayanan, Naomi restoran harus mengevaluasi tampilan dari para karyawan , cara melayani tamu cara menerima order dari tamu sehingga konsumen puas dengan pelayanan yang dilakukan karyawan naomi restoran

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. 2011. <http://www.budpar.go.id/userfiles/file/rekaprestoran2007-2010.pdf>
- Lupiyoadi, R dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, F . 2008. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. ANDIOFFSET. Yogyakarta 2010, *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga CV. ANDIOFFSET.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Penerbit Prenhallindo, Jakarta.
- Martin, William B. 2005. *Managing Quality Customer Service*. Penerbit Elek Media Komputindo, Jakarta.
- Parasuraman, A, V.A. Zeithaml, and L.L Berry. "A Conceptual Model of Service Quality and it's Implication For Future Research". *Journal of Marketing* vol 45 (Fall 1985) : 48.
- Priyatno, Duwi. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Riduan dan Akdon, 2008, *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*, cetakan kedua, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Sihite, Richard. 2006. *Food Service (tata hidang)*. Penerbit SIC, Surabaya.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke lima belas, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:CV. Alfabeta.
- Arief, Muhtosim.(2007). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan (Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan)*. Malang: Bayumedia.
- Arief, Abd Rachmat. (2005). *Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bartono. (2005). *Analisis Food Product Study Food Cost dan Pedoman Training*. Yogyakarta: Andi.
- Haryanti, Pitri. (2013). *All About Japan (Panduan Lengkap&Informatif tentang Jepang untuk belajar, bekerja dan berwisata)*. Yogyakarta: Andi.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Lovelock, C., Wirtz, J and Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi. Perspektif Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.

- 
- Marsum, WA. (2005) Restoran dan Segala Permasalahannya. Yogyakarta: Andi
- Payne, Adrian. (2000). The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa). Yogyakarta: Andi.
- Soekresno. (2000). Manajemen Food and Beverages Service Hotel. Jakarta: Gramedia.
- Smith, Fiona. (2007). Sushi & miso mudah saji (26 resep kilat). Jakarta Erlangga.
- Tangkilisan, Hessel. 2005. Manajemen Publik. Penerbit PT Grasindo, Yogyakarta.
- www.petra.ac.id/eastjava/magetan/tourob/2008.index.ht (diakses 2 mei 2013)
- http://library.binus.ac.id/eColls/eThesis/Bab2/BAB%20II_11-81.pdf (diakses 2 mei 2013)
- <http://rinakurniawati.wordpress.com/2013/01/11/definisi-restoran-kualitas-pelayanan-dan-kepuasan-pelanggan/> (diakses 2 mei 2013)

PENGARUH FASILITAS, KEAMANAN DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI SIMPANG LIMA GUMUL, KEDIRI

LILY ANDAYANI

Dosen Akpar Majapahit

Email: ly_andayani@yahoo.com

Abstrak

Monumen SLG merupakan ikon Kabupaten Kediri, saat ini SLG juga menjadi sentra pusat ekonomi dan perdagangan baru yang diharapkan dapat membuat perekonomian Kediri semakin bertambah maju. Untuk menarik minat pengunjung, pengelola harus dapat memberikan pelayanan yang baik untuk menciptakan kepuasan pengunjung. Masalah dalam penelitian ini adalah Apakah Fasilitas, Keamanan dan Kenyamanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung di SLG Kediri. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Apakah Fasilitas, Keamanan dan Kenyamanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung di SLG, Kediri. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Monumen SLG Kediri dengan sampel sebanyak 75 responden dan penentuan sampel dengan accidental sampling. Metode pengumpulan data dengan angket (kuesioner) yang diberikan kepada pengunjung Monumen SLG dan dengan metode dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah uji F dan uji T. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian diperoleh hasil (Adjusted R Square) sebesar 0,653, hal ini berarti sumbangan variable fasilitas, keamanan dan kenyamanan mempengaruhi variabel kepuasan pengunjung sebesar 65,3%. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah: 1. Fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung, 2. Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung, 3. Kenyamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung, dan 4. Fasilitas, keamanan dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Kata Kunci: Fasilitas, keamanan, kenyamanan, kepuasan pengunjung

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya. Industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan yang sangat pesat. Objek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar konsumen datang untuk berkunjung dan menikmati objek wisata yang ditawarkan. Penggunaan strategi yang tepat dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang dan berwisata. Strategi

pasar itu meliputi harga, fasilitas objek wisata, lokasi yang strategis, tempat yang aman dan nyaman akan mempengaruhi keputusan pengunjung untuk berwisata.

Fasilitas pariwisata merupakan pelengkap pada daerah tujuan wisata yang merupakan faktor penting untuk membuat pengunjung nyaman dan aman ketika berwisata. Kemudahan dalam menggunakan fasilitas menjadi hal yang penting bagi konsumen untuk melakukan keputusan berwisata. Fasilitas objek wisata yang menarik dan sesuai dengan tren yang sedang diminati konsumen akan menjadi daya tarik konsumen untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut. Pemilihan objek wisata lebih banyak ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di objek wisata yang akan dikunjungi. Kenyamanan dan keamanan menjadi kondisi yang sangat penting dalam industri pariwisata. Aspek tersebut pada dua dekade terakhir telah menjadi isu yang semakin besar dan mempunyai dampak yang sangat besar terhadap kelangsungan aktivitas perjalanan dan pariwisata. Ancaman kenyamanan dan keamanan pengunjung dapat dipengaruhi dan disebabkan oleh beragam faktor, seperti aksi teroris, konflik lokal, bencana alam, perilaku sosial masyarakat dan penyakit menular sehingga hal tersebut dapat menyebabkan menurunnya rasa aman bagi pengunjung. Keamanan dan kenyamanan merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan untuk melakukan suatu perjalanan ke suatu destinasi pariwisata.

Simpang Lima Gumul merupakan sebuah monumen bangunan yang menjadi ikon Kabupaten Kediri yang bentuknya menyerupai Arc de Triomphe yang berada di Paris, Perancis. Bangunan ini terletak di pusat pertemuan lima jalan yang menuju ke Gampengrejo, Pagu, Pare, Pesantren dan Plosoklaten, Kediri. Selain menjadi ikon kota Kediri, saat ini Simpang Lima Gumul juga menjadi sentra atau pusat ekonomi dan perdagangan baru di Kabupaten Kediri, sehingga diharapkan dapat membuat perekonomian Kediri semakin bertambah maju.

Sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke Simpang Lima Gumul, Kediri maka kualitas tempat wisata perlu diperhatikan, karena bisa berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Tetapi selama pengamatan di lokasi wisata dan dari beberapa pendapat orang yang pernah berkunjung ke Simpang Lima, Gumul, terdapat beberapa permasalahan yang bisa mempengaruhi kepuasan pengunjung, seperti kebersihan yang kurang terjaga, akses jalan masuk yang sudah rusak, toilet sering tidak berfungsi, penjual makanan atau kantin yang di dalam lokasi wisata tidak selalu buka, warung atau restoran yang letaknya agak jauh dari lokasi wisata, dan pengunjung yang melakukan pengambilan foto di sekitar daerah wisata yang merupakan jalan raya dan terkadang mengganggu lalu lintas khususnya saat lalu lintas sedang ramai dan jarang terlihat petugas keamanan di lokasi. Dari pemaparan di atas maka penelitian ini berjudul "Pengaruh Fasilitas, Keamanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Simpang Lima Gumul, Kediri."

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah umum dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh fasilitas, keamanan dan kenyamanan terhadap kepuasan pengunjung di Simpang Lima Gumul, Kediri. Berdasarkan

latar belakang masalah yang telah dirumuskan sebelumnya di atas, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Simpang Lima Gumul, Kediri?
- Bagaimana pengaruh keamanan terhadap kepuasan pengunjung di Simpang Lima Gumul, Kediri?
- Bagaimana pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan di Simpang Lima Gumul, Kediri?
- Bagaimana pengaruh fasilitas, keamanan dan kenyamanan terhadap kepuasan pengunjung di Simpang Lima Gumul, Kediri?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan Penelitian Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah menganalisis dan menjelaskan pengaruh fasilitas, keamanan dan kenyamanan terhadap kepuasan pengunjung di Simpang Lima Gumul, Kediri.

Tujuan Penelitian Khusus

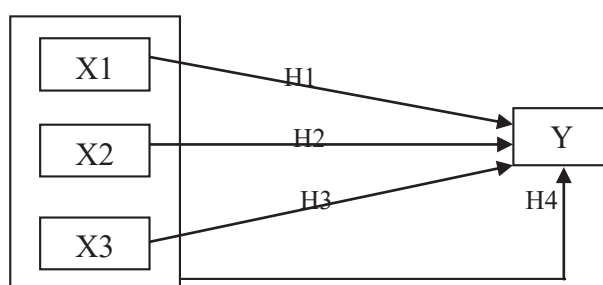
Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Menganalisis dan menjelaskan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Simpang Lima Gumul, Kediri
- Menganalisis dan menjelaskan pengaruh keamanan terhadap kepuasan pengunjung di Simpang Lima Gumul, Kediri
- Menganalisis dan menjelaskan pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan pengunjung di Simpang Lima Gumul, Kediri.
- Menganalisis dan menjelaskan pengaruh fasilitas, keamanan dan kenyamanan terhadap kepuasan pengunjung di Simpang Lima Gumul, Kediri

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian ini dipilih untuk mengungkapkan pendapat atau tanggapan pengunjung terhadap fasilitas, keamanan dan kenyamanan di Simpang Lima Gumul, Kediri.

DESAIN PENELITIAN



Keterangan:

X1 : Fasilitas

X2 : Keamanan

X3 : Kenyamanan

Y : Kepuasan Pengunjung

POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kuantitas & karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Simping Lima Gumul, Kediri. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti (unknown population).

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka oleh sebab itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi. Sampel yang akan diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau dapat mewakili.

Penentuan sampel responden dalam penelitian ini menggunakan Non Probability Sampling, yaitu teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling yaitu suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok untuk dijadikan sebagai sumber data.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono 2011 “ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500” dan dalam multivarian analisis (termasuk regresi berganda) sehingga penulis mengambil sampel 75 orang karena dianggap dapat mewakili jumlah responden yang dibutuhkan.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data adalah menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan.

Uji Kelayakan Instrumen

Agar tujuan penelitian dapat tercapai maka penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis kuantitatif uji statistika sebagai sarana untuk menganalisa data yang telah diperoleh. Untuk mempermudah dalam analisis data maka peneliti menggunakan pengolahan data SPSS. Analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan mengujivaliditas dan reliabilitas instrumen penelitian, yang

berupa poin-poin pertanyaan dalam kuesioner. Setelah itu analisis dilanjutkan dengan menggunakan uji regresi linier berganda.

Uji Validitas

Pengujian Validitas Instrumen Penelitian berfungsi atau bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak item kuesioner penelitian yang valid dan seberapa banyak item kuesioner penelitian yang tidak valid. Valid mengandung pengertian bahwa kuesioner penelitian yang digunakan untuk mendapat data dari para responden yang menjadi sampel penelitian dapat dianggap efektif untuk mengungkap masalah atau obyek yang diteliti. Selanjutnya, pengukuran pengaruh/hubungan hanya menggunakan data yang valid saja dan data yang tidak valid tidak terpakai. Apabila hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa data yang tidak valid mencapai lebih 50 persen dari jumlah item kuesioner yang disampaikan kepada para responden, maka pengolahan data tidak bisa dilanjutkan ke dalam pengukuran pengaruh/hubungan dan pengujian hipotesis. Alasannya, ratio jumlah data yang valid dianggap tidak dapat merepresentasikan keseluruhan masalah atau obyek penelitian.

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi Bivariate Pearson (Produk Momen Pearson). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap à Valid. Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Rumus Korelasi Product Moment:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y
- $\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel x dan y
- $\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai x
- $\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai y
- $(\sum x)^2$ = jumlah nilai x kemudian di kuadratkan
- $(\sum y)^2$ = jumlah nilai y kemudian di kuadratkan

Uji Reliabilitas

Reliabilitas, atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai r_{xx} mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 . Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\begin{array}{c} n \\ (n-1) \end{array} \right] \left[\begin{array}{c} 1 - (\sum \sigma_t^2) \\ (\sigma^2) \end{array} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = reliabilitas yang dicari
- n = jumlah item pertanyaan yang diuji
- $\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item
- σ^2 = varians total

TEKNIK ANALISIS DATA

Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = KepuasanPengunjung
X1 = Fasilitas
X2 = Keamanan
X3 = Kenyamanan
b1-b3 = koefisien regresi variabel
a = Konstanta
 ε = Error

Uji Model

Uji Signifikansi Simultan (Uji – F)

Uji-F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang di masukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Ho: $b_1 = b_2 = b_3 = 0$

Artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X1, X2, X3) yaitu fasilitas, keamanan dan kenyamanan terhadap kepuasan pengunjung pada variabel terikat (Y).

Ha: $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$

Artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X1, X2, X3) yaitu fasilitas, keamanan dan kenyamanan terhadap kepuasan pengunjung yaitu pada variabel terikat (Y). Kriteria pengambilan keputusan:

Ho diterima jika $t_{hitung} < F_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$

Ha ditolak jika $t_{hitung} > F_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$

Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji – t)

Uji-t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Ho: $b_1 = b_2 = b_3 = 0$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X1, X2, X3) yaitu fasilitas, keamanan dan kenyamanan terhadap kepuasan pengunjung yaitu variabel terikat (Y).

Ha: $b_1, b_2, b_3 \neq 0$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X1, X2, X3) yaitu berupa fasilitas, keamanan dan kenyamanan terhadap kepuasan pengunjung yaitu variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, pada = 5 %

H_a ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, pada = 5 %

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Sebuah angket atau kuesioner valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Oleh karena itu, tinggi rendahnya validitas kuesioner menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud.

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi (σ) 5%, sedangkan nilai kritis untuk pengujian dengan sampel (n) = 75 apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan dalam penelitian bersifat valid.

Uji Reliabilitas

Dari perhitungan indeks reliabilitas instrumen yang diuji cobakan dapat ditafsirkan nilai atau harga r yang diperoleh mencapai 0,60 keatas. Maka variabel fasilitas, keamanan, kenyamanan, dan kepuasan pengunjung adalah reliabel,

Persamaan Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh Fasilitas, Keamanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasil analisis memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.805	2.438		-1.971	.053
X1	.196	.041	.344	4.726	.000
X2	.168	.057	.218	2.934	.004
X3	.373	.050	.545	7.502	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang diperoleh maka dibuat persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,344 X_1 + 0,218 X_2 + 0,545 X_3$$

Dimana: Y = Kepuasan Pengunjung, X1= Fasilitas, X2 = Keamanan, X3= Kenyamanan, β_1 , β_2 = Koefisien pengaruh

Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki nilai beta positif 0,344. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang dimiliki akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki nilai beta positif 0,218. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik keamanan yang dimiliki akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel kenyamanan memiliki nilai beta positif 0,545. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kenyamanan yang dimiliki akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

Uji Model

Uji Anova (F-test)

Uji Anova atau uji F adalah uji statistik yang fungsinya untuk mengetahui apakah variabel independen Fasilitas, Keamanan dan Kenyamanan merupakan model persamaan yang tepat untuk mengukur perubahan variabel Kepuasan Pengunjung. Dari olah data diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel Anova

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	278.602	3	92.867	47.464	.000 ^a
	Residual	138.918	71	1.957		
	Total	417.520	74			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa F hitung sebesar 47,464 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Variabel Fasilitas (X1), Keamanan (X2) dan Kenyamanan (X3) merupakan variabel yang baik dan tepat (fit) untuk mengukur perubahan dalam variabel Kepuasan Pengunjung (Y), sehingga membentuk persamaan yang fit.

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi atau adjusted R square digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel bebas (independent variabel) terhadap variabel terikat (dependent variabel). Hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi seperti berikut:

Tabel Hasil Uji Regresi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.667		1.39878

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Dari tabel 4.13 menunjukkan hasil perhitungan estimasi regresi diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar 0,667 atau 66,7% perubahan pada variabel dependen Kepuasan Pengunjung (Y) dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel independen yaitu Fasilitas (X1), Keamanan (X2) dan Kenyamanan (X3), sedangkan sisanya sebesar 33,3% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan atau dijelaskan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial digunakan untuk menguji hipotesis adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara sendiri-sendiri. Dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menguji pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,344 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan hipotesis pertama diterima yang artinya Fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung SLG.

Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menguji pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Pengunjung. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,218 dan nilai signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan hipotesis kedua diterima yang artinya Keamanan mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung SLG.

Pengujian Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga menguji pengaruh Kenyamanan terhadap Kepuasan Pengunjung. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,545 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$. Hal ini mengindikasikan hipotesis ketiga diterima yang artinya Kenyamanan mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung SLG.

PEMBAHASAN

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung SLG

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung SLG, sehingga semakin baik fasilitas yang disediakan akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjungnya.

Fasilitas yang di Monumen SLG meliputi ketersediaan akomodasi, ketersediaan fasilitas makan dan minum, sanitasi, aksesibilitas dan fasilitas aktif.

Kurangnya fasilitas dan kualitas akomodasi atau penginapan di sekitar Monumen SLG mempengaruhi kepuasan pengunjung. Sebagian besar pengunjung dari luar kota hanya “mampir” ke SLG untuk sekedar berfoto saja di bagian luar Monumen SLG saja karena tujuan utama pengunjung bukan di Monumen SLG atau penginapan pengunjung berada cukup jauh dari lokasi wisata seperti di tengah kota Kediri atau Pare, sehingga pengunjung tidak berlama-lama menikmati bagian dalam monumen dan lebih memilih untuk berwisata di sekitar penginapan saja.

Tersedianya penjual makanan berat ataupun makanan ringan serta penjual minuman disekitar lokasi wisata dengan harga yang tidak terlalu mahal dengan kualitas yang baik berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, karena pengunjung tidak perlu jauh-jauh untuk membeli makanan dan minuman selama pengunjung berwisata, selain itu penjual menjual dengan harga yang normal, tidak terlalu mahal dengan kualitas yang baik membuat pengunjung tidak kesulitan mencari makanan dan minuman.

Fasilitas sanitasi yang tersedia seperti kamar mandi/WC dan tersedianya tempat sampah untuk menjaga kebersihan lokasi wisata. jumlah kamar mandi/WC yang tersedia cukup banyak untuk kebutuhan pengunjung, tetapi untuk kualitas kamar mandi kurang memadai, kurang dijaga kebersihannya dan kamar mandi sering tidak berfungsi, sedangkan untuk ketersediaan tempat sampah mudah ditemukan di banyak tempat, sehingga tidak banyak sampah berceceran di lokasi wisata.

Aksesibilitas untuk memudahkan pengunjung untuk mencapai lokasi wisata di SLG di nilai baik, dengan mudahnya menemukan kendaraan umum untuk ke lokasi wisata, fasilitas jalan yang cukup baik untuk menuju ke lokasi wisata dan petunjuk lokasi wisata yang cukup jelas memudahkan pengunjung untuk menuju ke lokasi wisata.

Fasilitas aktif dijadikan sebagai salah satu penunjang aktifitas yang dapat dilakukan oleh pengunjung atau wisatawan, pengunjung dapat lebih sering datang ke lokasi wisata untuk melakukan aktifitas dengan fasilitas yang tersedia atau dengan adanya acara-acara khusus yang diselenggarakan di SLG sehingga banyak kegiatan yang bisa dilakukan pengunjung, baik yang dilakukan sendiri maupun yang dilakukan bersama-sama teman atau keluarga, tidak hanya menikmati fasilitas monoton yang tersedia,. Semakin baik dan banyak fasilitas aktif yang disediakan, maka akan semakin puas pengunjung yang saat melakukan aktifitas dan akan semakin sering pengunjung akan datang berkunjung.

Agar pengunjung semakin puas setelah datang ke SLG dan ada keinginan untuk kembali dan bahkan mengajak kerabat atau keluarga untuk datang ke SLG, maka kualitas fasilitas perlu diperhatikan seperti tersedianya penginapan di dekat lokasi wisata dengan kualitas yang baik khususnya untuk pengunjung dari luar kota dan untuk kualitas kamar mandi/WC lebih diperhatikan kebersihannya dan dirawat sehingga fasilitas kamar mandi/WC berfungsi dengan baik dan nyaman untuk digunakan dan meningkatkan kepuasan pengunjung. Perlu juga ditambahkan fasilitas lain seperti penambahan fasilitas atraksi sehingga tidak hanya saat ada even saja di SGL ada kegiatan,

seperti tempat bermain untuk anak-anak dan sarana pendidikan yang atraktif untuk anak-anak dan remaja, sehingga datang kesana tidak hanya untuk melihat monumen saja tetapi juga ada hiburan.

Hasil penelitian ini ini mendukung penelitian Edy Haryanto, 2013, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan. Kualitas pelayanan, Fasilitas, dan Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor Samsat Manado

Sarana tersebut merupakan kebutuhan penting bagi para pengunjung. Apabila tersedia dengan baik, para pengunjung akan merasa nyaman dalam melakukan berbagai aktifitas lainnya.

Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Pengunjung SLG

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Tinggi rendahnya keamanan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pengunjung.

Keamanan adalah keadaan atau kondisi bebas dari gangguan fisik maupun psikis, terlindunginya keselamatan jiwa dan terjaminnya harta benda dari segala macam ancaman gangguan dan bahaya. Macam keamanan adalah keamanan negara, ketertiban umum/masyarakat, dan keamanan objek wisata.

Keamanan negara menyangkut penyalahgunaan narkotik, senjata, uang palsu dan lain-lain. Kegiatan yang berhubungan dengan narkoba, tindak kejahatan dan terorisme di lokasi wisata dinilai tidak ada, atau bisa dinyatakan aman. Dalam hal ketertiban umum atau ketertiban masyarakat di sekitar lokasi wisata dan ketertiban pengunjung SLG dinilai baik, dimana banyak pengunjung yang bersikap ramah dan tertib baik kepada pengunjung lain ataupun kepada masyarakat sekitar. Pedagang-pedagang di dalam dan di sekitar lokasi wisata juga dinilai tertib sehingga tidak mengganggu keamanan berwisata, selain itu kegiatan seperti balap liar meskipun sering ada tetapi dilakukan pada saat tengah malam sehingga tidak mengganggu pengunjung. Keamanan dan pemeliharaan di dalam dan di sekitar kawasan objek wisata dinilai cukup baik, terdapat petugas keamanan di lokasi wisata untuk membantu pengunjung, dan terdapat tempat khusus jarak jauh (di seberang lokasi wisata) sehingga pengunjung dapat berfoto dengan monumen SLG secara utuh dinilai cukup aman meskipun pengunjung harus menyebrang untuk ke area tersebut dan untuk tindak kejahatan di dalam lokasi wisata seperti pencopetan, pemalakan dinilai cukup aman.

Untuk meningkatkan keamanan di lokasi wisata SLG, disarankan untuk menambah petugas keamanan khususnya di sekitar jalan raya menuju lokasi foto, karena jalan raya tersebut cukup ramai dan merupakan jalan menuju lima daerah di sekitarnya, selain itu disediakan penyebrangan khusus atau penambahan trafic light penyebrangan untuk ke lokasi pemotretan, dan untuk kegiatan balap liar agar petugas keamanan sering menjaga keamanan di area sekitar lokasi wisata.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Epi Syahadat, 2005, yang menyatakan bahwa faktor pelayanan, faktor sarana prasarana, faktor objek dan daya tarik wisata alam, dan faktor keamanan secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan (nyata) dan dominan terhadap jumlah pengunjung di Taman Nasional Gede.

Pengaruh Kenyaman Terhadap Kepuasan Pengunjung SLG

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Tinggi rendahnya kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pengunjung.

Faktor yang mempengaruhi kenyamanan adalah kenyamanan dalam hal fisik, psikospiritual, lingkungan dan sosial kultural. Dalam segi kenyamanan fisik, pengunjung dapat dengan leluasa menggunakan fasilitas tanpa perlu berebut dengan pengunjung lain, terdapat tempat beristirahat yang cukup sehingga pengunjung tidak terlalu merasa kecapekan ketika berwisata, dan objek wisata terawat dengan cukup baik membuat pengunjung merasa nyaman ketika berwisata di SLG. Dalam segi psikospiritual mengenai kenyamanan berinteraksi dengan orang lain, dinilai baik, baik interaksi dengan petugas wisata maupun pengunjung lain di lokasi wisata, sehingga pengunjung merasa nyaman untuk berkomunikasi dengan siapapun.

Kenyamanan lingkungan di dalam ataupun di sekitar lokasi wisata dinilai baik, temperatur di dalam lokasi wisata yang tidak panas dan cukup luas membuat pengunjung merasa nyaman berada di dalam lokasi wisata, dan keadaan lingkungan luar lokasi wisata yang cukup rindang, banyak pepohonan dan ada akses khusus bawah tanah untuk berjalan dari lokasi wisata ke parkir dirasa pengunjung sangat nyaman.

Kenyamanan dalam hal sosial kultural yang berhubungan dengan kenyamanan bersama orang lain, seperti keluarga dan kerabat dalam hal berwisata bersama, dan pengunjung merasa nyaman berwisata di SLG bersama teman dan keluarga.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ma'aruf, Anugrah Amar, 2017, yang menyatakan adanya pengaruh dari kualitas produk, kenyamanan toko dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan dan pariwisata, sehingga semakin aman dan nyaman lokasi wisata tersebut maka akan semakin banyak pengunjung yang akan berkunjung.

Pengaruh Fasilitas, Keamanan dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Pengunjung SLG

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa fasilitas, keamanan dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung SLG. Tinggi rendahnya kualitas fasilitas, keamanan dan kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pengunjung, semakin tinggi kualitas fasilitas, keamanan dan kenyamanan akan semakin tinggi kepuasan pengunjung.

Kesesuaian fasilitas di monumen SLG sesuai dengan harapan pengunjung, fasilitas dinilai cukup lengkap dan kualitas fasilitas dinilai cukup baik sesuai dengan harapan pengunjung, dalam segi keamanan di monumen SLG sesuai dengan harapan pengunjung, keamanan yang baik dan petugas keamanan dapat melaksanakan tugasnya dengan baik untuk menolong pengunjung dinilai baik sesuai dengan harapan pengunjung dan untuk segi kenyamanan dinilai baik sesuai dengan harapan pengunjung, kenyamanan lingkungan dan lokasi wisata, kenyamanan berinteraksi dengan orang lain, dan kenyamanan untuk berwisata bersama teman dan keluarga dinilai baik sesuai dengan harapan pengunjung.

SIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

- Fasilitas yang disediakan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung SLG, Kediri. Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki nilai beta positif 0,344. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang dimiliki akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.
- Keamanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung SLG, Kediri. Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki nilai beta positif 0,218. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik keamanan yang dimiliki akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.
- Kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung SLG, Kediri. Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel kenyamanan memiliki nilai beta positif 0,545. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kenyamanan yang dimiliki akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:


Kualitas fasilitas perlu diperhatikan seperti tersedianya penginapan di dekat lokasi wisata dengan kualitas yang baik khususnya untuk pengunjung dari luar kota dan untuk kualitas kamar mandi/WC lebih diperhatikan kebersihannya dan dirawat sehingga fasilitas kamar mandi/WC berfungsi dengan baik dan nyaman untuk digunakan dan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Fasilitas lain seperti penambahan fasilitas atraksi sehingga tidak hanya saat ada even saja di SGL ada kegiatan, seperti tempat bermain untuk anak-anak dan sarana pendidikan yang atraktif untuk anak-anak dan remaja, sehingga datang kesana tidak hanya untuk melihat monumen saja tetapi juga ada hiburan.

Menambah petugas keamanan khususnya di sekitar jalan raya menuju lokasi foto, karena jalan raya tersebut cukup ramai dan merupakan jalan menuju lima daerah di sekitarnya, selain itu disediakan penyebrangan khusus atau penambahan traffic light penyebrangan untuk ke lokasi pemotretan.

DAFTAR RUJUKAN

- Afryansyah, Rahmad D dan Haryanto, 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Akuntansi di Internet oleh Pemerintah Daerah, *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 2, No. 3, Tahun 2013. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/>. (Diakses tanggal 3 Januari 2016).
- Adisasmita, R. (2006). *Pembangunan Pedesaan dan Perkotaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Baud-Bovy, M., & Lawson, F. (2000). *Tourism & Recreation Handbook of Planning and Design*. Oxford: Architectural Press.
- Boud-Bovy, M. &. (1997). *Tourism and Recreation Development: A Handbook of Physical Planning*. Great Britain: The Architectural Press Ltd.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Djamin, A. (2007). *Kedudukan Kepolisian Negara RI dalam Sistem Ketatanegaraan: Dulu, Kini dan Esok*. Jakarta: PTIK Press.
- Hakim, A. (2006). *Analisis Pengaruh Motivasi, Komitmen Organisasi dan Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perhubungan dan Telekomunikasi Propinsi Jawa Tengah*. JBRI.
- Karimunjawa, T. P. (2004). *Penataan Zonasi Taman Nasional Karimunjawa Kabupaten Jepara*. Semarang.
- Kolcaba, K. (2003). *Comfort Theory and Practice: a vision for holistic health care and research*. New York: Springer Publishing Company.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran jilid 1 edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga.
- Kövári, I., & Zimányi, K. (2011). *Safety and Security in the Age of Global Tourism (The changing role and conception of Safety and Security in Tourism)*. Budapest: Budapest. Agroinform Publishing House.
- Moleong, J. L. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pendit, N. S. (1999). *Wisata Konvensi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Salim, P., & Salim, Y. (2002). *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Pers.

- 
- Samad, N. (2014). Teknik Pelayanan Wisatawan: Upaya-upaya Pengamanan. Bogor: <https://wisataedukasi21.wordpress.com>.
- Satwiko, P. (2009). Fisika Bangunan. Yogyakarta: Andi.
- Soekadijo, R. G. (2000). Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Sistematis Lingage. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiama, S. G. (2004). Dampak Pengembangan Usaha Kepariwisataan Terhadap Kepuasan Pengalaman Berwisata. Bandung: Disertasi ITB.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sumampouw, M. (2004). Perencanaan Darat-Laut yang Terintegrasi dengan Menggunakan Informasi Spasial yang Partisipatif. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Sutedi, D. (2009). Penelitian Pendidikan Bahasa Jepang. Bandung: Humaniora.
- Suwantoro, G. (2004). Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta: ANDI.
- WonderfulIndonesia. (2016). Karimunjawa Wonderful Indonesia. Pesonaindonesia.com.
- WWF-Indonesia, D. K. (2009). Prinsip dan Kriteria Ekowisata Berbasis Masyarakat.
- Zalukhu, S., & Meyers, K. (2009). Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata. Jakarta: Unesco Office.

PENGARUH KEUNIKAN PRODUK, LOKASI, HARGA DAN PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI WARUNG TRISTAR, SURABAYA

YUDA AGUSTIAN
Dosen Akpar Majapahit

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah lokasi, harga, produk dan media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Warung Tristar Surabaya dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian Warung Tristar Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Warung Tristar Surabaya. Sampel yang diambil sebanyak 67 responden dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi, harga, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas produk lalu harga, sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah lokasi. Saran penulis adalah untuk meningkatkan keputusan pembelian dapat dilakukan dengan cara meningkatkan keragaman produk, penetapan harga yang bersaing, dan pemilihan lokasi yang strategis. Warung Tristar Surabaya perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata-kata kunci: keunikan produk, lokasi, harga, media sosial, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner akhir-akhir ini sedang menunjukkan perkembangan yang pesat. Perkembangannya dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti demografi, tingkat ekonomi yang meningkat serta gaya hidup masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya bisnis kuliner dengan berbagai konsep, seperti konsep restoran keluarga, warung kaki lima, hingga Bistro dan Café. Bisnis di bidang kuliner dinilai cukup menjanjikan karena menawarkan produk yang merupakan kebutuhan dasar setiap manusia, yaitu makanan. Tidak hanya menjual makanan olahan asli Indonesia saja, namun perpaduan beberapa teknik, gaya, serta perpaduan rasa yang unik masakan luar negeri turut berpengaruh di dalam perkembangan dunia kuliner di Indonesia.

Diferensiasi produk/keunikan produk adalah salah satu aktifitas terpenting dari sekian banyak strategi dan taktik yang harus dilakukan secara terus-menerus. Pada usaha kuliner keunikan sistem penjualan dan produk menjadi poin utama untuk menyita perhatian para konsumen yang tentunya tetap menjaga nilai dari faktor utama yaitu kualitas produk. Konsumen tentu menginginkan kualitas yang terbaik dari produk yang dibeli. Dalam bisnis kuliner hal yang menjadi perhatian utama konsumen adalah cita rasa, kebersihan makanan serta cara penyajiannya. Konsumen biasanya tertarik dengan makanan yang selain rasanya enak, juga memiliki tata penyajian yang menarik. Hal ini berkaitan dengan kemajuan jaman dan teknologi, dimana sebagian besar konsumen pada era ini kerap kali mempostingnya di media sosial. Selain itu, konsumen juga cenderung lebih sering membagikan pengalaman ke media sosial, baik itu berupa pujian atau kekecewaan. Secara tidak langsung hal ini akan mempengaruhi citra perusahaan bila tidak benar-benar memperhatikan kualitas produk, karena akan mempengaruhi masyarakat untuk melakukan pembelian

Faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha, termasuk usaha bakery dan café. Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk makan atau minum di sebuah café, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi tempat café tersebut. Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor harga. Penentuan harga produk maupun jasa yang dilakukan perusahaan sangat berpengaruh pada keputusan konsumen. Menurut Mowen dan Minor dalam Bakti Setiawati (dikutip oleh Septhani, 2011) menyatakan bahwa harga adalah atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar menyadari peran tersebut dalam menentukan sikap konsumen. Harga sebagai atribut dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi konsumen tergantung karakteristik konsumen, situasi dan produk.

Setelah mempertimbangkan lokasi dan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk (makanan) yang akan dibeli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang diterima. Menurut Windoyo (dikutip oleh Septhani, 2011) bahwa faktor kualitas produk juga tidak kalah pentingnya karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk.

Dalam Samuel (2007) keputusan pembelian menurut Schiffman, Kanuk (2004) adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

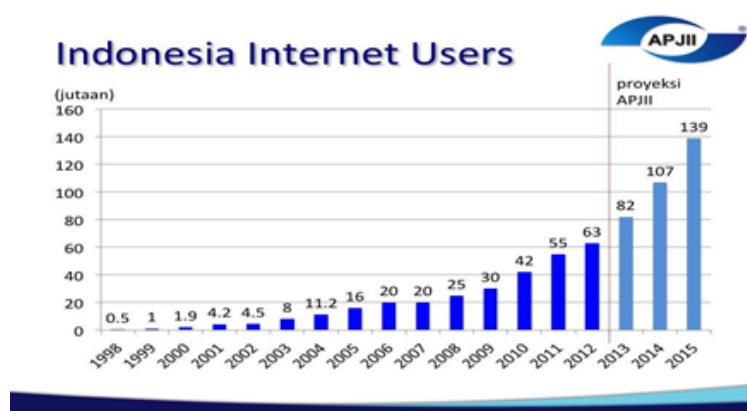
Lokasi dan sensasi (keunikan pada produk) juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Menurut Jeni Raharjani (2005), strategi lokasi atau tempat adalah salah satu determinan penting dalam menentukan perilaku konsumen. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis di suatu kawasan yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat juga mudah dijangkau usaha tersebut. Pada usaha kuliner, strategi lokasi merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan karena sebelum memutuskan untuk berkunjung, konsumen tentu akan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tersebut. .

Seiring perkembangan dunia dan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, saat ini penggunaan internet sudah tidak asing lagi untuk memasarkan suatu produk. Suatu usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan media internet dapat disebut juga e-marketing. E-marketing adalah sisi pemasaran dari e-commerce, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet.

E-commerce adalah sistem penjualan yang berkembang setelah ditemukannya internet. Sistem pemasaran atau penjualan seperti ini bisa menjangkau seluruh dunia pada saat yang bersamaan tanpa harus mendirikan kantor cabang di semua negara. Selain itu juga bisa dilakukan 24 jam tanpa berhenti. Dengan hanya melalui unit komputer yang terhubung ke internet, perusahaan dapat memasarkan produk-produknya. (Arifin, 2003).

Pemasaran dengan strategi promosi melalui internet khususnya dengan social media (jejaring sosial) dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang ingin dibeli karena tidak perlu tatap muka secara langsung.

Data yang dilansir situs www.sigmanews.us, menunjukkan 7 situs social media terpopuler di tahun 2013, Facebook menduduki posisi pertama, disusul Twitter, Google +, MySpace, LinkedIn, Friendster, dan terakhir Pinterest. Selain itu, jumlah pengguna internet Indonesia setiap tahunnya terus mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini bisa dilihat dari grafik yang terus meningkat dari data tahun 1998-2012 versi APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).



Gambar Grafik penggunaan internet di Indonesia



Gambar Survei Perilaku Pengguna Internet

Tidak dapat dipungkiri jejaring sosial yang saat ini sering digunakan untuk memasarkan produk antara lain Facebook dan Twitter. Dengan jejaring sosial tersebut akan terbentuk strategi komunikasi pemasaran yang efektif yaitu word of mouth. Word of mouth merupakan jenis promosi yang ampuh, efektif dan berbiaya paling murah. Konsumen yang merasa puas akan memberi tahu orang lain mengenai pengalaman yang baik tentang produk itu (Kotler dan Amstrong, 2004).

Word of mouth marketing seringkali lebih memiliki keunggulan kompetitif dalam menyampaikan informasi suatu bisnis. Hal ini dikarenakan word of mouth marketing muncul secara natural dari pendapat lingkungan sosial yang dirasa lebih jujur dan tidak ada motif-motif tertentu dalam menyampaikan suatu informasi kepada konsumen lainnya.

Munculnya teknologi yang semakin canggih tidak lagi membatasi word of mouth marketing pada situasi percakapan tatap muka, namun dapat melalui telepon maupun jejaring sosial. Ditambah lagi gaya hidup masyarakat saat ini yang lebih cenderung memanfaatkan perangkat pintar yang sudah terkenal dengan sebutan smartphones untuk mengakses internet.

Maraknya bisnis kuliner mengharuskan para pelaku bisnis membuat usahanya tampil berbeda sehingga menarik minat konsumen untuk berkunjung dan dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen. Dalam hal ini strategi-strategi pemasaran sangat berperan penting.

Terinspirasi dari keberhasilan keripik pedas Maicih yang menerapkan sistem penjualan melalui faktor-faktor strategi pemasaran praktis, e-commerce dan lokasi penjualan menjadikan produk tersebut menjadi viral dan digandrungi banyak masyarakat di Indonesia khususnya di Bandung pada saat itu dan berdasarkan data dari peneliti sebelumnya, maka penulis mengambil kota Surabaya sebagai tempat untuk dilakukan penelitian yang bertempat di warung Tristar di jalan raya rungkut mapan no FA-3 Surabaya "PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI DAN PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI WARUNG TRISTAR, SURABAYA"

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh dari keunikan produk dari sisi tampilan yang menjadi tolak ukur minat masyarakat
- b. Pengaruh dari keunikan produk dari sisi ciri khas rasa yang menjadi tolak ukur minat masyarakat
- c. Pengaruh lokasi dari sisi strategis, kemudahan akses dan kenyamanan menjadi daya tarik untuk konsumen.
- d. Pengaruh harga penjualan yang kompetitif berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- e. Pengaruh pemberian diskon atau promo-promo yang menarik menjadi daya minat masyarakat
- f. Perkembangan teknologi komunikasi terutama di bidang social media, konsumen mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian
- g. Media sosial dan aplikasi online menjadi sarana informasi yang tepat dan cepat dalam memperluas informasi untuk konsumen

PEMBATASAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan di atas dan untuk menghindari meluasnya permasalahan dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan. Maka peneliti akan memfokuskan masalah terhadap pengaruh keunikan produk, harga, lokasi dan peranan media sosial dalam keputusan pembelian produk di Warung Tristar, Surabaya.

RUMUSAN MASALAH

Rumusan Masalah Umum

Rumusan masalah umum dari penelitian adalah apakah keunikan produk, harga, lokasi dan peranan media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Warung Tristar, Surabaya.

Rumusan Masalah Khusus

- a. Bagaimana pengaruh keunikan produk terhadap keputusan pembelian produk di Warung Tristar, Surabaya
- b. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian produk di Warung Tristar, Surabaya
- c. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di Warung Tristar, Surabaya
- d. Bagaimana peranan media sosial terhadap keputusan pembelian produk di Warung Tristar, Surabaya

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh dari Keunikan Produk, Harga, Lokasi dan peranan Media Sosial terhadap keputusan pembelian produk di Warung Tristar, Surabaya

Tujuan Khusus

Berdasarkan masalah khusus sebagaimana yang telah dirumuskan maka tujuan khusus dari penelitian ini adalah:

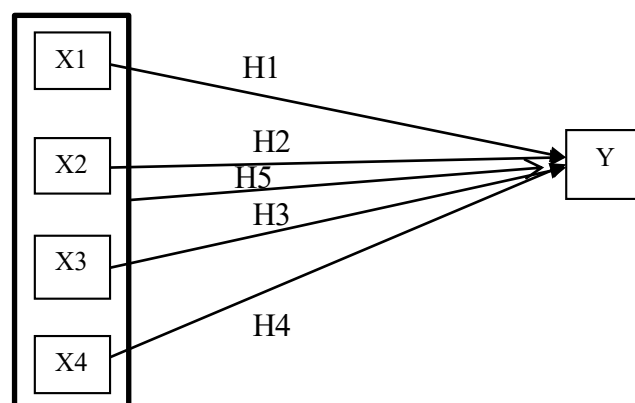
- Menganalisa dan menjelaskan pengaruh keunikan produk terhadap keputusan pembelian produk di Warung Tristar, Surabaya.
- Menganalisa dan menjelaskan pengaruh dari lokasi terhadap terhadap keputusan pembelian produk di Warung Tristar, Surabaya.
- Menganalisa dan menjelaskan pengaruh harga terhadap terhadap keputusan pembelian produk di Warung Tristar, Surabaya
- Menganalisa dan menjelaskan pengaruh peranan media sosial terhadap keputusan pembelian produk di Warung Tristar, Surabaya

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian inferensial, dimana informasi yang dikumpulkan dari responden menggunakan kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2008), penelitian survei ini pengumpulan data yang dilakukan menggunakan instrumen kuesioner/wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Penelitian survei merupakan penelitian yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual tanpa mengetahui mengapa gejala-gejala tersebut ada.

Desain Penelitian



Keterangan :

X1 : keunikan produk

X2 : lokasi

X3 : harga

X4 : peran media sosial

Y : keputusan pembelian

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya. Pemilihan lokasi penelitian Kota Surabaya daya beli dan tingkat penggunaan media sosial untuk kuliner cukup besar. Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 28 Januari – 28 Februari 2018.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi

Ferdinand (2006) menyatakan “Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti”. Sedangkan menurut Margono (2010) “Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan”. Sukmadinata (2011) mengemukakan bahwa populasi adalah “kelompok besar dan wilayah yang menjadi lingkup penelitian kita”.

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus (Tjiptono, 2001). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen di Warung Tristar, Surabaya. Dengan perhitungan jumlah pengunjung

Jumlah rerata pengunjung perhari = 20 orang

Jumlah pengunjung dalam 4 hari = 20 x 4 hari = 80 orang (populasi)

Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka oleh sebab itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi. Sampel yang akan diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau dapat mewakili.

Penentuan sampel responden dalam penelitian ini menggunakan Non Probability Sampling, yaitu teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling yaitu suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok untuk dijadikan sebagai sumber data.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono 2011 “ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500” dan dalam multivarian analisis (termasuk regresi berganda) sehingga penulis mengambil sampel dengan metode Slovin dan data diambil dalam 4 hari

Jumlah rerata pengunjung perhari	= 20 orang
Jumlah pengunjung dalam 4 hari	= 20 x 4 hari = 80 orang (populasi)
Jumlah sampling	= $n/(1+ne^2)$ dengan toleransi $e = 5\%$ = $80 (1+80 \times 0,05^2)$ = 66,667/67 sampling yang dibutuhkan

UJI KELAYAKAN INSTRUMEN

Uji Validitas

Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2008). Untuk menguji validitas dalam penelitian ini dapat menggunakan Confirmatory Factor Analysis (CFA). Analisis Faktor Konfirmatori merupakan salah satu metode analisis multivariat yang dapat digunakan untuk mengkonfirmasi apakah model pengukuran yang dibangun sesuai dengan yang dihipotesiskan. Dalam Analisis Faktor Konfirmatori, peubah laten dianggap sebagai peubah penyebab (peubah bebas) yang mendasari peubah-peubah indikator (Ghozali, 2006).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Suatu instrumen memiliki reliabilitas yang baik jika koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel (Sulistyo, 2012)

TEKNIK ANALISA DATA

Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

X_1 = keunikan produk

X2= lokasi
X3=harga
X4 = peran media sosial
b1 – b4 = koefisien regresi
a = konstanta
 ε = Error

Uji Model

Uji Signifikansi Simultan (Uji – F)

Uji-F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang di masukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Ho : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$

Artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X1, X2, X3, X4) yaitu keunikan produk, lokasi, harga dan peranan media sosial terhadap keputusan pembelian yaitu pada variabel terikat (Y).

Ha : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$

Artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X1, X2, X3, X4) yaitu keunikan produk, lokasi, harga dan peranan media sosial terhadap keputusan pembelian yaitu pada variabel terikat (Y). kriteria pengambilan keputusan :

Ho diterima jika $t_{hitung} < F_{tabel}$, pada = 5 %

Ha ditolak jika $t_{hitung} > F_{tabel}$, pada = 5 %

Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji – t)

Uji-t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Ho : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X1, X2, X3, X4) yaitu keunikan produk, lokasi, harga dan peranan media sosial terhadap keputusan pembelian yaitu variabel terikat (Y).

Ha : $b_1, b_2, b_3 \neq 0$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X1, X2, X3, X4) yaitu keunikan produk, lokasi, harga dan peranan media sosial terhadap keputusan pembelian yaitu variabel terikat (Y). kriteria pengambilan keputusan:

Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, pada = 5 %

Ha ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, pada = 5 %

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Sebuah angket atau kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengukur hal yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Oleh karena itu, tinggi rendahnya validitas amgket atau kuesioner menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus product moment.

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi (α) 5%, sedangkan nilai kritis untuk pengujian dengan sampel (n) =67 apabila nilai signifikansi $<0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan dalam penelitian bersifat valid.

Berdasarkan hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh butir-butir pernyataan yang memiliki signifikasin $<0,05$ sehingga dinyatakan valid dan dapat dipergunakan dan. dapat mengukur keadaan yang sebenarnya.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat kemampuan suatu instrumen sehingga dapat menghasilkan data yang konsisten dan bebas dari kesalahan.

Teknik yang digunakan untuk menentukan reliabilitas penelitian ini alat pengukurnya adalah teknik alpha cronbach, dimana indeks reliabilitas dinyatakan reliabel jika harga r yang diperoleh paling tidak 0,60. Nilai-nilai yang ada dimasukkan ke dalam rumus, dan menghasilkan nilai koefisien reliabilitas.

Dari perhitungan indeks reliabilitas instrumen yang diuji cobakan dapat ditafsirkan nilai atau harga r yang diperoleh mencapai 0,60 keatas. Maka seluruh skala yang disusun adalah reliabel.

Regresi Berganda

Analisis regresi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Keunikan Produk, Lokasi, Harga dan Peran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian diperoleh hasil sebagai berikut:

Table Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-15.487	3.555		-4.356	.000
	X1produk	.563	.078	.502	7.250	.000
	X2lokasi	.247	.061	.278	4.030	.000
	X3harga	.395	.090	.302	4.367	.000
	X4medsos	.469	.073	.441	6.411	.000

a. Dependent Variable: Y kep.beli

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang diperoleh maka dibuat persamaan linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \beta_4.X_4$$

$$Y = 0,502 X_1 + 0,278 X_2 + 0,302 X_3 + 0,441 X_4$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Keunikan Produk

X2 = Lokasi

X3 = Harga

X4 = Peran Media Sosial

B = Koefisien pengaruh

Persamaan linear berganda tersebut dapat disimpulkan:

1. Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel keunikan produk memiliki nilai beta positif 0,502. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik keunikan produk yang dimiliki akan semakin meningkatkan keputusan pembelian customer.
2. Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai beta positif 0,278. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dan strategis lokasi yang dimiliki akan semakin meningkatkan keputusan pembelian customer.
3. Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai beta positif 0,302. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga yang dimiliki akan semakin meningkatkan keputusan pembelian customer.
4. Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel media sosial memiliki nilai beta positif 0,441. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik akses informasi media sosial yang dimiliki akan semakin meningkatkan keputusan pembelian customer.

Uji Model

Uji Anova (F-test)

Uji Anova atau uji F adalah uji statistik yang fungsinya untuk mengetahui apakah variabel independen Keunikan Produk, Lokasi, Harga dan Peran Media Sosial merupakan model persamaan yang tepat untuk mengukur perubahan variabel Keputusan Pembelian. Dari olah data diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji ANOVA

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	264.701	4	66.175	38.377	.000 ^a
	Residual	106.911	62	1.724		
	Total	371.612	66			

a. Predictors: (Constant), X4medsos, X3lokasi, X2harga, X1produk

b. Dependent Variable: Y kep.beli

Data di atas menunjukkan bahwa F hitung sebesar 38,377 dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Variabel Keunikan Produk(X1). Lokasi(X2), Harga(X3) dan Peran Media Sosial (X4) merupakan variabel yang baik dan tepat (fit) untuk mengukur perubahan dalam variabel Keputusan Pembelian(Y), sehingga membentuk persamaan yang fit.

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi atau adjusted R square digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel bebas (independent variabel) terhadap variabel terikat (dependent variabel). Hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi seperti berikut:

Table Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 ^a	.712	.694	1.31315

a. Predictors: (Constant), medsos, lokasi, harga, produk

Hasil perhitungan estimasi regresi diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar 0,694 atau 69,4% perubahan pada variabel dependen Keputusan Pembelian(Y) dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel independen Keunikan Produk(X1), Lokasi(X2), Harga(X3) dan Peran Media Sosial (X4), sedangkan sisanya sebesar 30,6.% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan atau dijelaskan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji-t)

Uji parsial digunakan untuk menguji hipotesis adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara sendiri-sendiri. Dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$

Pengujian hipotesis pertama

Hipotesis pertama menguji pengaruh keunikan produk terhadap keputusan pembelian. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,502 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan hipotesis pertama diterima. Artinya keunikan produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Tristar.

Pengujian Hipotesis kedua

Hipotesis pertama menguji pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,278 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan hipotesis pertama diterima. Artinya lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Tristar.

Pengujian Hipotesis Ketiga

Hipotesis pertama menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,302 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan hipotesis pertama diterima. Artinya harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Tristar.

Hipotesis pertama menguji pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,441 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan hipotesis pertama diterima. Artinya media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Tristar.

SIMPULAN


Penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut

- a. Keunikan produk dari Warung Tristar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian customer
- b. Lokasi dari Warung Tristar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian customer
- c. Harga yang ditawarkan dari Warung Tristar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian customer
- d. Peranan media sosial dari Warung Tristar berpengaruh positif dan signifikan terhadap hi keputusan pembelian customer

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis menyarankan beberapa hal kepada pengelola sebagai berikut:

- Kepada pengelola:
 - a. Keunikan produk lebih ditambahkan kembali yang mengikuti tren perkembangan kuliner saat ini sehingga dapat menaikkan rasio jumlah pengunjung.
 - b. Lebih intensif dalam membuat promo di media sosial sehingga akses informasi dapat menyebar lebih luas dari sebelumnya.

- 
- c. Memberikan sajian harga yang kompetitif dengan berbagai promo yang memberikan daya tarik lebih kepada customer Warung Tristar.
 - d. Lebih memberikan kenyamanan terhadap pengunjung sehingga menghasilkan hasil lebih positif terhadap keputusan pembelian di Warung Tristar.
 - e. Mengajarkan keramahan yang lebih lagi agar tamu merasa nyaman dan diperhatikan.
- Kepada karyawan/staff
 - a. Lebih disiplin dan mengikuti tatanan aturan yang berlaku di perusahaan.
 - b. Lebih mengutamakan aspek hospitality dalam pelayanan (senyum, salam, berinteraksi, dan sopan santun) kepada customer.
 - c. Membuat customer nyaman dengan gesture dan tingkah laku.
 - d. Lebih aware dan loyal terhadap pekerjaan
 - Kepada customer
 - a. Memberikan kritik dan saran baik positif maupun negatif yang dimaksudkan untuk perkembangan dan perbaikan mutu
 - b. Dapat menghubungi/reservasi terlebih dahulu jika tidak ingin antri.

DAFTAR RUJUKAN

- Akhmad, J. 1996. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung Isehan di Jalan Protokol Yogyakarta". Jurnal STIE Widya Wiwaha Kajian Bisnis, No. 7, Hlm. 14-28
- Amstrong, Gary. & Philip Kotler. 1996. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. AlihBahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta
- Arifin, Ali. 2003. Viral Marketing - Konsep Baru Berinvestasi DanBerwirausaha. Yogyakarta : Andi Publisher.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro
- Basu Swastha dan Irawan, (2005), Manajemen Pemasaran Modern. Liberty, Yogyakarta
- Cravens, David W. (1996). Pemasaran Strategis Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Rosnani, 2009, Keunikan produk, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Gurnelius, Susan, 2011, 30-minute Sosial Media Marketing, McGraw-Hill Companies, United States.
- Harjadi, Didik & Fatmawati Dewi. 2008. "Word Of Marketing (WOM)Communication Sebagai Alternatif Kreatif Dalam KomunikasiPemasaran". JURNAL EQUILIBRIUM. Vol.4, No.8, Juli-Desember2008; 72-78
- Issabell, Goyette. "Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context".Jurnal Word of Mouth. Dalam Dimensi Word of Mouth
- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003, "Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran". Jakarta: Kencana.
- Jamilah B, Najua 2012. Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Cokelat Roso di Depok, Sleman, Yogyakarta). Skripsi. Universitas Negeri YogyakartaKenedy, Jhon E & Soemanegara Dermawan R. 2006
- Kotler, Philip,(1997),Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan danPengendalian,Jilid 2 Edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga,Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2001, Principles of Marketing (Ninth Edition), Prentice Hall Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks., New Jersey
- Kusumanegara, Erlangga. T. 2012. “Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Baskin Robbins Ice Cream Mal Ciputra Semarang”. Skripsi. (Tidak Di Terbitkan). Semarang:UNDIP
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba empat
- Margono,S., 2010 , Metode Penelitian Pendidikan, Jakarta: Rineka CiptaNana Syaodih Sukmadinata. (2011). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi PemasaranJilid 2.Edisi 4. Jakarta: Erlangga
- Semuel, H, dkk. 2007. “Perilaku dan Keputusan PembelianKonsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discount di Surabaya”. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 2, No. 2, Hlm. 73-80
- Solis, Brian. (2011). Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web. New Jersey: John Wiley & Sons
- Stanton, William, J,(2001),Prinsip-prinsip Pemasaran,Jilid Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Taprial, Varinder&Kanwar, Priya (2012, Understanding Social Media.. Ventus Publishing.
- Tjiptono Fandy,2002.Strategi Pemasaran. Andi Ofset.Yogyakarta
- Zarella, Dan. 2010. The Social Media Marketing Book. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta Sumber Internet.
- <http://sigmanews.us>, diakses tanggal 9 September 2013.
- <http://nandonurhadi.wordpress.com>, diakses tanggal 9 September 2013.
- <http://www.iHubmedia.com>, diakses tanggal 9 September 2013.
- <http://www.the-marketeers.com>, diakses tanggal 9 September 2013.
- <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/4478>, diakses tanggal 24 Mei 2014

**BUDAYA KULINER DAN SISI SIMBOLIK DARI BEKAKAK AYAM
DALAM RITUAL SUNATAN ANAK BETAWI JAKARTA
(STUDI KASUS SETUBABAKAN)**

**MAHMUDI
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit**

Abstrak

Adat sunatan yang ada di Betawi adalah adat yang diadakan dengan memiliki ciri khas tersendiri, mulai dengan sebelum acara maupun sampai acara sunatannya. Prosesi pengantin sunat di bagi menjadi 2 tahapan yaitu pra sunatan dan prosesi sunatannya. Tahapan pertama adalah acara rembukan sampai dengan mengundang agar nantinya acara sunatannya ramai dan tahapan kedua adalah pelaksanaannya.

Dalam pelaksanaan sunatan dalam adat Betawi, memang ada beberapa acara yang harus dilaksanakan agar acara itu sesuai dengan adat – istiadat yang telah ada pada sebelumnya, namun itu jika yang melaksanakannya adalah orang memiliki perekonomian yang mampu.

Bagi mereka masyarakat yang perekonomiannya tergolong tidak mampu, sedangkan mereka mempunyai anak laki – laki dan wajib menyunatkan, maka masyarakat Betawi tetap melaksanakan tradisi acara Sunatan meskipun pada masa-masa belakangan ini mereka tidak melaksanakan prosesi Penganten Sunat. Salah satu adat - istiadat dalam sunatan yang tetap dipertahankan yaitu diberikannya nasi kuning yang terbuat beras ketan dan Bekakak ayam.

Berdasarkan beberapa sumber yang dapat dipercaya, penyajian Bekakak Ayam sudah dikenal sebelum Islam datang ke Indonesia. Bekakak ayam merupakan makanan sesaji dalam upacara adat nenek moyang, sehingga tidak heran penyajian Bekakak Ayam dikenal pula pada tradisi budaya Jawa. Makanan tersebut merupakan sesaji untuk memohon keselamatan dan keberkahan kepada Tuhan bagi yang melaksanakan hajatan.

Keyword : Sejarah Betawi, Penganten Sunat , Makanan Penganten Sunat, Bekakak ayam

PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa faktor kemajuan peradaban dunia adalah indikasi kemajuan berpikir umat manusia, tidak salah apabila disebutkan bahwa manusia dewasa ini telah dihadapkan pada situasi yang serba maju, instant dan pola pemikiran yang kritis. Kemajuan jaman ini mengakibatkan perubahan di segala aspek kehidupan manusia (individu, keluarga, masyarakat berbangsa dan bernegara). Banyak diantara masyarakat itu menerima perubahan dan perkembangan jaman sebagai sesuatu yang biasa dan wajar untuk sebuah proses yang harus dijalani, dimaklumi dan kehadirannya senantiasa akan menimbulkan berbagai perubahan dalam prakteknya.

Masyarakat mau tidak mau atau sadar tidak sadar dihadapkan pada situasi yang sulit antara menerima perubahan peradaban itu, karena tidak ingin dianggap kolot atau menolak perubahan itu walaupun dianggap primitif, konvensional dan ortodoks. Pada era globalisasi ini seakan-akan sudah tidak ada lagi batas-batas antarnegara. Hal ini disebabkan karena kemajuan teknologi, media informasi dan mudahnya akses seseorang untuk melakukan hubungan dengan negara lain.

Seperti yang sering kita ketahui banyak pengaruh budaya asing yang sedikit banyaknya telah mengubah gaya hidup dan perilaku terutama generasi muda bangsa. Mereka justru terlihat lebih akrab dengan budaya asing daripada budaya negerinya sendiri.

Jakarta adalah Ibu kota Indonesia yang merupakan kota yang menjadi pusat pemerintahan dan pusat dari perkembangan untuk daerah – daerah yang lain. Jakarta mempunyai budaya yang begitu kental yaitu budaya Betawi yang merupakan kebudayaan masyarakat penduduk Betawi, namun dengan perkembangan zaman yang begitu pesat sehingga sengaja ataupun tidak mempengaruhi pola hidup masyarakat yang hampir meninggalkan budaya yang selama ini dijadikan suatu kebiasaan dalam masyarakat Betawi.

Salah satu kebudayaan yang khas dalam masyarakat Betawi adalah upacara khitanan atau Sunatan anak yang disebut Penganten Sunat. Acara tersebut memiliki keunikan dengan adanya keragaman atraksi termasuk adanya penyajian berbagai jenis kue dan juga makanan tradisional yaitu Bekakak Ayam yang disajikan dengan Nasi kuning yang berasal dari beras ketan dan di dampingi buah – buahan sebagai pendamping makanan untuk Penganten Sunat.

RUMUSAN MASALAH

- a. Apakah masyarakat Betawi masih mempertahankan budaya Pengantin Sunat dalam menyunatkan anak laki lakinya ?
- b. Apakah dalam proses Pengantin Sunat yang dilaksanakan masih selalu disediakan Bekakak Ayam sebagai pendamping Pengantin Sunat ?
- c. Adakah pengaruh pemilihan jenis ayam dalam proses penyajian Bekakak Ayam pada acara Penganten sunat ?
- d. Bagaimana Proses penyajian Bekakak Ayam dalam prosesi upacara Pengantin Sunat ?

TUJUAN PENELITIAN

1. Tujuan Umum

Berdasarkan pada uraian di atas, maka tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui lebih dalam bagaimana budaya Betawi tentang Pengantin Sunat, serta apa yang menjadi makna dan filosofi penyajian Bekakak Ayam sebagai hidangan pendamping acara Pengantin Sunat anak Betawi :

2. Tujuan Khusus

- a. Mengetahui makna dan simbolik penyajian Bekakak Ayam dalam proses Sunatan anak laki - laki dalam adat Betawi.

- b. Untuk menjadikan penelitian yang ada menjadi referensi tentang Budaya Betawi khususnya tentang Sunatan ala Betawi.

TINJAUAN PUSTAKA

Sunatan atau nama lainnya adalah khitan merupakan suatu acara yang dilangsungkan oleh masyarakat untuk anak laki – lakinya. Sunat alias khitan secara harfiah berarti sama dengan sunnah dalam bahasa Arab. Sunat bagi orang Betawi adalah upacara memotong ujung penis anak lelaki dalam ukuran tertentu. Menurut ajaran agama Islam, bila anak lelaki memasuki akil balig ia harus segera dikhitan atau disunat. Jika anak lelaki sudah akil balig belum disunat, maka shalatnya tidak sah. Jika anak kecil yang belum masuk akil balig sudah rajin melaksanakan shalat lima waktu, maka orang Betawi menyebutnya anak baru belajar atau latihan membiasakan taat beribadah. Jika anak-anak yang belum sunat, biasanya dia dilarang shalat berjamaah berada di barisan paling depan. Itu hanya kebiasaan saja, bukan merupakan suatu larangan formal.

Dengan kata lain sunat dalam pandangan masyarakat Betawi dapat pula diartikan sebagai pembeda, yaitu pembeda antara anak-anak dengan seseorang yang sudah akil baligh. Seorang anak yang sudah disunat, dianggap sudah menjadi manusia sempurna, dalam arti dia sudah mempunyai kewajiban sebagai mana manusia dewasa. Ia wajib melakukan ibadah, ia wajib memahami peraturan-peraturan yang berlaku, dan seterusnya.(Yahya Andi Saputra/Upacara Daur Hidup Adat Betawi/pengertian sunnatan)

1. Sejarah Betawi

Antropolog Universitas Indonesia, Dr. Yasmine Zaki Shahab, MA memperkirakan, etnis Betawi baru terbentuk sekitar seabad lalu, antara tahun 1815-1893. Perkiraan ini didasarkan atas studi sejarah demografi penduduk Jakarta yang dirintis sejarawan Australia, Lance Castle. Di zaman kolonial Belanda, pemerintah selalu melakukan sensus, yang dibuat berdasarkan bangsa atau golongan etnisnya. Dalam data sensus penduduk Jakarta tahun 1615 dan 1815, terdapat penduduk dari berbagai golongan etnis, tetapi tidak ada catatan mengenai golongan Etnis Betawi.

Menurut Ridwan Saidi (2011) Mengenai asal usul Betawi ada dua pendapat, pertama, pendapat yang menyatakan bahwa masyarakat Betawi adalah berasal dari budak dan pendapat yang lainnya menyatakan bahwa masyarakat Betawi sudah lama ada, sebelum Kerajaan Sunda Pajajaran. Pendapat bahwa masyarakat Betawi berasal dari budak biasa disebut dengan mazhab Kali Besar, karena studi tentang Betawi tempo dulu dari segi geografis diidentikan dengan Kawasan Kali Besar.

Menurut Bunyamin Ramto, masyarakat Betawi secara geografis dibagi tiga bagian, yaitu Udik , Pinggiran, dan tengah.

2. Pengertian Simbol

Simbol atau sering disebut juga lambang secara etimologis berasal dari kata Yunani “symbolaein” yang berarti melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan dengan suatu

ide (Hartoko & Rahmanto, 1998:133). Ada pulayang menyebutkan “symbolos” yang berarti tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang (Herusatoto, 2000:10).

3. Pengertian Sunatan

Menurut WIKEPEDIA bahasa Indonesia ; Sunat atau khitan atau sirkumsisi (Inggris: circumcision) adalah tindakan memotong atau menghilangkan sebagian atau seluruh kulit penutup depan dari penis. Frenulum dari penis dapat juga dipotong secara bersamaan dalam prosedur yang dinamakan frenektomi. Kata sirkumsisi berasal dari bahasa Latin circum (berarti “memutar”) dan caedere (berarti “memotong”).

4. Pengertian Makanan Tradisional

Makanan tradisional pada umumnya terdiri dari rangkaian makanan pokok, makanan camilan dan minuman. Sedangkan dalam lingkup yang luas makanan tradisional dapat pula berupa makanan yang di gunakan untuk sesaji dalam suatu upacara tradisi menurut Sastrodiningrat (1995).

5. Tentang Bekakak

Tradisi adat Bekakak sendiri adalah sesembahan yang diberikan yang mengandung makna pengharapan dan doa dalam upacara tersebut (Hidayati, 2009).

METODOLOGI PENELITIAN

Metodelogi yang di gunakan adalah Diskriptif kualitatif, dalam pengambilan data didapatkan dari Observasi, Studi Kepustakaan, dan wawancara

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh penelitian sebagai obyek penulisan. Metode wawancara mendalam atau in-depth interview dipergunakan untuk memperoleh data dengan metode wawancara dengan narasumber yang akan diwawancarai.

a. Observasi lapangan secara langsung

Observasi atau pengamatan melibatkan semua indera (penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa, peraba). Penulis secara langsung datang ke tempat yang akan dijadikan objek penelitian dan yang dijadikan tempat penelitian adalah di kampung Setu Babakan yang berada di Jakarta Selatan.

b. Interview atau wawancara

Menurut Pawito (2007:132), “wawancara merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, aktor) sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti.” Dalam wawancara, percakapan menunjukkan kecenderungan sifat sangat terbuka dan sangat longgar (tidak terstruktur) sehingga wawancara memang mirip dengan percakapan. Pertanyaan-pertanyaan juga mengalir secara spontan seiring berkembangnya konteks dan situasi wawancara, dan segala sesuatunya terasa sangat luwes (flexible). Wawancara semacam itu biasa disebut dengan wawancara percakapan informal (the informal conversational interview).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet (Sugiyono, 2010).

1. Instrumen dan teknik pengumpulan data

a. Instrumen penelitian

Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sesuai dengan fokus masalahnya, maka penelitian ini menggunakan instrument atau alat pengumpul data berupa pedoman wawancara secara mendalam digunakan untuk menggali informasi dan data dari masyarakat dan informan khusus

b. Teknik Pengumpulan Data

Observasi adalah pengamatan langsung ke lokasi penelitian yang dilakukan dengan memperhatikan, mempelajari dan mencatat berbagai hal yang dapat dijadikan obyek penelitian, serta mengumpulkan data sekunder dari berbagai dokumen. Tujuan pendekatan observasi ini adalah untuk memahami berbagai situasi dan kondisi serta keterangan-keterangan yang mencakup dalam dimensi obyek dan subyek penelitian.

Studi Kepustakaan adalah aktivitas pengumpulan berbagai jenis data sekunder yang dilakukan dengan cara mempelajari dan mengutip berbagai teori dari berbagai buku, mempelajari dan mengutip data dari berbagai dokumen, mempelajari dan mengutip berbagai informasi dari internet dan media cetak. Tujuan studi kepustakaan ini adalah memperoleh rujukan teori-teori yang berguna untuk memahami konstruk variabel-variabel penelitian, memperoleh landasan teoritis untuk menyusun konsep operasional variabel-variabel penelitian, dan memperoleh berbagai data atau informasi yang diperlukan untuk mendeskripsikan obyek atau subyek penelitian.

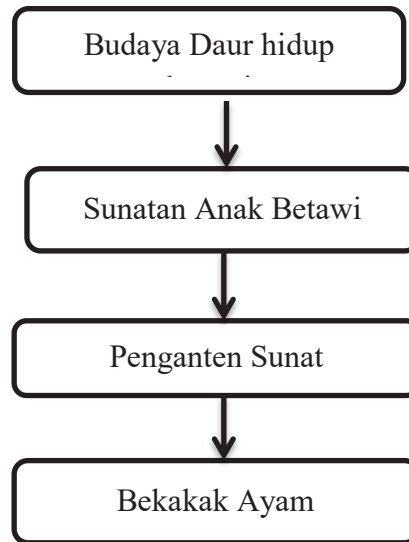
Wawancara adalah proses percakapan yang berbentuk tanya jawab dengan tatap muka, wawancara adalah suatu proses pengumpulan data untuk suatu penelitian. Beberapa hal dapat membedakan wawancara dengan percakapan sehari-hari adalah antara lain:

1. Pewawancara dan responden biasanya belum saling kenal-mengenal sebelumnya.
2. Responden selalu menjawab pertanyaan.
3. Pewawancara selalu bertanya.
4. Pewawancara tidak menjuruskan pertanyaan kepada suatu jawaban, tetapi harus selalu bersifat netral.
5. Pertanyaan yang ditanyakan mengikuti panduan yang telah dibuat sebelumnya.

METODE ANALISA DATA

Analisis data yang digunakan adalah naratif diskriptif, data yang didapat dari wawancara di analisa dan diceritakan kembali agar memudahkan dalam pemahaman.

KERANGKA BERFIKIR



DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang, dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang, dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya disini yang dimaksud budaya Betawi

Kuliner Betawi adalah suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Betawi sendiri mempunyai jenis makanan yang mendapat pengaruh dari daerah mana saja sehingga jenis makanan bervariasi.

Sunatan atau khitan adalah tindakan memotong atau menghilangkan sebagian atau seluruh kulit penutup depan dari penis, ini dilaksanakan masyarakat Betawi untuk anak laki – lakinya yang akan akil balig.

Bekakak ayam adalah makanan yang disajikan untuk upacara upacara selamatan di adat istiadat masyarakat Betawi, termasuk upacara Penganten Sunat.

POPULASI SAMPEL PENELITIAN

1. Populasi

adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kulaitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 1999 : 72) Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan makanan tradisional Betawi khususnya untuk jenis kue-kue sebagai hantaran pengantin.

2. Narasumber

Narasumber adalah orang yang menjadi sumber informasi (Hari Wijaya dan Djaelani 2004 : 40). Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, peneliti akan mewawancarai narasumber yaitu beberapa tokoh dan Pemerhati budaya Betawi dan beberapa penduduk Betawi di sekita Setu Babakan. Teknik pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah non-probability sampling non-probability adalah pengambilan sampel yang tidak memberi

peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi snow ball sampling.

Snow ball sampling adalah teknik penentuan sampel yang mula mula jumlahnya kecil kemudian membesar. Sampling ini ibarat bola salju yang menggelinding yang makin lama semakin membesar. Dalam penelitian ini mula-mula dipilih satu orang atau dua orang. Kemudian dua orang ini disuruh memilih temannya untuk di jadikan sampel. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. (Sugiyono, 1999 : 78).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang bekakak ayam sebagai makanan yang harus disajikan dalam proses sunatan, yang dilaksanakan oleh masyarakat Betawi. Selanjutnya hasil penelusuran ini dianalisis guna mengetahui apakah bekakak ayam masih dilaksanakan dalam pelaksanaan sunatan anak laki – laki di Betawi. Wawancara dilakukan kepada beberapa narasumber dengan harapan dapat menggali informasi sebanyak banyaknya secara langsung sehingga akan diperoleh informasi yang valid dari narasumber. Narasumber difokuskan kepada pengamat dan pemerhati kebudayaan Betawi dan beberapa anggota masyarakat yang pernah melaksanakan sunatan secara Betawi di wilayah Betawi pinggir yang dikonsentrasikan di Setu Babakan.

Kegiatan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa narasumber dimaksudkan untuk menggali perolehan informasi mengenai :

1. Tradisi sunatan secara adat Betawi.
2. Penggunaan Bekakak Ayam pada acara Penganten Sunat.
3. Makna yang terkandung dalam penyajian bekakak ayam untuk penganten sunat

Hasil Wawancara dengan Narasumber :

Terkait dengan tradisi adat – istiadat dalam Pelaksanaan upacara Penganten Sunat serta rangkaian acara apa saja yang harus dilaksanakan,?

Sembilan dari sepuluh narasumber yang diwawancarai menyatakan bahwa mereka mengetahui adat pelaksanaan sunatan Betawi. Sunatan Betawi adalah upacara sunatan yang dilaksanakan bagi masyarakat Betawi yang memiliki anak laki – laki. Acara sunatan ini di bagi menjadi 2 tahapan yaitu sebelum pelaksanaan dan pada saat pelaksanaan sunatan.

Zaman dulu jika seorang anak lelaki mau disunatin, Babe atau Nyaknye (sebutan ayah dan ibu dalam bahasa Betawi) akan rembukan dan memusyawarahkan pelaksanaan upacara sunat. Dalam rembukan biasanya selalu diajak orang tua atau sesepuh kampung yang nasehatnya akan jadi bahan pertimbangan. Tidak ketinggalan pula anak yang akan disunat diajak rembukan. Dalam rembukan yang dibicarakan antara lain :

- a. Menanyakan kepada si anak ditanyakan apakah ia mau atau sudah berani untuk disunat, ini sangat penting untuk ditanyakan sebab jika si anak belum mau atau belum berani, dengan sendirinya tidak akan terlaksana karena di khawatirkan terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

Anak laki – laki yang diajak rembukan sering juga sudah ingin disunat, lantaran dia diolok-olok teman – temannya yang sudah sunat atau karena sebab yang lain. Kepada anak laki – laki yang akan disunat ditanya juga apakah ingin diarak berkeliling kampung atau tidak kalau ingin diarak, apakah ia ingin diarak dengan diusung tandu, atau dengan menaiki kuda. Ia juga ditanyakan apakah ingin ada hiburan atau tidak, jika dia menginginkan ada hiburan maka dia ditanya jenis hiburan yang dipilihnya. Ia bebas memilih jenis hiburan apa saja yang disukainya.

- b. Mencari “Bengkong” atau dukun sunat yang akan dipanggil untuk menyunati si entong (sebutan anak laki – laki di Betawi). Sebab setiap Bengkong punya kekhasan sendiri-sendiri, kalau tangan Bengkong memang jodoh, anak yang disunat akancepat sembuhnya. Beda lagi kalau tangan Bengkong termasuk panas, maka akan lama sembuhnya, bisa memakan waktu yang lama bisa 10 - 20 hari. Bengkong yang sudah senior (pengalaman dan doa-doanya) akan lebih diutamakan, karena menurut sejarahnya Bengkong yang baik itu punya ilmu atau doa-doa mustajab yang dapat menghipnotis anak yang mau disunat supaya tidak merasakan takut, tidak merasakan sakit, serta tidak terlalu banyak mengeluarkan darah setelah ujung kemaluannya dipotong. Zaman dahulu dokter sangat jarang, karena adanya di kota saja, sedangkan di kampung-kampung hanya ada Bengkong atau dukun sunat. Berbeda dengan zaman sekarang keberadaan Bengkong sudah mulai jarang ditemukan, yang banyak sekarang dokter.

Menentukan kapan (hari, tanggal) pelaksanaan sunat. Pada umumnya orang Betawi melaksanakan sunatan pada bulan Maulid atau bulan Syawal (setelah hari raya idul fitri), berbeda dengan sekarang biasanya pelaksanaan sunatan dilaksanakan setelah kenaikan kelas, karena setelah kenaikan kelas anak sekolah pada umumnya libur sekolah dengan jangka waktu yang agak lama. Pelaksanaan acara sunatannya mau dilaksanakan dengan dirayakan dengan adat betawi secara lengkap sesuai adat yang ada atau sunatannya dilaksanakan secara sederhana, ini semua dikondisikan dengan keadaan keluarga yang mau melaksanakan sunatan.

Setelah ketiga hal di atas sudah ditentukan, selambat-lambatnya 15 hari segera dilaksanakan acara sunatannya.

- c. Jalan Ngundang (Mengundang tamu)

Pada zaman dulu sebelum mengenal teknologi yang lebih maju, masyarakat Betawi dalam melaksanakan penyebaran undangan dengan cara mendatangi kerumah mereka yang akan di undang.

Menurut salah satu narasumber, Bang Yoyo mengatakan :

“Bahwa dulu sebelum ada undangan seperti sekarang ne kalau mau mengundang Babe dan Nyaknye yang punya hajat pergi kerumah orang yang mau diundang, semisal kerumah engkong, encang ato sodara – sodara laenye. Dalam jalan ngundang ne seumpama babe kagak bisa ngikut dia diwakili ma dengan lisong (rokok cerutu) dan nyaknye bilang ne ade undangan dari Babenye,

si entong mau disunat,sambil ngasihin lisongnye.ini disini budaya silaturohmi jadi lebih erat dan yang diundang jadi nggak enak kalau tidak datang”(wawancara tgl 31 juli 2015)

Dari para narasumber di atas, ternyata etika menghormati orang yang akan diundang pada masyarakat Betawi benar-benar dijunjung tinggi. Hal ini dibuktikan dengan tradisi mendatangi orang-orang yang akan diundang pada hajatan Penganten Sunat dengan mendatangi ke rumah masing-masing. Berhubung kegiatan jalan ngundang ini membutuhkan waktu yang lama maka kegiatan ini dilaksanakan 1 bulan sebelum upacara sunatan dilaksanakan. Sebenarnya kegiatan ini bertujuan juga untuk mempererat hubungan kekerabatan dengan cara silaturomi, karena waktu mereka saling bertemu terjadi interaksi tanya jawab sehingga maksud dan tujuan undangan tersebut tersampaikan. Yang lebih menarik juga undangan itu dilambangkan dengan bentuk lisong/cerutu yang diberikan kepada yang diundang, sehingga ini juga memberikan suatu penekanan pada yang diundang untuk datang.

Dalam kurun waktu menunggu hari pelaksanaan sunatan biasanya anak yang mau di sunat sudah dilarang lompat-lompatan atau lari-larian, sebab jika aktifitas tersebut itu dilakukan, dapat dipastikan saat ujung kemaluannya disunat akan banyak mengeluarkan darah. Sehari sebelum hari H (hari pelaksanaan) biasanya si anak dirias dengan riasan dan pakaian kebesaran sunat sehingga hal inilah menjadikan mengapa dia disebut sebagai Penganten Sunat. Pagi-pagi sekitar jam 8 si anak mulai diarak keliling kampung, tujuannya untuk memberikan hiburan atau memberi kegembiraan serta semangat kepada si anak bahwa besok dia akan dapat pengalaman baru, yaitu pengalaman sunat.

Pada kegiatan ini, pelengkap dan pendukung acaranya antara lain :

- 1) Pakaian Penganten Sunat Lengkap, kelengkapannya pakaian penganten sunat Betawi ini sebagai berikut :
 - a) Jubah, yaitu pakaian luar yang longgar dan besar serta terbuka pada bagian tengah depan dari leher sampai ke bawah, dengan kepanjangan yang kira -kira tiga (3) jari dari pakaian dalamnya atau boleh juga sama panjangnya dengan pakaian dalemnya .
 - b) Gamis, yaitu pakean dalam berwarna muda, kalem, dan lembut yang tidak terlalu kontras dengan warna jubahnya. Gamis ini tidak dihias alias polos.
 - c) Selempang, Selempang dikenakan sebagai tanda kebesaran. Namun demikian pakaian selempang ini dipakai dibagian dalam jubah. Lebarnya kira-kira 15 cm. Cara memakainya diselempangkan pada pundak kiri menuju pinggang kanan.
 - d) Alpie, yaitu tutup kepala khas sorban haji yang tingginya disesuaikan dengan yang memakainya, dililit sorban putih atau emas. Hiasan alpie adalah melati tige untai/ronce, nyang bagian atasnya diselipkan bunga mawar merah dan ujungnya ditutup dengan bunga cempaka.
 - e) Alas kaki, berupa sepatu tutup alias vantopel atau banyak juga yang menggunakan trompah berhiaskan monte.
 - f) Pembacaan Sholawat Dustur.
 - g) Kuda Hias

1) Grup Ondel-Ondel Atau Tanjidor.

Pelaksanaan sunat dibagi dua, yaitu hari pertama dan hari pelaksanaan sunat. Di dekat ekor kuda digantungkan seikat padi dan sebuah kelapa. Biasanya si anak akan didampingi teman-teman bermainnya yang sebaya. Dia menaiki kuda dan teman-temannya mengiringinya dengan menaiki delman. Berjalan di barisan paling depan adalah grup Ondel-ondel yang menari-nari dengan lincahnya. Rombongan keliling kampung. Terus berkeliling kampung semampu atau sejauh yang dapat dilewatinya. Temannya bisa naik kuda atau naik delman, kalau disediakan. Rebana ketimpring terus ngikutin. Di barisan paling belakang ada rombongan tetangga, dan orang-orang kampung yang ikut meramaikan.

Pada masa dulu, hari pelaksanaan sunatan, yang harus dikerjakan si penganten sunat adalah pada pukul 05.30 sampai 06.00 WIB berendam atau mandi di Kali. Ini tujuannya sebagai pengganti bus dan membuat kebal kemaluan si anak. Darahpun tidak terlalu banyak keluarinya.

Setelah waktu menunjukkan pukul 06.15 menit Bengkong datang. Si anak dengan memakai baju Sadariah berserebet kain sarung sudah siap duduk di bangku. Sambuk kelapa untuk menahan sarung menempel ke penis yang disunat sudah disiapkan. Sebelum Bengkong dengan peralatan sunatnya (pisau sunat, dua batang bambu ukuran sumpit yang disebut bebango atau bango-bango) beraksi, biasanya orang tua si anak lebih dulu datang menghiburnya menanyakan apa yang diinginkan si anak. Si penganten sunat akan meminta sesuatu barang yang disukainya, misalnya sepeda atau hewan piaraan seperti ayam, menile, kambing, dan lain lain. Selain itu di sisi si anak disajikan/disiapkan meja yang di atasnya sudah ditata bekakak ayam lengkap dengan nasi kuning dan buah-buahan. Bekakak ayam adalah ayam panggang yang tidak dipotong-potong dan nanti setelah sunat akan dimakan bersama teman-teman sebayanya yang datang saat sunat.

Bengkong yang andal dan bijaksana sangat humoris dan mengerti betul psikologi anak. Anak yang ketakutan akan dihibur dengan kata-kata lucu atau dengan mendendangkan nyanyian shalawat. Bisa juga di antara keduanya terjadi dialog membicarakan hal-hal yang disenangi si anak. Sambil berdialog tangan terampil si Bengkong akan bekerja dengan cepat dan saat dialog belum selesai, tugasnya mengkhitan sudah selesai tanpa disadari si anak. Selesai dipotong dan darah masih keluar, Bengkong akan menaburi obat anti biotik yang dibuat dari kerikan batok kelapa, lugut kulit pelepah kelapa muda, atau sarang galanggasi. Masa kini mungkin orang akan berfikir dua kali untuk memakai anti biotik semacam ini, sebab terlihat sangat tidak higienies. Pantangan bagi anak yang disunat tidak boleh makan ikan asin dan masakan yang dicampur udang. Dia juga tidak boleh melangkahi tai ayam. Entah apa hubungannya antara melangkahi tai ayam dengan sunat. Jelasnya anak-anak yang sunat tidak berani melangkahi tai ayam.

Dulu bersamaan dengan pelaksanaan sunat dilaksanakan pula kegiatan motong ayam jago dan pasang petasan. Hal ini dimaksudkan untuk memecah konsentrasi anak-anak sebaya yang belum disunat. Anak yang disunat biasanya menangis dengan suara yang cukup keras karena menahan sakit dan untuk membuat suara tangisan itu tidak terlalu didengar oleh anak-anak, maka suara ayam yang dipotong dan bunyi petasan akan mengimbangi suara tangisan. Dengan begitu anak-anak yang datang menonton dan belum disunat tidak akan takut jika nanti dia pun akan sunat. Selain itu suara petasan itu maksudnya sebagai kabar kepada tetangga bahwa pelaksanaan sunat

sudah selesai.

Selesai disunat si anak akan memperoleh hadiah dari kakek, nekek, encang, encing, famili lain dan para tetangganya. Hadiah itu bermacam-macam jenisnya tapi yang utama adalah uang. Setelah itu dilaksanakan selamatan atau tahlilan termasuk muludan. Memang sudah menjadi tradisi orang Betawi bahwa setiap melaksanakan kegiatan, membaca maulid Nabi Muhammad SAW selalu disertakan bahkan pada waktu tahlilan kematian sekalipun.

Hidangan utama khitanan biasanya nasi kuning. Nasi kuning Betawi terbuat dari beras ketan dan lauk-pauknya berupa semur daging, acar kuning, serondeng, bawang goreng, emping mlinjo.

Selepas shalat zuhur undangan resepsi mulai berdatangan. Ondel-ondel pun sudah mulai beraksi dan berhenti menjelang maghrib. Malamnya diadakan tontonan lenong, topeng, dan Sohikul hikayat.

- 2) Dalam Pelaksanaan adat Penganten Sunat ini, apakah khusus anak laki laki sulung atau semua anak laki - laki yang ada dalam satu keluarga ?

Hampir seluruh dari narasumber yang diwawancarai menyatakan bahwa masyarakat Betawi yang berada di Setu Babakan adalah mayoritas memeluk agama Islam, . Dalam menjalankan syariat agama umumnya mereka sangat kuat, ini terbukti dengan masyarakat Betawi menyunatkan anak laki – laki yang mereka miliki, mereka juga berusaha untuk berbuat adil terhadap anak – anak mereka miliki, dengan tidak membeda – bedakan antara anak pertama dengan saudara – saudara mereka.

Menurut Bang Yoyo mengatakan :

“Tidak ada pembedaan dalam melaksanakan sunatan antara anak sulung dengan sodara laki – laki yang ada dalam 1 keluarga, bahkan anak kedua bisa juga lebih meriah ini situasional saja, dan tergantung kondisi ekonomi Babe n Nyaknye, orang betawi punya prinsip bahwa orang tuanya hartawan maka anaknya jadi Raja. Dalam pelaksanaan sunatan pun tidak ada pembedaan agar dikemudian hari nanti tidak terjadi iri dan kesenjangan antara anak orang tua, jika ada perbedaan takutnya ini pemicu ketidak harmonisan hubungan dalam keluarga. (wawancara tgl 31 juli 2015)

Dalam melaksanakan acara sunatan pun tidak ada pembedaan antara anak sulung ataupun dengan saudara laki – laki dalam satu keluarga, namun karena kondisi perekonomian dari masing-masing keluarga yang terkadang yang membuat perbedaan. Pada dasarnya dalam pelaksanaan sunatan tidak ada perbedaan antara anak laki yang pertama dengan anak kedua ataupun yang berikutnya dengan catatan kondisi perekonomian stabil.

- 3) Apakah dalam melaksanakan acara sunatan Betawi ada hubungannya dengan tingkat status seseorang dalam masyarakat ?

Hampir seluruh narasumber yang diwawancarai menyatakan bahwa Tradisi masyarakat Betawi pada dasarnya selalu ingin memberikan yang terbaik pada anak – anak mereka, sehingga dalam pelaksanaan sunatan akan selalu diadakan dengan meriah sesuai dengan adat penganten sunat Betawi yang memang secara finansial membutuhkan biaya yang tidak sedikit.

Dengan tradisi sunatan yang membutuhkan biaya besar maka beberapa masyarakat yang mereka tergolong perekonomian menengah ke bawah akan memilih untuk melaksanakan sunatan secara sederhana, sedangkan bagi mereka yang tingkat perekonomian tergolong menengah ke atas akan melaksanakan adat penganten sunat dengan maksud selain menyenangkan anak mereka dan juga bisa mengenalkan adat – istiadat kepada generasi penerus sehingga adat istiadat sunatan secara adat istiadat Betawi tidak hilang tersingkirkan dengan budaya asing yang semakin mempengaruhi generasi penerus kita.

4) Berapakah kisaran usia anak yang di sunat dalam pelaksanaan adat Penganten Sunat ?

Dari 10 (sepuluh) narasumber yang diwawancarai, keseluruhnya menyatakan bahwa masyarakat Betawi pada umumnya dalam melaksanakan sunatan pada anak laki – laki mereka dengan kisaran umur antara 5 – 10 tahun, atau mereka disunat masih duduk di bangku sekolah dasar atau sekitar kelas 1 – 5. Pelaksanaan sunatan dengan kisaran umur tersebut dengan harapan belum akil balig sehingga setelah akil balig sholatnya bisa dianggap sah atau diterima Allah SWT..

Terkadang beberapa anak meminta segera disunat karena seringkali mereka di ejek teman temannya karena belum sunat, atau terkadang dia iri melihat temannya yang melaksanakan sunat karena anak yang sunat dapat banyak hadiah dari encang, engkong atau saudara yang lain.

5) Bagaimana dengan jenis makanan yang menjadi sajian dalam acara sunatan Betawi ?

Delapan dari Sepuluh narasumber yang diwawancarai menyatakan bahwa makanan yang disediakan dalam prosesi pelaksanaan sunatan ada 2 jenis : 1. Makanan Untuk Penganten Sunat.

Makanan yang disajikan untuk Penganten Sunat adalah Bekakak Ayam yang disajikan bersama dengan Nasi Kuning Yang dibuat dari beras ketan, pada umumnya nasi kuning bahan beras. Penggunaan beras ketan ini sudah menjadi adat di Betawi dan setelah dimasak jadinya lebih pulen dari pada nasi kuningnya menggunakan beras.

Bekakak Ayam dan Nasi Kuning ini disajikan bersama - sama terkadang juga ada yang dilengkapi dengan buah – buahan. Sajian ini khusus diberikan pada Penganten Sunat atau pelaku sunatnya, yang kemudian setelah disajikan bisa dibagi dengan saudara atau teman dari anak yang disunat tersebut.

6) Makanan untuk para tamu yang datang.

Penyajian makanan untuk tamu undangan dulu tidak ada makanan yang sifatnya makanan utama seperti nasi. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan pengamat dan pemerhatibudaya Betawi yaitu bang Yoyo sebagai berikut :

“Dulu tamu yang diundang kagak ada yang dikasih makan nasi yang ade itu kue diatas meja dan dikasih minum teh manis, tamu yang dikasih makan nasi itu tamu kerabat atau sodare yang dateng. Tapi dulu Babe dan Nyak dari Penganten Sunat kagak duduk same Penganten Sunat tapi mereka nemuin dan nemenin tamu yang dateng, disini keramah tamahan antare tuan rumah tamu kuat. Budaya makan baru ade setelah perekonomian stabil, muncul makan prasmanan, jadinya semua tamu pada makan”(wawancara dengan bang yoyo tgl 31 juli 2015)

Sebagian tamu memang ada yang diberikan makanan Nasi kuning Betawi dengan lauk-pauknya berupa semur daging, acar kuning, serondeng, bawang goreng, emping mlinjo. Jadi bentuk Nasi kuning yang disajikan dalam adat Betawi memiliki bentuk yang berbeda, tidak dibentuk seperti tumpeng akan tetapi disajikan pada tampah atau piring.

7) Mengapa harus ada Bekakak Ayam dalam pelaksanaan Proses Penganten Sunat ?

Hampir seluruh narasumber yang diwawancarai menyatakan bahwa dalam daur hidup yang ada dalam masyarakat Betawi adalah adat daur hidup yang dilaksanakan dan didasari dengan syariat Islam, sehingga ini mempengaruhi pelaksanaan upacara adat istiadat yang ada di dalam masyarakat Betawi khususnya Betawi pinggiran yang ada di Setu Babakan.

Dalam pelaksanaan daur hidup itu bertujuan untuk menghilangkan sifat kekotoran menuju kesucian dalam setiap fase fase yang dilalui setiap manusia. Salah satu adat daur hidup adalah adat istiadat sunatan untuk anak laki – laki, dalam fase anak ini dianggap fase menuju ke dewasa maka dilaksanakanlah selamatan sunatan.

Menurut bang Yahya :

“Adat Sunatan itu wajib ada di Betawi dan wajib bagi mereka yang laki – laki muslim karena sunatan itu adalah salah satu syarat bagi mereka yang mau akil balig. Untuk Bekakak ayam wajib ada mau dilaksanakan dengan adat penganten Sunat ataupun sunatan massal bekakak ayam tetap disajikan walaupun tidak disertai acara – acara adat.”(Hasil wawancara tgl 3 juli 2015)

Pada dasarnya Bekakak Ayam tetap disajikan kepada anak yang telah sunatan baik itu dilaksanakan dengan upacara adat Penganten Sunat maupun dilaksanakan secara sederhana tetap pemberian Bekakak Ayam masih dilaksanakan, karena makanan Bekakak Ayam ini sudah menjadi makanan upacara adat. Pada dasarnya jenis makanan kalau sudah menjadi makanan upacara maka makanan tersebut harus ada dalam upacara adat yang mengikutinya.

Menurut Bang Yahya :

“Makanan yang ada sebelum masa Penjajahan itu sulit untuk di carikan sebab musababnya atau mulai kapan itu ada serta asal dari makanan itu ada, karena bekakak itu ada mulai sebelum penjajahan dan ada sebelum islam ada. Bekakak Ayam makanan sesaji dalam upacara adat yang ada di masyarakat contoh : upacara Bangun rumah, upacara ngegulik tanah, Upacara sedekah bumi semuanya itu ada Bekakak Ayam. Sehingga Bekakak ayam adalah makanan upacara yang harus ada dalam proses upacara memohon keselamatan dan Kebekahan”(hasil wawancara tgl 3 juli 2015)

Dalam sunatan anak Betawi selain dilaksanakan acara pemotongan ujung kulit dari kemaluan anak yang disunat, dalam sunatan ada juga disediakan makanan yang harus ada sebagai bentuk syukur dan harapan untuk anak yang disunat. Bekakak ayam adalah makanan yang harus diberikan ke anak laki laki yang disunat, dalam pemberian ke anak yang disunat menurut adat istiadat Betawi harus dalam kondisi utuh tidak terpotong – potong serta dipanggang.

Bekakak ayam dalam pembuatan untuk diberikan ke anak sunatan secara Betawi tidak diperbolehkan menggunakan semua jenis ayam, masyarakat Betawi memilih ayam yang digunakan

adalah jenis ayam kampung yang jago (jantan). Jenis ayam ini dipilih dengan tujuan daging ayamnya lebih terasa enak dan dijadikan simbol kalau yang disunat laki – laki dan diharapkan menjadi anak yang sholeh berguna bagi keluarga serta berguna juga bagi nusa dan bangsa, serta mendapatkan keselamatan dan keberkahan.

8) Dengan perkembangan zaman yang begitu maju seperti saat ini apakah masih ada yang melaksanakan acara sunatan secara adat Betawi ?

Enam dari kesepuluh narasumber yang diwawancarai menjawab :

Gaya hidup suatu masyarakat juga dipengaruhi dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang ada disekitarnya, salah satu contoh permainan anak dulu sebelum bermain mereka harus membuat dahulu dan dimainkan secara bersama – sama. Sama dengan kebudayaan dalam perkembangannya juga terkena dampak dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, disadari ataupun tidak lambat laun akan ada pergeseran pola gaya hidup dalam masyarakat.

Bang Yahya mengatakan :

“Kemajuan Teknologi membentuk pola pikir manusia untuk hidup semakin praktis, memang teknologi bisa diterima di tengah – tengah masyarakat karena dianggap sebagai sesuatu yang memudahkan masyarakat, apa yang menurut mereka baik ya mereka lakukan seperti dulu yang terbaik agar tidak mengeluarkan darah banyak maka anak yang mau disunat berendam dulu pada pagi hari, sekarang beda dengan adanya dokter dan obat bius maka sunatan bisa dilaksanakan lebih efektif dari waktu dan juga lebih aman. Ini merupakan dampak kemajuan teknologi, akan tetapi unsur – unsur pendukung upacara seperti Nasi Kuning dan Bekakak Ayam harus tetap ada” (wawancara tanggal 03 juli 2015)

Dampak itu sudah bisa dilihat dan dibuktikan dengan keberadaan “Bengkong”, dahulu Bengkong lebih banyak keberadaannya terutama di daerah daerah, akan tetapi sekarang sudah mulai langka digantikan dengan dokter yang semakin banyak. Keberadaan dokter adalah hasil dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, dengan orang melakukan sunat di dokter itu lebih minimalis waktu pelaksanaan dan kecepatan kesembuhannya juga relatif lebih cepat dari pada sunat dengan menggunakan jasa Bengkong dan resiko yang ditimbulkannya lebih kecil.

Dengan adanya kemajuan zaman itu juga mempengaruhi nilai nilai budaya yang ada di dalam masyarakat, contohnya pelaksanaan adat istiadat sunatan. Sunatan secara adat Betawi yang lengkap saat ini memang harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit sehingga untuk masyarakat betawi sendiri tidak semuanya bisa melaksanakan upacara adat penganten sunat.

Rasa mencintai dan memiliki serta ingin melestarikan suatu budaya daerah terkadang muncul tidak harus dari masyarakat itu sendiri, bisa juga dari masyarakat luar daerah. Budaya Betawi juga banyak diminati oleh orang yang bukan dari Betawi, ini bisa dilihat dari beberapa budayawan betawi yang dimintai orang yang bukan penduduk Betawi untuk menyelenggarakan adat penganten sunat betawi untuk sunatan anaknya.

Empat dari sepuluh narasumber yang diwawancarai menyatakan :

Pelaksanaan sunatan Betawi untuk anak laki - laki yang dimiliki oleh setiap keluarga Betawi, tetap dilaksanakan akan tetapi pelaksanaannya tidak selalu menggunakan adat Penganten Sunat.

Banyak hal yang kadang – kadang acara sunatan di laksanakan dalam kesederhanaan, misalkan dikarenakan perekonomian yang kurang baik, kurangnya informasi tentang adat istiadat sunatan atau bahkan ada yang terpengaruh nilai – nilai agama yang semakin menguat.

9) Bagaimana dengan pendapat bahwa budaya sunatan anak Betawi untuk tetap dilestarikan ? Keseluruhan narasumber menyatakan bahwa adat istiadat yang dimiliki suatu daerah adalah pengayaan budaya dari suatu negara tersebut, salah satunya adalah budaya adat Betawi. Adat Betawi memiliki nilai sejarah tersendiri yang merupakan kekayaan budaya dan intelektual bangsa Indonesia.

Penganten sunat adalah salah satu dari adat istiadat betawi yang pada hakekatnya harus dilestarikan dan dibanggakan kepada anak cucu kita dan kepada negara lain. Indonesia yang begitu kaya akan budaya dan adat istiadat,

Dalam rangka mempertahankan dan melestarikan kebudayaan tidak harus masyarakat asal adat istiadat itu sendiri, melainkan bisa orang lain yang peduli dengan adat istiadat yang ada disekitarnya.

KESIMPULAN

Adat sunatan yang ada di Betawi adalah adat yang diadakan dengan memiliki ciri khas tersendiri, mulai dengan sebelum acara maupun sampai acara sunatannya.

Prosesi pengantin sunat di bagi menjadi 2 tahapan yaitu pra sunatan dan prosesi sunatannya. Tahapan pertama adalah acara rembukan sampai dengan mengundang agar nantinya acara sunatannya ramai dan tahapan kedua adalah pelaksanaannya

Dalam pelaksanaan sunatan dalam adat Betawi, memang ada beberapa acara yang harus dilaksanakan agar acara itu sesuai dengan adat – istiadat yang telah ada pada sebelumnya, namun itu jika yang melaksanakannya adalah orang memiliki perekonomian yang mampu.

Bagi mereka masyarakat yang perekonomiannya tergolong tidak mampu, sedangkan mereka mempunyai anak laki – laki dan wajib menyunatkan, maka masyarakat Betawi tetap melaksanakan tradisi acara Sunatan meskipun pada masa-masa belakangan ini mereka tidak melaksanakan prosesi Penganten Sunat. Salah satu adat - istiadat dalam sunatan yang tetap dipertahankan yaitu diberikannya nasi kuning yang terbuat beras ketan dan Bekakak ayam. Berdasarkan beberapa sumber yang dapat dipercaya, penyajian Bekakak Ayam sudah dikenal sebelum Islam datang ke Indonesia. Bekakak ayam merupakan makanan sesaji dalam upacara adat nenek moyang, sehingga tidak heran penyajian Bekakak Ayam dikenal pula pada tradisi budaya Jawa. Makanan tersebut merupakan sesaji untuk memohon keselamatan dan keberkahan kepada Tuhan bagi yang melaksanakan hajatan.

SARAN

1. Untuk masyarakat umum.

Untuk Masyarakat umum juga Betawi diharapkan bisa mempertahankan adat – istiadat yang telah jadi warisan dari nenek moyang kita. Dengan tetap menyelenggarakan tradisi yang ada tentu akan melestarikan budaya ini kepada generasi penerus.

2. Untuk pemerintah

Diharapkan pemerintah sebagai elemen tertinggi dalam suatu kenegaraan diharapkan membantu melestarikan budaya ini, bisa dengan salah cara mengangandakan acara sunnatan dalam acara tahunan Ulang Tahun Jakarta. Sehingga dengan begitu masyarakat banyak dapat lebih mengenal dan memahami dengan baik keragaman budaya yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2015. Resep Nasi Kuning beras ketan. <http://sajianku.com/resep/masakan-indonesia/resep-masakan-nasi-kunyit-ketan-kuning.html>
- Aziz, Abdul. 2002. Islam dan masyarakat Betawi. Jakarta. Loggos.
- Dinas Komunikasi. 2015. Profil Bang Yahya Andi Saputra. <http://www.jakarta.go.id/v2/dbbetawi/detail/344/Yahya-Andi-Saputra>. Diakses tanggal 10 Agustus 2015
- Dinas Komunikasi. 2015. Profil Bang Yoyo Mochtar. Diambil dari <http://www.jakarta.go.id/v2/dbbetawi/detail/347/Yoyo-Muchtar-H>. Diakses tanggal 10 Agustus 2015
- Dinas Komunikasi. 2015. Profil Hidayat Nafis. diambil dari <http://www.jakarta.go.id/v2/dbbetawi/detail/165/Hidayat-Nafis>. diakses tanggal 23 juli 2015
- Dinas Komunikasi. 2015. Profil Indra Sutisna.S.Kom. diambil dari <http://www.jakarta.go.id/v2/dbbetawi/detail/179/Indra-Sutisna-S.Kom>. diakses tanggal 22 mei 2015
- Dinas Komunikasi. 2015. Profil. diambil dari <http://www.jakarta.go.id/v2/dbbetawi/detail/460/Rudy-Al-Badr-Haryanto>. diakses tanggal 1 April 2015
- Dinas Komunikasi. 2015. Profil. diambil dari <http://www.jakarta.go.id/v2/dbbetawi/detail/118/Diana-Muzammil>. diakses tanggal 1 Mei 2015
- Foster/Anderson. 2005. Antropologi Kesehatan. Jakarta. Universitas Indonesia
- Hariwijaya. M dan Bisri M. Djaelani. 2004. Teknik Menulis Skripsi dan Thesis. Yogyakarta : Zenith Publisher, 2004
- Kampung Betawi. “Foto nasi kuning” <http://kampungbetawi.com/gerobog/pengulekan/nasi-begane-dadar-gule/>) Vol. 1, No. 2, Oktober 2012. Diakses tanggal 2 agustus 2015
- Miraandrea. 2013. Foto Peta Setu Babakan. Diambil dari <http://miraandrea18.blogspot.com/2013/01/pengertian-amdal.html>

- Muhadjir. 2000. Bahasa Betawi sejarah dan perkembangannya. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia.
- Murni, Sylviana. 2012. KULINER KHAS BETAWI .Jakarta.Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta.
- Nastiti, Gemi. 2015. Foto Penganten Sunat diambil dari upacaraadatbetawi.blogspot.com. diakses tanggal 01 agustus 2015
- Ph.D, Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta. KliS
- Saidi, Ridwan Saidi. 2002, Babad tanah Betawi. Jakarta, PT. Griya Mega Prima.
- Saidi, Ridwan. 1997 Profil Orang Betawi: Asal Muasal, Kebudayaan, dan Adat Istiadatnya, Jakarta. cet-1 PT. Gunara Kata.
- Sirih Dare. 2015. Foto Terbangan Ketimpring diambil dari betawi-sirihdare-oke.blogspot.com. diakses tanggal 2 agustus 2015
- Sugiyono, Prof, Dr. 2007. Metode Penelitian Administrasi. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono, Prof, Dr. 2010. Kuantitatif & Kualitatif R&D. Bandung. Alfabeta
- Wikipedia. 2015. Pengertian Sunat Diambil dari (<https://id.wikipedia.org/wiki/Sunat>) diakses tanggal 15 juli 2015
- Wikipedia. 2015. Pengertian Sunat. Diambil dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Sunat>
- Wikipediahttps://id.wikipedia.org/wiki/Suku_Betawi di akses 03 juli 2015,jam 11.45 wib
- Sunito, Almatsier. 2001. Prinsip Dasar Ilmu Gizi. Gramedia pustaka utama.
- Video Kegiatan Penganten Sunat dari Nara Sumber LEMBAGA KEBUDAYAAN BETAWI

PENGARUH PROMOSI TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA DI BALAI PEMUDA SURABAYA

SARI PALUPI

Dosen Akademi Pariwisata Majapahit

E-mail: sari.palupi25@gmail.com

ABSTRACT

Surabaya has been proven as cultural heritage city because its culture heritage and lots of traditional show, one of those is The Youth Hall as one of cultural heritage building. Unfortunately, modern culture dan Surabaya development as bussines city making it less competitive, so promotion activities which could strengthen Surabaya image as cultural heritage city.

This research based on descriptive type which will explain the promotion activity influence on level of local visitors at The Surabaya Youth Hall, to find out wheter the developments of promotion activity are needed.

In this research , topic that will discussed is how big the promotion activity influence on level of local visitors at The Surabaya Youth Hall, and will look for what kind of activities that had been did in promoting shows at The Youth Hall and results. Therefore, statments from audiences of the show at The Youth Hall.

Keywords : Promotion, level of local visitors, and The Youth Hall

ABSTRAK

Surabaya terbukti sebagai kota cagar budaya karena mempunyai banyak peninggalan kebudayaan dan masih banyak kegiatan pertunjukkan tradisionalnya, salah satunya yaitu Gedung Balai Pemuda sebagai salah satu gedung cagar budaya. Namun sayangnya, budaya modern dan perkembangan Surabaya sebagai kota bisnis membuat kebudayaan Surabaya menjadi kalah saing, sehingga perlunya kegiatan promosi yang dapat menguatkan citra Surabaya sebagai kota cagar budaya.

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif yang akan menjelaskan pengaruh kegiatan promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara di Balai Pemuda Surabaya, untuk mengetahui apakah kegiatan promosinya perlu dikembangkan lagi atau sudah maksimal.

Dalam penelitian ini, yang akan dibahas adalah seberapa besar pengaruh promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara di Balai Pemuda Surabaya, dan akan menggali kegiatan-kegiatan apa saja yang telah dilakukan dalam rangka promosi pertunjukkan di Balai Pemuda dan bagaimana hasilnya. Karena itu, dalam hal ini perlunya pendapat berbagai penonton pertunjukkan di Balai Pemuda.

Kata kunci : Promosi, Tingkat kunjungan wisatawan, dan Balai Pemuda.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu aspek penting yang tak bisa lepas dari kehidupan manusia, dan hal ini telah mendapat pengakuan dari banyak pihak. Salah satu contoh yaitu berbagai organisasi internasional antara lain PBB, Bank Dunia dan World Tourism Organization (WTO), yang telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang termasuk pula Indonesia.

Pariwisata dapat berkembang dengan baik karena kawasan atau negara tersebut memiliki potensi-potensi yang kuat seperti wilayah yang luas dengan daya tarik wisata yang cukup besar, beragam suku dan budaya, banyaknya keindahan alam, dan kehidupan masyarakat (etnik), warisan sejarah dan aneka budaya tradisional. Salah satu bukti nyata yaitu di Indonesia yang setiap sudut wilayahnya memiliki kesenian khas-nya sendiri.

Namun dengan perkembangan jaman, memungkinkan kesenian tradisional akan mengalami penurunan dengan adanya kesenian modern. Dibalik perkembangan kota yang makin gemerlap dan modern, bagaimanapun juga identitas bangsa harus tetap dijaga.

Salah satu kota dengan unsur kebudayaan tradisional yang melimpah adalah Kota Surabaya. Kota Surabaya yang berumur 274 tahun ini merupakan kota tertua di Jawa Timur dan oleh karena itulah Surabaya memiliki kekayaan akan sejarah peradaban kebudayaannya, sehingga Surabaya pun dikenal sebagai kota cagar budaya. Tapi sayangnya, walaupun memiliki banyak unsur kebudayaan, Surabaya masih lebih dikenal oleh dunia sebagai Kota Bisnis (Business Distric) dibandingkan sebagai kota budaya karena lebih banyak tersedia fasilitas dan amenities untuk tujuan bisnis wisatawan. Hal ini terjadi karena kurangnya penyebaran informasi pertunjukkan kesenian di Surabaya, tepatnya penyebaran informasi pertunjukkan seni tradisional Surabaya.

Salah satu objek wisata budaya di Surabaya yang telah menyajikan beragam kesenian tradisional adalah Balai Pemuda Surabaya. Balai Pemuda Surabaya adalah salah satu gedung bersejarah (cagar budaya) yang dilindungi oleh Pemerintah Kota Surabaya. Sudah merupakan kewajiban Balai Pemuda Surabaya untuk menampilkan pertunjukkan kesenian-kesenian Surabaya.

Seperti yang sebelumnya telah dijabarkan, dengan terancamnya citra Kota Surabaya sebagai cagar budaya dan masuknya beragam kesenian modern yang lebih banyak diminati, maka sangat diperlukan usaha untuk menyebarkan informasi pertunjukkan tersebut sebagai salah satu cara meningkatkan citra Surabaya sebagai cagar budaya, agar dapat mendatangkan lebih banyak wisatawan sekaligus dapat memberikan dampak positif kepada pelestarian budaya tradisional

Surabaya. Oleh karena itu, berdasarkan uraian tersebut maka penulis mengambil judul penelitian Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Nusantara di Balai Pemuda Surabaya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1). Bagaimana mutu pengelolaan pertunjukkan di Balai Pemuda. (2). Bagaimana cara menyebarluaskan informasi pertunjukkan di Balai Pemuda. (3). Bagaimana opini wisatawan terhadap sebaran informasi dari Unit Pelaksana Teknis Dinas Balai Pemuda. Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah (1). Untuk mengetahui mutu pengelolaan pertunjukkan di Balai Pemuda. (2). Untuk mengetahui media dan strategi promosi apa yang dipakai dalam menyebarluaskan informasi pertunjukkan di Balai Pemuda. (3). Untuk mengetahui Bagaimana opini wisatawan terhadap sebaran informasi dari Unit Pelaksana Teknis Dinas Balai Pemuda.

TINJAUAN TEORETIS

Istilah pariwisata secara etimologi berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata “pari” dan “wisata”. Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, atau berkeliling, sedangkan wisata berarti berpergian. Secara garis besar, maka kita dapat mengartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain. Tur menurut bahasa Ibrani adalah belajar, dalam bahasa latin berarti alat untuk membuat lingkaran, dalam bahasa Perancis kuno disebut perjalanan mengelilingi sirkuit. Bila ditinjau dari sudut perusahaan perjalanan wisata diartikan sebagai bentuk sebuah perjalanan yang direncanakan dan disusun oleh perusahaan perjalanan dengan waktu seefektif mungkin dengan menggunakan fasilitas-fasilitas pendukung wisata lain, guna membuat peserta tour merasa senang dan puas (Kesrul, 2003:3).

Produk wisata sebagai salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri 3 bagian (Oka A. Yoeti, 2002:211) :

1. Daya tarik daerah tujuan wisata, termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh Wisatawan.
2. Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi dan lain-lain.
3. Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut.

Karakteristik Produk Pariwisata

Secara umum, karakteristik utama produk pariwisata adalah jasa (service), dengan demikian meningkatkan mutu pelayanan jasa di bidang pariwisata berarti juga meningkatkan mutu produk pariwisata.

Produk pariwisata secara keseluruhan bersifat heterogen (tidak homogen) karena terdiri dari beragam jenis pelayanan dalam keseluruhan proses perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan. Sehingga karena karakteristik yang heterogen tersebut maka cukup sulit untuk dapat mencapai atau menentukan standar mutu yang jelas.

Berdasarkan karakteristik produk pariwisata tersebut maka muncul pernyataan “selling holiday is selling dreams”, sehingga penyedia produk pariwisata ditantang untuk dapat mewujudkan

mimpi wisatawan menjadi kenyataan sesuai yang diharapkan oleh wisatawan sebagai pengguna produk pariwisata.

Memahami produk pariwisata secara mendalam dapat dilakukan dengan terlebih dahulu memahami karakter produk pariwisata, yaitu:

1. Tidak dapat dipindahkan
2. Tidak memerlukan perantara (middlemen) untuk mencapai kepuasan
3. Tidak dapat ditimbun atau disimpan
4. Sangat dipengaruhi oleh faktor non ekonomis
5. Tidak dapat dicoba atau dicicipi
6. Sangat tergantung pada faktor manusia
7. Memiliki tingkat resiko yang tinggi dalam hal investasi
8. Tidak memiliki standar atau ukuran yang obyektif dalam menilai mutu produk.

Pengertian Wisatawan

Pada dasarnya yang disebut wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Itu bisa dipahami karena akhiran –an, dalam bahasa Indonesia, biasanya digunakan untuk memberi label ‘orang yang melakukan’ atau ‘pelaku.’ Namun pengertian lebih rinci dari wisatawan diterangkan dalam ketetapan IUOTO (International Union of Official Travel Organizations) pada 1 Juli 1960 dalam Soetomo (1994:25-26), dimana wisatawan ialah:

1. Berpergian demi kesenangan, keluarga, kesehatan, dan lain-lainya.
2. Berpergian untuk menghadiri rapat atau berstatus sebagai wakil lembaga ilmiah, pemerintah, diplomasi, agama, organisasi olah raga, dan sebagainya.
3. Berpergian untuk urusan bisnis.
4. Datang naik kapal pesiar meskipun masa tinggalnya kurang dari 24 jam.
5. Pelajar, mahasiswa atau anak muda yang tinggal di asrama atau sekolahan.

Tidak termasuk kelompok di atas ialah mereka yang:

1. Datang dan tinggal di suatu negara untuk mencari pekerjaan, mata pencaharian atau melakukan bisnis.
2. Datang di suatu negara dan bermaksud menetap di negara itu.
3. Melakukan perjalanan dan menjelajah suatu negara tanpa berhenti di suatu tempat meski perjalanan itu memakan waktu lebih dari 24 jam.

Pengertian yang lebih sederhana di berikan oleh UU No. 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata, dimana wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata dan juga INPRES No. 9 Tahun 1969 yang menyebutkan wisatawan adalah setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu.

Definisi Cagar Budaya

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya :

- a. bahwa cagar budaya merupakan kekayaan budaya bangsa sebagai wujud pemikiran dan perilaku kehidupan manusia yang penting artinya bagi pemahaman dan pengembangan sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara sehingga perlu dilestarikan dan dikelola secara tepat melalui upaya perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan dalam rangka memajukan kebudayaan nasional untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat;
- b. bahwa untuk melestarikan cagar budaya, negara bertanggung jawab dalam pengaturan perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan cagar budaya;
- c. bahwa cagar budaya berupa benda, bangunan, struktur, situs, dan kawasan perlu dikelola oleh pemerintah dan pemerintah daerah dengan meningkatkan peran serta masyarakat untuk melindungi, mengembangkan, dan memanfaatkan cagar budaya.

Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

- a. Cagar Budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat dan/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan.
- b. Benda Cagar Budaya adalah benda alam dan/atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia.
- c. Bangunan Cagar Budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdinding dan/atau tidak berdinding, dan beratap.
- d. Struktur Cagar Budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam dan/atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang kegiatan yang menyatu dengan alam, sarana, dan prasarana untuk menampung kebutuhan manusia.
- e. Situs Cagar Budaya adalah lokasi yang berada di darat dan/atau di air yang mengandung Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, dan/atau Struktur Cagar Budaya sebagai hasil kegiatan manusia atau bukti kejadian pada masa lalu.
- f. Kawasan Cagar Budaya adalah satuan ruang geografis yang memiliki dua Situs Cagar Budaya atau lebih yang letaknya berdekatan dan/atau memperlihatkan ciri tata ruang yang khas.

Benda, bangunan, atau struktur dapat diusulkan sebagai Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, atau Struktur Cagar Budaya apabila memenuhi kriteria:

- a. berusia 50 (lima puluh) tahun atau lebih;
- b. mewakili masa gaya paling singkat berusia 50 (lima puluh) tahun;

- c. memiliki arti khusus bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan; dan
- d. memiliki nilai budaya bagi penguatan kepribadian bangsa.

Benda cagar budaya dapat berupa benda alam dan/atau benda buatan manusia yang dimanfaatkan oleh manusia, serta sisa-sisa biota yang dapat dihubungkan dengan kegiatan manusia dan/atau dapat dihubungkan dengan sejarah manusia, bersifat bergerak atau tidak bergerak dan merupakan kesatuan atau kelompok, berunsur tunggal atau banyak dan berdiri bebas atau menyatu dengan formasi alam.

Pengertian Promosi

Mengembangkan produk yang baik menetapkan harga yang sesuai dengan kompetitif dan membuat jalur distribusi kepada wisatawan secara tepat sasaran belumlah cukup. Wisatawan sebagai konsumen akhir juga harus diberikan informasi yang mampu membangkitkan motivasi mereka untuk menerima berbagai penawaran wisata yang disajikan. Informasi tersebut dikomunikasikan kepada wisatawan melalui bentuk promosi.

Promosi merupakan variable utama dalam perencanaan strategi pemasaran. Fungsi utama dari promosi adalah untuk merangsang dan mendorong pasar untuk melakukan transaksi/kunjungan wisata. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai bentuk dan alat yang secara umum dapat berbentuk :

1. Materi-materi cetakan (brosur, leaflet, buku panduan wisata, dsb.)
2. Iklan
3. Keikutsertaan dalam event= event pariwisata Internasional
4. Penyelenggaraan pameran/pasar wisata
5. Aktivitas kehumasan (Public Relation)
6. Internet

Ada beberapa hal yang perlu dicermati terlebih dahulu, yaitu :

1. Karakter Wisatawan.
2. Informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan yang menjadi pasar sasaran.
3. Karakter dari produk yang dimiliki.
4. Sumber daya daerah.
5. Bentuk komunikasi yang diharapkan dari masing-masing komponen promosi yang ada.
6. Positioning pariwisata daerah terhadap pesaing.

Produk-produk cetakan mempertunjukkan segala kelebihan dan keuntungan yang dimiliki atau ditawarkan suatu organisasi. Beberapa produk pariwisata merupakan sesuatu yang tidak nyata. Untuk itu untuk mendeskripsikannya pada suatu produk cetakan seperti brosur, leaflet, booklet menjadi suatu bukti yang nyata atas suatu produk pariwisata. Karena itu penting kiranya bahwa suatu produk dapat menyampaikan suatu pengalaman yang berkesan dan berkualitas.

Yang harus diperhatikan sebelum mendesain suatu produk cetakan adalah :

1. Mengapa produk cetakan dibutuhkan & untuk apa brosur/produk cetakan ini dibuat? Agar kita dapat menginformasikan fasilitas yang kita miliki, mendorong wisatawan untuk memesan tempat, mendorong wisatawan untuk memperlama masa tinggalnya.
2. Siapa yang menjadi target utama pasar? Perlu diperjelas bahwa target utama pasar perlu ditentukan sebelum proses aktifitas promosi, dan untuk menentukannya diperlukan pertimbangan yaitu, umur sasaran, hal-hal apa yang membuat target sasaran tertarik dan asal target sasaran.
3. Apakah target kita akan datang dengan perantara travel agent/tour operator atau secara langsung
4. Apakah sasaran merupakan klien terbaru yang potensial atau klien yang telah terbiasa memakai produk kita?
5. Apakah perlu untuk membujuk agar sasaran beralih dari produk lain sehingga memilih produk kita
6. Secara apa produk akan didistribusikan (direct call, pameran, tempat brosur, tourist information center, melalui outlet-outlet khusus seperti perpustakaan atau community center), dan melalui kantor-kantor biro travel agent.

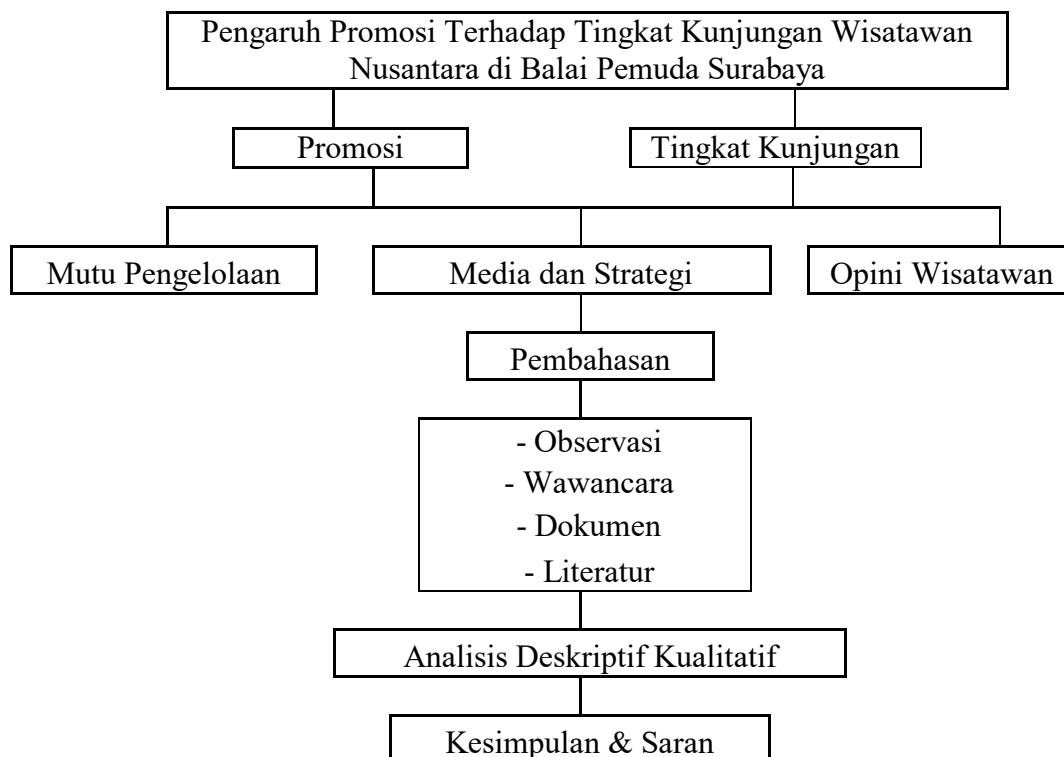
Pembuatan pesan-pesan promosi melalui brosur pariwisata sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti :

1. Sasaran Pasar.
2. Jaringan distribusi, misalnya pembuatan pesan-pesan yang berbeda diperlukan untuk travel agen perjalanan, anggota masyarakat dan pusat informasi pariwisata.
3. Bentuk tanggapan yang diinginkan dari khalayak – dalam hal ini terbagi menjadi dua bentuk yaitu, daya tarik rasional dan emosional.
4. Metode promosi – misalnya, untuk membuat iklan di suatu radio dibutuhkan suatu pesan yang pendek namun memiliki nuansa kuat dibandingkan apabila kita membuatnya melalui brosur atau melalui agen penjualan

METODE PENELITIAN

Berdasarkan judul penelitian yaitu Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Nusantara di Balai Pemuda Surabaya, penulis menetapkan 3 variabel yaitu :

1. Pengaruh : daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang:
2. Promosi : Upaya menyebarluaskan informasi untuk menarik perhatian masyarakat agar datang menyaksikan pertunjukkan/ berpartisipasi dalam kegiatan yang ditawarkan.
3. Wisatawan Nusantara : Wisatawan yang berasal dari negeri sendiri atau wisatawan yang berpergian dalam negeri.



PEMBAHASAN

Riwayat Balai Pemuda Surabaya dimulai pada tahun 1907 – 1945, De Simpangsche Societeit, gedung ini milik suatu perkumpulan orang-orang Belanda bernama “De Simpangsche Societeit”. Gedung ini menjadi pusat tempat rekreasi orang-orang Belanda untuk pestaria, dansa, juga sebagai tempat bowling, dsb. Setelah itu, pada tahun 1945, gedung ini kemudian dikuasai oleh arek-arek Surabaya yang tergaabung dalam Pemuda Republik Indonesia (PRI), sekaligus merupakan markas pemuda arek-arek Surabaya. Namun, dengan perlawanan yang sengit dari tentara Belanda, maka arek-arek Surabaya mundur dan akhirnya gedung ini dikuasai oleh tentara Belanda.

Pada tahun 1950, pada saat Indonesia sudah merdeka, arek-arek Surabaya masuk ke kota dan gedung dikuasai oleh Penguasa Militer Propinsi Jawa Timur dan sebagai pelaksana militer adalah KMKB Surabaya. Pada tahun 1957, Dalam rangka pembebasan Irian Barat, gedung dan seluruh inventarisnya oleh Penguasa Militer Propinsi Jawa Timur diserahkan kepada Ketua Dewan Pemerintah Daerah Kota Praja Surabaya. Bertindak sebagai Penguasa Militer Propinsi Jawa Timur adalah Panglima Tentara Teritorium V/Brawijaya selaku Penguasa Militer atas Daerah Propinsi Jawa Timur no: KKM. 1223/12/1957 tanggal 10 Desember 1957. Pada tanggal 12 Desember 1957 diserahkan, selaku Komandan KKMB Surabaya Bapak Letkol. SOERIJOTO NRP: 13683 Kepada Bapak R. ISTIDJAB Ketua Dewan Pemerintah Daerah Kota Praja Surabaya.

Masih dalam tahun yang sama, dari gedung yang bernama De Simpangsche Societeit berubah menjadi Balai Pertemuan Umum. Pemerintah Daerah akan mengusahakan eksploitasinya sebagai Balai Pertemuan Umum dengan nama Balai Pemuda. Sesuai dengan fungsinya sebagai pertemuan umum, Balai Pemuda digunakan untuk kegiatan-kegiatan pertemuan, pesta, rapat, dsb kepada pihak yang ingin menggunakannya. Pada tahun 1965, gedung yang sudah mulai dikenal sebagai Gedung Balai Pemuda ini menampung kegiatan para pemuda juga dipergunakan sebagai sekretariat sekaligus markas front pemuda. Tak kalah pentingnya Balai Pemuda juga Pada awal order baru dipergunakan sebagai markas KAMI & KAPPI dalam menumpas G30S/PKI.

Pada tahun 1971-1972, gedung sebelah timur mengalami kerusakan. Oleh Walikota Surabaya R.SOEKOTJO diambillah kebijakan untuk merubah gedung ini dan selesai awal tahun 1972 terwujudlah gedung Balai Pemuda Mitra. Pada tahun 1974, gedung ini dipergunakan sebagai sekretariat Federasi Pemuda Indonesia dan KNPI dengan segala kegiatannya. Pada tahun 1979-1980, diadakan pemugaran gedung sebelah barat dan selesai tahun 1980, tidak terjadi perubahan bentuk gedung sehingga nilai sejarahnya masih terlihat seperti aslinya. Di akhir tahun 1980, gedung yang terletak strategis di jantung kota ini berdiri dengan megah yang didalamnya ada riwayat sejarah arek-arek Surabaya. Masa itu merupakan masa berkiprahnya para pemuda yang menggunakan gedung ini untuk kegiatan-kegiatan sosial, juga digunakan sebagai pusat kegiatan apresiasi seni dan budaya seniman/seniawati Surabaya.

Seiring berjalannya waktu, mulai terbentuk DKS, PPKS, BMS dan organisasi-organisasi lain yang berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan di Balai Pemuda. Disebelah utara diberikan tempat untuk Dewan Kesenian Surabaya oleh Walikota Surabaya. Disediakan juga gedung sebagai Pusat Pagelaran Kesenian Surabaya (PPKS), termasuk pusat pembinaan seniman/seniawati muda yang tergabung dalam Bengkel Muda Surabaya (BMS) dan Akademi Seni Rupa Surabaya (AKSERA). Karena Balai Pemuda merupakan salah satu Dinas penghasil PAD, maka kegiatan pokok dari gedung balai pemuda adalah dengan cara menyewakan gedung kepada masyarakat dengan berbagai tujuan, antara lain untuk : Resepsi Pernikahan, Seminar, Pameran, Audisi Seni, Pagelaran Musik, dll.

Tugas dan Kewajiban Balai Pemuda Surabaya

Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Balai Pemuda Surabaya adalah unsur pelaksana teknis dinas yang melaksanakan sebagian kegiatan teknis operasional & kegiatan teknis penunjang tertentu.

- A. Tugas Unit Pelaksana Teknis Dinas Balai Pemuda Surabaya :
Sebagai unsur pelaksana teknis dinas, UPTD Balai Pemuda Surabaya bertugas untuk melaksanakan sebagian tugas Dinas dibidang Kebudayaan & Pariwisata.
- B. Visi & Misi
Sebagai pelaksana teknis kegiatan dinas dibidang Kebudayaan & Pariwisata, maka visi & misi UPTD pun mengikuti visi & misi Dinas Kebudayaan & Pariwisata, yaitu :
 - B.1 Visi Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota Surabaya :
Surabaya sebagai kota yang berbudaya dan mampu menjadi kota tujuan wisata.

B.2 Misi Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota Surabaya :

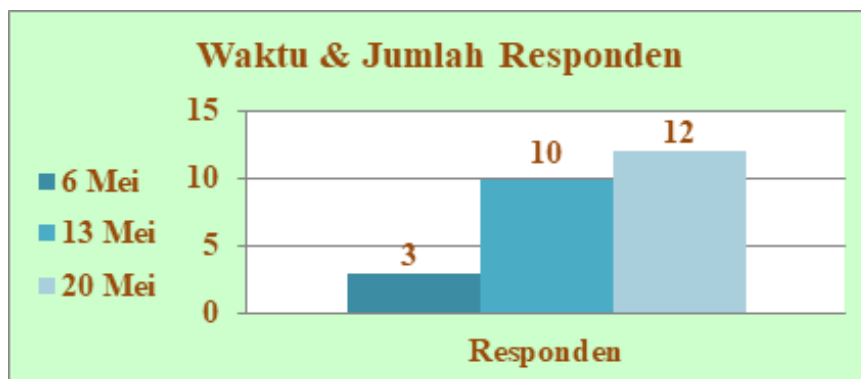
1. Melestarikan nilai-nilai budaya lokal yang tumbuh dan berkembang di dalam masyarakat Kota Surabaya,
2. Mengembangkan potensi pariwisata yang ada di Kota Surabaya secara optimal.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan public di bidang pariwisata melalui penggunaan teknologi informasi.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian metode merupakan faktor yang sangat penting karena berpengaruh terhadap keberhasilan penelitian yang dilakukan. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmu yang bersifat sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Salah satu cara yang digunakan untuk mengumpulkan opini masyarakat terutama penonton dalam pertunjukkan-pertunjukkan di Balai Pemuda adalah dengan Kuesioner. Sebelumnya, telah ditentukan populasi serta sampel yang digunakan sebagai acuan jumlah penonton yang akan diberi kuesioner. Oleh karena itu, sesuai dengan acuan sebelumnya dan pembagian kuesioner yang telah dilakukan, berikut rincian pembahasannya;

A. Waktu & Jumlah Responden

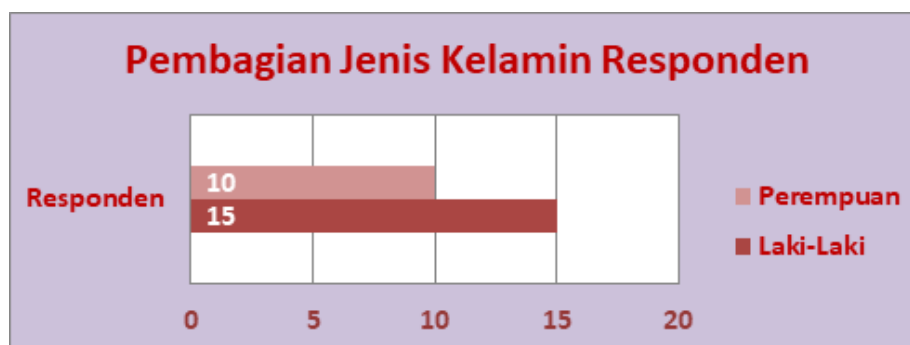


Berdasarkan perhitungan sebelumnya, telah ditentukan bahwa jumlah sampel untuk pembagian kuesioner atau responden adalah sejumlah 25 Orang. Responden tersebut dipilih secara acak oleh penulis di lapangan. Seperti informasi diatas bahwa:

1. Tanggal 6 Mei, penulis hanya mendapat 3 responden dari penonton pertunjukkan Ketoprak. Hal ini disebabkan karena penulis tidak datang tepat waktu saat pertunjukkan dimulai pukul 19.00 dan perlunya observasi awal saat pertunjukkan sehingga dapat mengetahui cara terbaik untuk memberikan kuesioner saat pertunjukkan berlangsung.
2. Tanggal 13 Mei, penulis mendapat 10 responden dari penonton pertunjukkan Wayang Orang. Hasil responden pada tanggal tersebut terbilang cukup baik karena mendapat 10 responden dari \pm 25 penonton pertunjukkan Wayang Orang tersebut.

3. Tanggal 20 Mei, penulis berhasil mendapat 12 responden dari penonton pertunjukkan Reog. Penonton Reog pada tanggal tersebut sekitar ± 75 orang. Namun tidak seperti pertunjukkan lain yang penontonnya menyaksikan pertunjukkan sampai akhir, penonton Reog banyak yang hanya singgah untuk melihat sebentar lalu pergi.

B. Jenis Kelamin Responden



Penentuan responden di Balai Pemuda dilakukan oleh penulis secara acak, dan hasilnya responden laki-laki sejumlah 15 orang dan responden perempuan sejumlah 10 orang. Berdasarkan pengamatan oleh penulis, terbukti bahwa penonton laki-laki lebih banyak dibandingkan penonton perempuan.

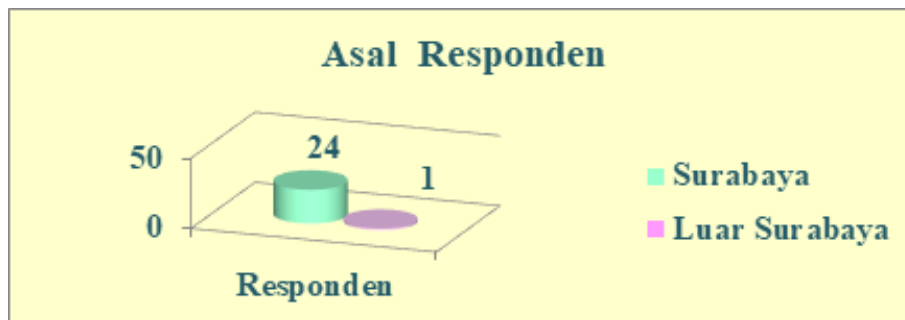
C. Pembagian Usia Responden



Dari 25 responden yang dipilih secara random oleh penulis, terlihat bahwa

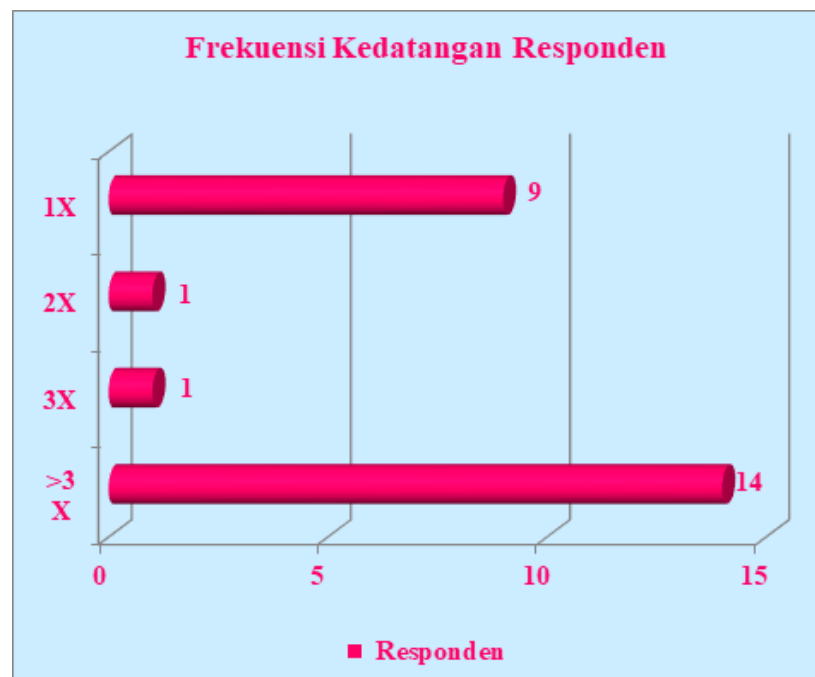
1. 7 Responden berusia 16-20 tahun
2. 7 Responden berusia 21-25 tahun
3. 2 Responden berusia 26-30 tahun
4. 5 Responden berusia 31-35 tahun
5. 8 Responden berusia 36-40 tahun

D. Asal Responden



Hampir seluruh responden berasal dari Surabaya. Terbukti dalam hasil kuesioner, terdapat 24 responden yang berasal dari Surabaya dan 1 responden yang berasal dari luar Surabaya.

E. Frekuensi Kedatangan

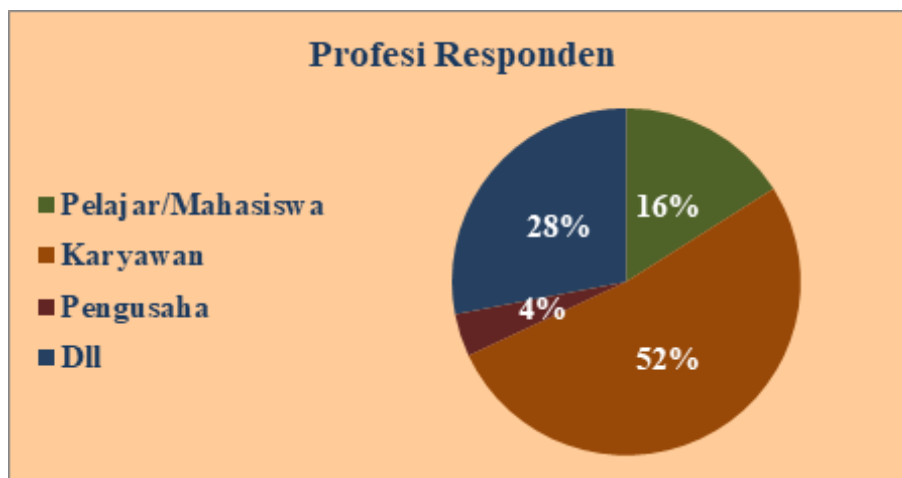


Pengunjung atau penonton yang sudah datang lebih dari 3X terlihat mendominasi, dilanjutkan dengan penonton yang baru pertama kali datang, setelah itu dilanjutkan dengan dengan penonton yang hanya 2X dan 3X datang untuk menonton pertunjukkan di Balai Pemuda.

Hal ini terbukti dari hasil kuesioner dari 25 responden diatas yang menunjukkan bahwa:

1. Terdapat 9 responden yang pertama kali datang untuk menonton pertunjukkan.
2. Terdapat 1 responden yang untuk kedua kalinya datang untuk menonton pertunjukkan.
3. Terdapat 1 responden yang untuk ketiga kalinya datang untuk menonton pertunjukkan.
4. Terdapat 14 responden yang sudah lebih dari tiga kali datang untuk menonton pertunjukkan.

F. Profesi Responden

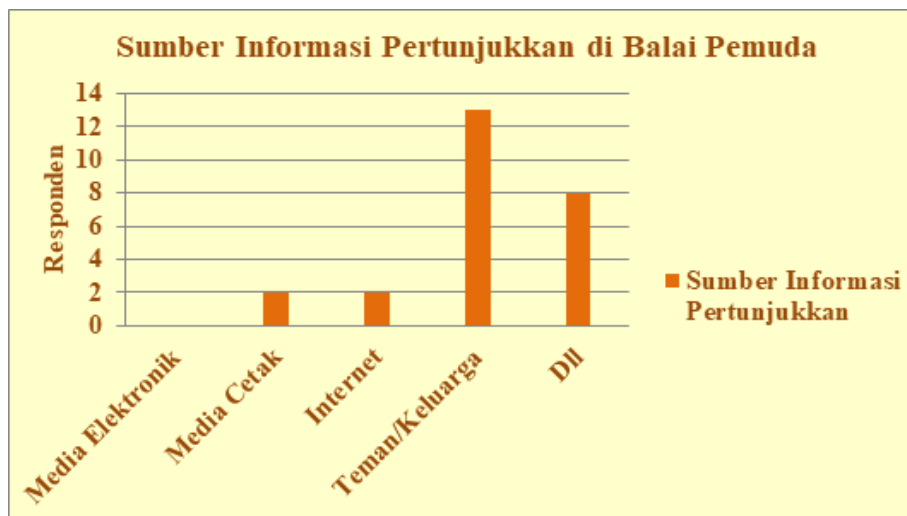


Berdasarkan hasil dari 25 responden, terlihat bahwa responden dengan profesi sebagai Karyawan lebih banyak dibandingkan pelajar/mahasiswa, pengusaha, dan DII. Jumlah responden dalam masing-masing profesi yang tertera dalam grafik lingkaran di atas adalah :

1. Pelajar/Mahasiswa : 4 Responden
2. Karyawan : 13 Responden
3. Pengusaha : 1 Responden
4. DII : 7 Responden

Untuk pilihan profesi DII, terdiri dari 4 responden sebagai ibu rumah tangga, 1 responden sebagai penjual di halaman Balai Pemuda dan 2 responden lainnya tidak diketahui.

G. Pertanyaan 1



Berdasarkan hasil kuesioner dari 25 penonton, terlihat bahwa:

1. Tidak ada responden yang mendapatkan informasi pertunjukkan dari media elektronik.
2. Terdapat 2 responden yang mendapatkan informasi pertunjukkan dari media cetak.
3. Terdapat 2 responden yang mendapatkan informasi pertunjukkan dari internet.
4. Terdapat 13 responden yang mendapatkan informasi pertunjukkan dari teman dan keluarga.
5. Terdapat 8 responden mengisi kolom Dll. Berdasarkan informasi dari responden, mereka mendapatkan informasi pertunjukkan dari Pusat Informasi atau sekedar lewat lalu melihat pertunjukkan.

H. Pertanyaan 2



Berdasarkan hasil kuesioner dari 25 penonton, terlihat bahwa:

1. Tidak terdapat responden yang merasa pertunjukkan tersebut tidak menarik.
2. Terdapat 1 responden yang merasa pertunjukkan tersebut kurang menarik.
3. Terdapat 3 responden yang merasa pertunjukkan tersebut biasa saja.
4. Terdapat 19 responden yang merasa pertunjukkan tersebut menarik.
5. Terdapat 2 responden yang merasa pertunjukkan tersebut sangat menarik.

I. Pertanyaan 3



Berdasarkan hasil kuesioner dari 25 penonton, terlihat bahwa:

1. 52% dari total responden akan menyebarluaskan bahwa telah menonton pertunjukkan yaitu sebanyak 13 responden.
2. 36% dari total responden yang mungkin akan menyebarluaskan bahwa telah menonton pertunjukkan yaitu sebanyak 9 responden.
3. 12% dari total responden tidak akan menyebarluaskan bahwa telah menonton pertunjukkan yaitu sebanyak 3 responden.

J. Pertanyaan 4



Berdasarkan hasil kuesioner dari 25 penonton, terlihat bahwa:

1. Tidak ada responden yang tidak tertarik untuk datang dan menonton pertunjukkan di Balai Pemuda lagi.
2. Terdapat 3 responden yang kurang tertarik untuk datang dan menonton pertunjukkan di Balai Pemuda lagi.
3. Terdapat 2 responden yang mungkin datang dan menonton pertunjukkan di Balai Pemuda lagi.
4. Terdapat 19 responden yang tertarik untuk datang dan menonton pertunjukkan di Balai Pemuda lagi.
5. Terdapat 1 responden yang sangat tertarik untuk datang dan menonton pertunjukkan di Balai Pemuda lagi.

K. Pertanyaan 5



Berdasarkan hasil kuesioner dari 25 penonton, terlihat bahwa:

1. Terdapat 22 responden yang mempunyai pertunjukkan yang berkesan bagi mereka, diantaranya adalah pertunjukkan Reog sebanyak 7 responden, Jaranan sebanyak 2 responden, Ludruk sebanyak 7 responden, Kecak sebanyak 1 responden, Wayang Orang sebanyak 1 responden dan 1 responden sangat menyukai menonton anak-anak saat latihan.
2. Terdapat 3 responden yang tidak mempunyai pertunjukkan yang berkesan bagi mereka.

L. Pertanyaan 6



Berdasarkan hasil kuesioner dari 25 penonton, terlihat bahwa:

1. Terdapat 1 responden yang merasa informasi pertunjukkan yang diterima tidak lengkap.
2. Terdapat 6 responden yang merasa informasi pertunjukkan yang diterima kurang lengkap.
3. Terdapat 5 responden yang merasa informasi pertunjukkan yang diterima biasa saja.
4. Terdapat 13 responden yang merasa informasi pertunjukkan yang diterima sudah lengkap.
5. Tidak ada responden yang merasa informasi pertunjukkan yang diterima sudah sangat lengkap.

HASIL PENELITIAN

Jika melihat mutu pengelolaan pertunjukkan di Balai Pemuda, tidak perlu diragukan lagi. Salah satu contohnya yaitu pengelolaan gedung dan jadwal pertunjukkan dari Dewan Kesenian Surabaya yang selalu terbuka memberikan fasilitas Galeri DKS untuk pihak-pihak yang ingin mengapresiasi bakat seninya, Dinas Kebudayaan & Pariwisata yang selalu menyiapkan jadwal per bulan untuk pertunjukkan di Gedung Barat Balai Pemuda kepada sanggar-sanggar seni di Surabaya dan pertunjukkan setiap hari minggu yang dibantu oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas Balai Pemuda. Pengelolaannya pun masih berjalan lancar sampai sekarang. Pengelolaan dapat berjalan lancar juga karena partisipasi yang aktif dari sanggar-sanggar seni dan sekolah-sekolah seni di Surabaya.

Melihat pengelolaan yang masih berjalan dengan baik, maka perlunya dukungan promosi yang baik pula. Berdasarkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dewan Kesenian Surabaya dan Dinas Kebudayaan & Pariwisata yang dibantu oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas masih sebatas kegiatan rutin pembuatan buku Event Surabaya, brosur yang dititipkan di Balai Pemuda, Tugu Pahlawan & THR, jadwal pertunjukkan yang selalu update di website Dinas Pariwisata Surabaya,

dan penyebaran informasi melalui radio dan TV lokal. Sedangkan promosi yang dilakukan oleh pemain atau pelaku pertunjukkan yaitu melalui sosial media seperti Facebook, Twitter & Instagram pribadi. Belum ada promosi dalam skala besar yang dilakukan, dan sampai sekarang belum ada ide-ide baru untuk kegiatan promosi yang dilakukan.

Sedangkan opini pengunjung atau penonton di Balai Pemuda terhadap sebaran informasi pertunjukkan di Balai Pemuda dinilai dari hasil responden, terdapat 52% responden justru mendapat informasi pertunjukkan dari teman dan keluarga, 8% dari media cetak, 8% dari internet dan 32 % responden mendapat informasi karena sekedar melihat pertunjukkan saat melewati Balai Pemuda dan dari Tourist Information Centre (TIC). Terlihat jelas bahwa kebanyakan penonton mengetahui informasi pertunjukkan dari teman dan keluarga, biasanya dari teman atau keluarga yang juga ikut berpartisipasi dalam pertunjukkan. Hanya terdapat sedikit responden yang mendapat informasi dari hasil kegiatan promosi oleh pihak DKS atau Dinas Kebudayaan & Pariwisata.

SIMPULAN

1. Mutu pengelolaan pertunjukkan dan gedung Balai Pemuda masih masuk dalam kategori pengelolaan yang baik. Hal ini terlihat dari, pemeliharaan Gedung Balai Pemuda agar tetap mencerminkan cagar budaya, keterlibatan dari banyak sanggar seni yang memudahkan pengelola untuk mengatur jadwal pertunjukkan yang selalu up to date dan terus memastikan kelas seni atau kegiatan-kegiatan yang lain berjalan dengan lancar.
2. Kegiatan promosi masih umum dan seadanya. Seperti yang terlihat dari detail-detail pembahasan di Bab III bahwa kegiatan promosi masih sebatas kegiatan rutin pembuatan buku Event Surabaya, brosur simpel yang diletakkan di Balai Pemuda, Tugu Pahlawan & THR, jadwal pertunjukkan yang selalu di update di website Dinas Pariwisata Surabaya dan promosi lewat media sosial.
3. Promosi oleh Dinas Pariwisata pengelola memiliki pengaruh yang sedikit terhadap tingkat kunjungan wisatawan di Balai Pemuda. Terbukti dari hasil kuesioner bahwa kebanyakan penonton justru mengetahui jadwal kegiatan pertunjukkan dari keluarga dan teman mereka. Tidak hanya pertunjukkan, promosi Gedung Balai Pemuda untuk penyewaan pun hanya ada informasinya jika anda datang berkunjung di UPTD Balai Pemuda.

SARAN

1. Pengelola dapat memberi doorprize dipertengahan atau akhir pertunjukkan, sehingga semakin banyak yang tertarik untuk datang.
2. Mengatur dekorasi sedemikian rupa yang diganti mengikuti event per bulan agar menarik perhatian masyarakat, contohnya ; jika bulan Mei saat ulang tahun Surabaya, gedung dapat di dekor dengan lampu menyerupai kue ulang tahun yang bersinar saat malam jadi cocok untuk menarik perhatian walau hanya untuk sekedar berfoto.
3. Selalu mengupload sebelum pertunjukkan sebagai promosi dan setelah ada pertunjukkan sebagai buktinya, kegiatan kelas seni, keadaan perpustakaan, dll, sehingga terlihat kalau kegiatannya tetap aktif. Jika semakin aktif maka akan semakin banyak foto yang diupload dan semakin menarik yang lain.

4. Selanjutnya adalah perlunya event besar di Balai Pemuda yang melibatkan masyarakat luas. Contohnya seperti Festival Rujak Uleg Surabaya, banyak pihak yang di ikutsertakan dalam kegiatannya dan begitu besar antusias warga yang datang. Contoh lainnya adalah pemilihan Cak & Ning Surabaya, alangkah baiknya jika kegiatan pemilihannya melibatkan Kawasan Balai Pemuda.
5. Bekerja sama dengan sekolah-sekolah dari jenjang SD sampai perguruan tinggi di Surabaya untuk menyusun jadwal-jadwal wajib kunjungan ke Balai Pemuda sebagai salah satu pembelajaran (outing class).
6. Brosur-brosur pertunjukan yang selalu dikeluarkan oleh pemerintah juga disebarakan lebih luas lagi, dapat bekerja sama dengan tempat-tempat perbelanjaan, taman-taman kota, sekolah SD sampai perguruan tinggi, dll.

DAFTAR RUJUKAN

- Damardjati, R.S. 1995. *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Harsojo. 1984. *Pengantar Antropologi*. Bandung: Bina Cipta.
- Kamaril, C. dkk. 1988. *Pendidikan Seni Rupa dan Kerajinan Tangan*. Jakarta: Depdikbud.
- Karyono, Hari A. 1997. *Kepariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Kesrul, M. 2003. *Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kotler, Philip. 2000. *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Marpaung, Happy. 2000. *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Pendit, Nyoman S, 1999. *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana*, PT. Pradnya Paramita.
- Pemasaran dan Kerjasama Luar Negeri Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata , Bidang Deputi. 2002. *Rencana Pemasaran Pariwisata Daerah*. Jakarta: Deputi Bidang Pemasaran dan Kerjasama Luar Negeri Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Sakri, A. 1990. *Pendidikan Seni Rupa*. Jakarta: Depdikbud.
- Sistaningrum, Gamal. 2004. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Soekadijo. R. G., 2000. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Systematic Linkage*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soetomo, Anton. 1994. *Pendidikan Kepariwisata*. Solo: Aneka.
- Yoeti, Oka. A. 1995, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Jakarta : Angkasa.

**PENGARUH PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAAN PENGUNJUNG
PUSAT PERAGAAN ILMU PENGETAHUAN DAN TEKNOLOGI TAMAN MINI
INDONESIA INDAH JAKARTA**

LILIES PRIHANTINI
Dosen Akademi Pariwisata Majapahit
E-mail : lilies.prihantini65@gmail.com

ABSTRAK

Ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung yang datang ke PP IPTEK TMII. Produk alat peraga yang ada di museum PP IPTEK TMII menjadi salah satu daya tarik pengunjung untuk datang dan mencoba. Selain produk alat peraga yang bisa dicoba langsung oleh pengunjung, pelayanan yang diberikan oleh para staf PP IPTEK TMII, serta lokasi juga ikut berpengaruh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung PP IPTEK TMII. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif. Sampel sebanyak 106 responden pengunjung PP IPTEK TMII yang diambil secara proposional accidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan data diuji dan dianalisis secara statistika. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa: (1) Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung PP IPTEK TMII, (2) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung PP IPTEK TMII, (3) Lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung PP IPTEK TMII.

Kata Kunci : Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pengunjung

ABSTRACT

There are many factors that affect the satisfaction of visitors who come to PP IPTEK TMII. Product properties those are existing in the museum PP IPTEK TMII become one of the attractive for visitors to come. In addition to properties those can be tested directly by visitors, the services provided by the staff PP IPTEK TMII, and location also take the effect. This study aims to determine the effect of product, service quality, and location for visitor satisfaction in PP IPTEK TMII. The research has been done by quantitative method. The sample of 106 respondents of PP IPTEK TMII visitors taken by proportional accidental sampling. Data collection techniques

used questionnaires, and data has been tested and analysed statistically. Based on the results of data analysis can be concluded that: (1) The product has a positive and significant influence on visitor satisfaction PP IPTEK TMII, (2) Quality of service has positive and significant influence on visitor satisfaction PP IPTEK TMII, (3) Location has positive and significant influence to visitor satisfaction PP IPTEK TMII.

Keywords: *Product, Service Quality, Location, Visitor Satisfacti*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Kodhyat, 1998). Wisata Edukasi adalah suatu perjalanan wisata yang memiliki nilai tambah edukasi, tidak sekedar berwisata, tetapi juga memiliki tujuan untuk menambah nilai-nilai edukasi atau pendidikan bagi seluruh peserta (Latief, 2012). Wisata edukasi sebuah kegiatan yang umumnya dilakukan oleh institusi pendidikan, seperti sekolah-sekolah maupun institusi pendidikan lainnya.

Biasanya tujuan wisata edukasi adalah tempat-tempat yang memiliki nilai tambah sebagai sebuah area wisata, seperti kawasan perkebunan, kebun binatang, tempat penangkaran hewan langka, pusat-pusat penelitian dan lain sebagainya. Taman Mini Indonesia Indah (TMII) adalah salah satu contoh tujuan wisata edukasi. Taman ini merupakan rangkuman kebudayaan bangsa Indonesia, yang mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, yang ditampilkan dalam anjungan daerah berarsitektur tradisional, serta menampilkan aneka busana, tarian dan tradisi daerah.

PP-IPTEK yang terletak di tengah kompleks Taman Mini Indonesia Indah adalah Science Center yang dapat dijadikan salah satu alternatif liburan yang memberikan pengalaman baru yang menyenangkan bagi anak-anak. Walaupun bukan wahana permainan, tetapi alat-alat peraga yang ada benar-benar menarik minat anak-anak, bahkan juga bagi orang dewasa. Barang-barang di museum umumnya disimpan di dalam kotak kaca, tidak boleh dipegang. Tetapi di museum PP-IPTEK ini anak-anak pasti akan senang, karena semua boleh dipegang, dicoba dan dimainkan. Pusat Peragaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Science Center) atau disingkat PP-IPTEK adalah sarana pembelajaran luar sekolah untuk menumbuh-kembangkan budaya ilmu pengetahuan dan teknologi secara mudah, menghibur, berkesan dan kreatif. Gagasan pendiriannya berawal dari Menteri Riset dan Teknologi Republik Indonesia, Bacharuddin Jusuf Habibie, yang berkeinginan mencerdaskan masyarakat Indonesia melalui ilmu pengetahuan dan teknologi. Pusat peragaan ini dibangun dengan maksud menyadarkan masyarakat mengenai perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dunia secara sangat cepat. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi ini harus diketahui agar dapat mengikuti, kemudian maju bersama perkembangan tersebut. Peragaan di PP-IPTEK dibuat sangat menyenangkan dan menghibur, melalui berbagai program dan peragaan interaktif yang dapat disentuh dan dimainkan. Melalui interaksi ini, diharapkan mampu mendorong tumbuhnya pemikiran tentang “apa, mengapa dan bagaimana” iptek digali dan dimanfaatkan bagi umat manusia agar lebih nyaman dan sejahtera.

Momok mengenai ilmu pengetahuan dan teknologi yang serius dan membosankan diharapkan akan terbantahkan. Pengunjung dapat mengembangkan motivasi dalam memahami prinsip-prinsip ilmu pengetahuan dan teknologi dengan mudah dan berkesan melalui fasilitas 250 alat peraga yang bisa disentuh, dipegang dan dimainkan. Alat peraga disiapkan untuk anak-anak dari usia taman kanak-kanak (TK) sampai dengan sekolah lanjutan tingkat atas (SLTA) dan di sediakan lembar kerja sains yang akan memandu anak didik untuk belajar ilmu pengetahuan dan teknologi agar lebih terarah dan intensif.

Salah satu bagian terpenting dari PP-IPTEK adalah adanya alat peraga sebagai fasilitas pendukung wisata edukasi di tempat tersebut. Alat peraga yang disediakan oleh PP IPTEK ini menjadi penunjang dalam mengedukasi wisatawan yang berkunjung. Tetapi harus diakui bahwa PP-IPTEK masih terus berusaha menyediakan alat peraga yang baru yang sesuai perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain itu inovasi dari tim PP-IPTEK dalam mengedukasi pengunjung sangat diperlukan karena akan mengakibatkan kepuasan pengunjung dalam mendapatkan informasi dari setiap alat peraga.

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- Fasilitas alat peraga di PP-IPTEK masih terus diusahakan supaya semakin lengkap.
- Penyajian alat peraga dibuat supaya menarik.
- Pelayanan dari tim PP-IPTEK harus terus ditingkatkan agar pengunjung merasa puas.
- Lokasi PP-IPTEK di dalam komplek TMII sehingga masyarakat bisa sekaligus mengunjungi berbagai anjungan daerah atau sarana wisata lain, tetapi pengunjung yang hanya ingin mengunjungi PP-IPTEK harus membayar agak mahal karena harus membayar harga tanda masuk TMII.

PEMBATASAN MASALAH

Mengingat banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan, maka penelitian ini dibatasi pada permasalahan pengaruh produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.

RUMUSAN MASALAH

Perumusan Masalah Umum

Perumusan masalah umum dalam penelitian adalah apakah terdapat pengaruh produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.

Perumusan Masalah Khusus

Berdasarkan masalah yang teridentifikasi di atas, rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Bagaimana pengaruh produk terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.
- Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.
- Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan Umum

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII.

Tujuan Khusus

Berdasarkan masalah khusus yang telah dirumuskan, tujuan khusus penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Menganalisis dan menjelaskan pengaruh produk terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.
- Menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.
- Menganalisis dan menjelaskan pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.

MANFAAT PENELITIAN

Manfaat Teoretis

Bagi penelitian sejenis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan, sehingga menghasilkan penelitian-penelitian sejenis dengan variabel berbeda.

Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi PP-IPTEK untuk kemajuannya.

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA TEORETIS

Definisi Produk

Produk yang dapat diraba (fisik) dikatakan sebagai produk berwujud atau tangible. Produk yang berwujud berupa barang yang nyata. Produk semacam ini jika sudah dibeli atau pada saat barang ditawarkan maka pembeli dapat menyentuhnya. Misalnya buku, baju, makanan, peralatan dapur, mebel, peralatan kantor, dan sebagainya. Jika dilihat dari konsumen yang menggunakan, maka produk semacam ini dapat dikelompokkan menjadi barang konsumen dan produk industri. Sebaliknya, produk tidak berwujud atau intangible adalah suatu produk usaha yang tidak dapat dilihat dan tidak bisa disentuh pada saat ditawarkan pada calon pelanggan. Produk tak berwujud biasanya berupa jasa. Contohnya jasa laundry, jasa cuci mobil, jasa antarjemput sekolah, jasa bimbingan belajar, travel, jasa penerjemahan, dan sebagainya.

Dimensi Produk

. Jika dilihat secara kategori produk, maka fasilitas alat peraga di PP-IPTEK diklasifikasikan sebagai produk tangible (berwujud) dikarenakan semua yang tersedia merupakan benda fisik yang dapat disentuh dan dicoba langsung oleh pengunjung. Sedangkan manfaat produk / jasa pelayanan dikategorikan sebagai produk intangible (Musanto, 2004).

Fasilitas

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan suatu yang penting dalam usaha jasa, sehingga harus dipertimbangkan karena berkaitan dengan apa yang dirasakan oleh pelanggan.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2009). Sedangkan menurut Lupiyoadi, fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan. Yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda benda, perlengkapan, uang, ruang tempat kerja (Lupiyoadi, 2008).

Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah atribut yang dilekatkan pada suatu barang atau jasa (Hutasoit, 2011). Kualitas menggambarkan sekumpulan karakteristik barang atau jasa, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat. Jasa yang memiliki kualitas baik akan menarik kesetiaan konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Sedangkan tingkat kepuasan tamu ini sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen (Riadi, 2012).

Dimensi Kualitas Pelayanan

Ciri-ciri kualitas pelayanan dapat dievaluasi ke dalam dimensi pokok, yaitu antara lain (Tjiptono, 2004):

- Keandalan (reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

- Jaminan/keyakinan (assurance), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.
- Bukti langsung (tangibles) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Lokasi

Lokasi adalah tempat perusahaan bermarkas dan melakukan operasi kegiatannya, serta para pegawainya akan ditempatkan (Lupiyoadi, 2008). Oleh karena itu lokasi sangat penting bagi perusahaan, karena akan mempengaruhi kedudukan perusahaan dalam persaingan dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan.

Dimensi Lokasi

Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik, sebagai berikut :

- **Fleksibilitas**
Fleksibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan di masa mendatang.
- **Competitive positioning**
Competitive Positioning adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan dengan para pesaing. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar (Tjiptono, 2004).

Pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut (Tjiptono, 2004), antara lain:

- Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkai sarana transportasi umum.
- Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan
- Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan

Dari uraian mengenai kualitas pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan oleh satu orang dengan lainnya pasti berbeda, disesuaikan dengan perasaan orang tersebut dalam merasakan pelayanan yang diberikan.

Kepuasan Pengunjung

Konsep inti cara mengukur kepuasan pelanggan, yaitu (Tjiptono,2004):

- **Kepuasan Pelanggan Keseluruhan**
Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.
- **Kesesuaian Harapan**
Yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada kualitas pelayanan (service quality) yang memiliki komponen berupa harapan pelanggan dan pelayanan yang diberikan (seperti: kebersihan lokasi ,kecepatan pelayanan, keramahan/ kesopanan karyawan).
- **Kesediaan Untuk Merekomendasi**
Yaitu kesediaan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga melalui kepuasan itu konsumen akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain.

Indikator kepuasan konsumen ada empat (Tjiptono, 2004):

- Penyediaan layanan yang baik.
- Karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan.
- Karyawan mampu mengetahui keinginan dan mendiagnosis sesuatu yang harus dilakukan dengan cepat.
- Karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada keluhan konsumen.

PP-IPTEK

Sejarah pembangunan Pusat Peraga IPTEK dimulai dari gagasan science centre oleh Menteri Riset dan Teknologi pada waktu itu, Prof. Dr. B.J. Habibie, pada tahun 1984. Pada tahun 1987 Supporting Committee dibentuk untuk mensosialisasikan science centre kepada masyarakat luas melalui penyelenggaraan pameran fisika dan matematika di Gedung Pengelola Taman Mini Indonesia Indah (TMII), yang dibuka oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Prof. Dr. Fuad Hasan.

Pada tanggal 20 April 1991, PP-IPTEK diresmikan oleh Presiden Soeharto di gedung sementara Terminal B Skylift-TMII, berlantai 2 seluas 1.000 m². Sejumlah alat peraga telah dibuat sendiri oleh tenaga ahli dari Puslitbang KIM-LIPI, LUK BPPT, BATAN, juga sumbangan dari industri strategis dan IBM.

PP-IPTEK akhirnya menempati gedung permanen pada tanggal 10 November 1995, berlokasi di poros utama kompleks TMII menghadap Plaza Perdamaian Monumen KTT Non-Blok. Dengan

filosofi konsep sebagai api semangat iptek yang merupakan titik awal pengembangan masa depan, konsep desain bangunan futuristic, menjelajah tanpa batas.

Wisatawan atau Pengunjung

Wisatawan atau pengunjung adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Menurut IUOTO (International Union of Travel Organization), wisatawan adalah orang yang melakukan kunjungan selama lebih dari 24 jam di suatu tempat, dengan tujuan kunjungan untuk bersenang-senang, olahraga, agama, berlibur, belajar, kesehatan, dan berdagang. Wisatawan jaman dahulu dan jaman sekarang mempunyai motivasi yang sangat berbeda, wisatawan jaman dahulu lebih bermotivasi melakukan perjalanan dengan tujuan untuk perdagangan, politik, dan kepentingan agama. Pada jaman modern ini, motivasi wisatawan melakukan perjalanan sudah berubah ke arah yang lain, yaitu untuk berlibur dan berekreasi. (Rizky, 2014)

Pengaruh Antar Variabel

- Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta
Fasilitas di PP IPTEK adalah alat peraga, dengan keanekaragaman alat peraga yang modern dan terbaru akan memengaruhi kepuasan pengunjung. Sehingga diharapkan alat peraga yang tersedia mampu memberikan edukasi secara tertata dan mudah dipahami. Jika alat peraga sudah usang dan sulit dalam penggunaannya serta sulit untuk dipahami karena kurangnya visual, akan mengakibatkan kurangnya wisatawan yang mau berkunjung ke PP-IPTEK.
- Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta
Pelayanan adalah suatu bentuk jasa yang dirasakan oleh pengunjung. Pengunjung akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan dari tim PP IPTEK melebihi ekspektasi dari pengunjung dari segi keramah-tamahan, pengetahuan dalam mengedukasi pengunjung, serta cara mengedukasi pengunjung dalam memperagakan alat peraga. Ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance* (Tjiptono, 2004). Apabila *perceived performance* melebihi *expectations*, maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas.
- Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung PP-IPTEK TMII
Mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa (Tjiptono, 2004). Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

PENELITIAN TERDAHULU

Dalam penelitian ini, peneliti memerlukan dukungan teoritis dan hasil penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi. Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dituangkan dalam table sebagai berikut :

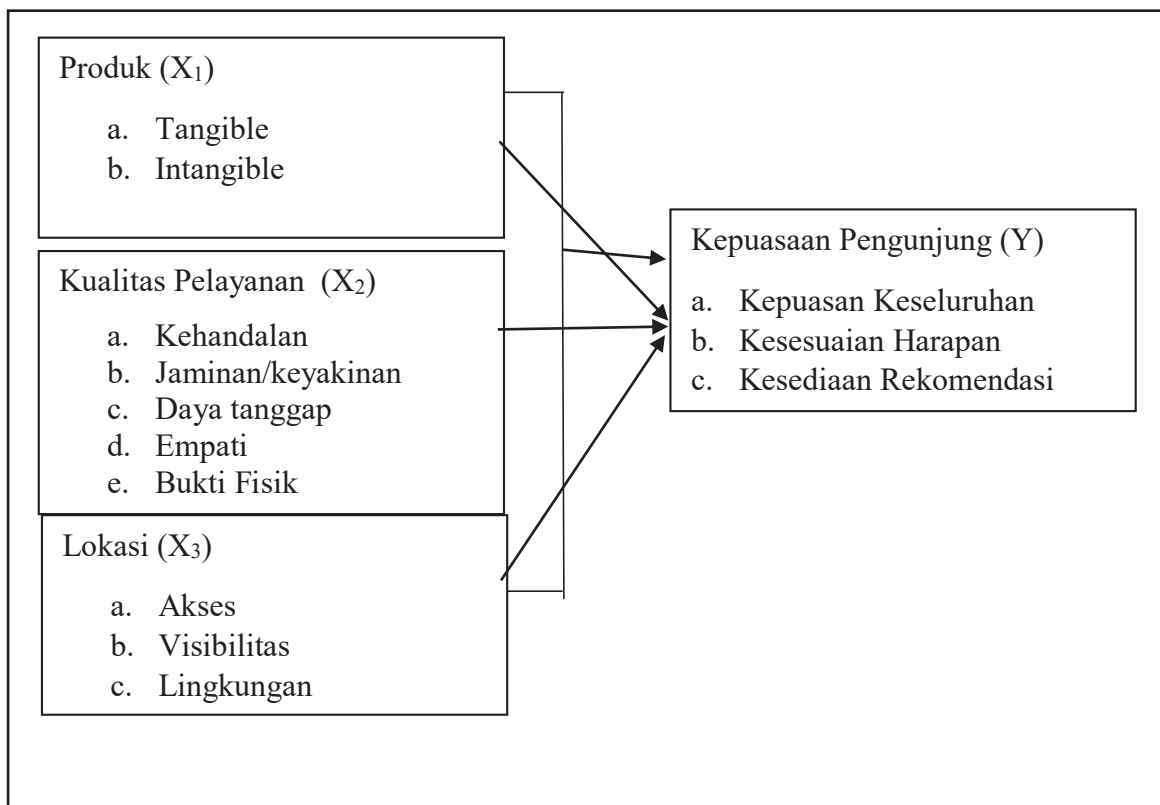
Tabel Penelitian Terdahulu yang Mendukung Penelitian Ini

No	Nama tahun dan judul penelitian	Variabel penelitian	Metode penelitian	Hasil Penelitian
1	Rayi Endah, 2008, Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Warung Taman Singosari Semarang	Peran Perpustakaan, Motivasi Pengunjung, dan Ketersediaan Sarana	Deskriptif	Landasan Program Perpustakaan PP IPTEK TMII cukup berperan dalam proses pembelajaran.
2	Ashabul Kahfi, 2010, Peranan Perpustakaan Pusat Peragaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (PP-IPTEK) TMII dalam Menunjang Sarana Rekreasi yang Edukatif	Kualitas layanan, Kualitas produk, dan Harga	Convenience sampling dengan analisa regresi	Variabel independen terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen
3	D. Triantoro, 2011, Pusat Peragaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi di Semarang	Substansial dan Spasial	dokumentatif dan komparatif	Perencanaan dan Perancangan Arsitektur (LP3A) Puspa IPTEK Semarang
4	Asep Sukmo Raharjo, 2009, Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Internet di Kecamatan Gajahmungkur Semarang	Fasilitas, Pelayanan, dan Lokasi	Deskriptif dan analisis regresi linier berganda	Meningkatkan dimensi fasilitas, pelayanan dan lokasi, akan meningkatkan kepuasan konsumen

KERANGKA PEMIKIRAN TEORETIS

Dalam menciptakan kepuasan dari wisatawan yang berkunjung ke PP IPTEK, perlu dipikirkan factor-faktor yang memengaruhi hal tersebut agar dapat berjalan dengan baik dan mendapatkan feedback yang baik juga dari pengunjung. Oleh karena itu diperlukan manajemen yang baik untuk menjadi landasan dari kepuasan pelanggan.

Di dalam kerangka pemikiran secara sederhana dapat memberikan gambaran umum mengenai masalah yang ada.



PENGAJUAN HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis Umum

Hipotesis umum yang diajukan dalam penelitian ini diduga bahwa produk, kualitas pelayanan dan lokasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.

Hipotesis Khusus

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Diduga ada pengaruh positif dan signifikan produk terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.
- Diduga ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.

- Diduga ada pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII Jakarta.

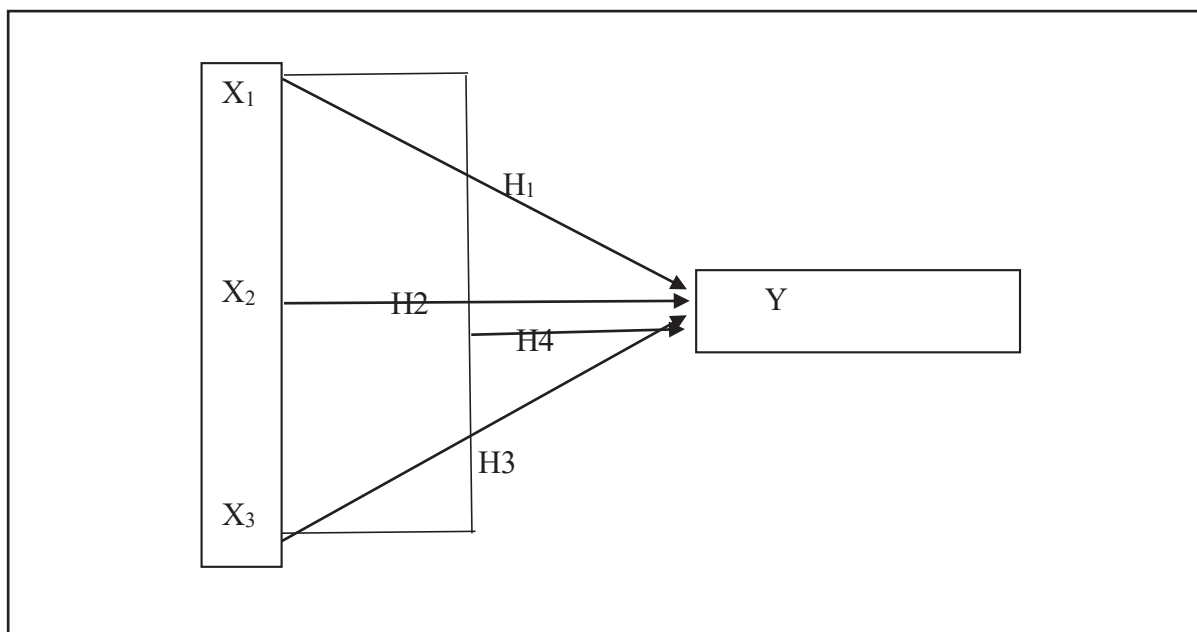
JENIS DAN DESAIN PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif, analisis datanya dengan metode statistik regresi.

Desain Penelitian

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di PP IPTEK TMII Jakarta. Penentuan lokasi penelitian ini dimaksudkan untuk mempersempit ruang lingkup pembahasan sekaligus mempertajam kajian.

Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret-April 2017. Penelitian ditempuh selama 2 bulan karena melakukan observasi lapangan dan pengambilan data.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengunjung PP IPTEK TMII Jakarta selama kurang lebih satu bulan sebanyak 28.000 orang pengunjung.

Sampel

Untuk menentukan besarnya sampel, digunakan rumus Slovin, yaitu:

$$\text{Sampel} = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidakteelitian/kesalahan pengambilan sampel (error)

dengan N = 28.000

e = 0,1 (karena jumlah populasi 28.000 merupakan jumlah yang besar)

$$\frac{N}{1+Ne^2} = \frac{28000}{1+28000 \times 0,1^2} = 99,64$$

Sehingga jumlah sampel sebesar (pembulatan) 100 orang koresponden.

JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis Data

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti di lapangan. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara.

Sumber Data

Data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berupa logbook tamu.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner/angket, dan observasi.

Kuisisioner

Yaitu suatu metode penelitian menyusun daftar pernyataan secara tertulis yang kemudian dibagikan kepada responden. Daftar pernyataan diukur menggunakan rating scale:

4. Sangat Setuju
3. Setuju
2. Tidak Setuju
1. Sangat tidak setuju

Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencacatan terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

VARIABEL, DEFINISI KONSEP, DAN DEFINISI OPERASIONAL

Secara keseluruhan penentuan indikator dan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat di tabel di bawah, sedangkan variabel-variabel bebas yang diuji dapat diperbandingkan pengaruhnya terhadap variabel terikat, maka satuan koefisien regresi variabel-variabel bebas tersebut harus distandarisasi. Koefisien regresi yang distandarisasi ditunjukkan dengan nilai BETA.

Tabel Variabel, Definisi Konsep, dan Operasional

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional		Skala Pengukuran
		Dimensi	Indikator	
Produk (X1)	Produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pembeli/pasar	Tangible	1. Alat peraga IPTEK	Rating Scale dengan skala: 1 s.d. 4 4=SS 3=S 2=TS 1=STS
			2. Fasilitas ruangan, parkir	
		Intangible	1. Fungsi Edukasi	
			2. Rekreasi	
Kualitas pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan kesesuaian antara harapan konsumen dengan apa yang diterima oleh konsumen	Kehandalan	1. Memuaskan	Rating Scale dengan skala: 1 s.d. 4 4=SS 3=S 2=TS 1=STS
			2. Akurasi/tepat waktu	
		Jaminan	1. Kesopanan	
			2. Kemampuan	
		Daya tanggap	1. Pelayanan	
			2. Bantuan	
		Empati	1. Perhatian	
			2. Komunikasi yang baik	
Bukti Fisik	1. Kelengkapan			
	2. Sarana komunikasi			

Lokasi (X3)	Lokasi adalah tempat bermarkas dan berkegiatan	Akses	1.Mudah dijangkau / transport umum	Rating Scale dengan skala 1 s.d. 4 4=SS 3=S 2=TS 1=STS
			2.Buka tiap hari	
		Visibilitas	1.rute mudah diketahui	
			2.mudah terlihat	
Lingkungan	1. Dalam kompleks TMII			
	2. Dekat hotel dan mall			
Kepuasan Pengunjung (Y)	Kepuasan pengunjung merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pemakaian.	Kepuasan Keseluruhan	1. kecepatan layanan	Rating Scale dengan skala 1 s.d. 4 4=SS 3=S 2=TS 1=STS
			2. keramahan karyawan	
		Kesesuaian Harapan	1. pelayanan cepat	
			2. kebersihan lokasi	
Kesediaan Rekomendasi	1. merekomendasi kepada teman/keluarga.			
	2. keputusan datang/berkunjung lagi			

UJI KELAYAKAN INSTRUMEN

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner.

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan (mengukur) data valid juga. Oleh karena itu dalam penelitian ini perlu dilakukan uji validitas instrument. Dalam penelitian ini, untuk menguji validitas digunakan teknik analisis factor (construct Validity), yaitu untuk menguji apakah butir-butir pertanyaan atau indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah faktor atau konstruk atau variabel.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mampu mengungkap data yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas dalam penelitian ini diolah dengan program SPSS.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya. Keandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang pada sampel yang berbeda. Apabila suatu alat ukur digunakan berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat ukur tersebut dianggap handal (reliabel). Sebaliknya, bila suatu alat ukur digunakan berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh tidak konsisten maka alat ukur tersebut dianggap tidak reliabel.

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis Regresi

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui arah dan besar pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent). Untuk menguji produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap variabel dependent, dilakukan regresi dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + e$$

Keterangan :

Y	=	kepuasaan pengunjung
a	=	konstanta
X1	=	produk
X2	=	kualitas pelayanan
X3	=	lokasi
b	=	Koefisien regresi
e	=	Error atau kesalahan pengganggu

Uji Model

Uji F

Untuk menguji apakah variabel produk, kualitas pelayanan, lokasi, secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan memanfaatkan bantuan SPSS, maka digunakan uji F dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R ²	=	Koefisien determinasi
k	=	Banyaknya variabel bebas
n	=	jumlah data

Dasar pengambilan keputusan adalah :

Jika nilai F hitung $< F$ tabel atau nilai Signifikansi $F > 0,05$, maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh secara bersama-sama atau serentak variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Jika nilai F hitung $> F$ tabel atau nilai Signifikansi $F < 0,05$, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh secara bersama-sama atau serentak variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R Square) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model persamaan regresi (independent variables) dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Secara umum dikatakan bahwa besarnya koefisien determinasi berganda (R^2) berada antara 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$.

Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2002). Pengujian melalui uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung (t hitung) dengan t tabel (t tabel). T tabel pada $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian adalah apabila t hitung $> t$ tabel, maka hipotesis diterima, berarti ada pengaruh secara signifikan dengan arah positif diantara dua variabel yang diuji, sebaliknya apabila t hitung $< t$ tabel, maka hipotesis ditolak, berarti tidak ada pengaruh secara signifikan dengan arah positif diantara dua variabel yang diuji.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan secara acak, responden mengisi kuesioner setelah selesai berkeliling lokasi/museum PP IPTEK-TMII. Penelitian awal lapangan ini dilakukan tiap hari Rabu, Sabtu dan Minggu selama sebulan (masa liburan sekolah) dengan menyebarkan angket/kuesioner, sejumlah 106 responden. Dipilih lokasi di pintu keluar lobby utama PP IPTEK setelah pengunjung berkeliling museum, supaya responden dapat memberikan jawaban kuesioner setelah mengunjungi secara langsung PP IPTEK .

Deskripsi Responden

Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan mengambil responden sebanyak 106 pengunjung PP-IPTEK TMII. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi Jenis Kelamin, usia, pendidikan, kunjungan, asal daerah dan status tersebut dapat ditunjukkan pada Tabel.

Responden menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan Jenis Kelamin responden dapat ditabulasi sebagai berikut:

Tabel Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Karakteristik	Jumlah Responden	Persentase Total Responden (%)
Jenis Kelamin		
1. Wanita	85	80
2. Pria	21	20
	106	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Tabel diatas menunjukkan bahwa secara umum mayoritas responden adalah wanita sebanyak 85 orang dengan presentase 80% dan pria sebanyak 21 orang dengan persentase 20%.

Responden menurut Usia

Berdasarkan usia responden dapat ditabulasi sebagai berikut:

Tabel Karakteristik Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase Total Responden (%)
15-24	65	61
<15	32	30
25-34	8	8
45-54	1	1
35-44	-	-
>55	-	-
	106	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden usia 15-24 tahun yang paling banyak mengunjungi PP-IPTEK yaitu sebanyak 65 responden dengan prosentase 61%, kemudian responden usia kurang dari 15 tahun sebanyak 32 responden dengan prosentase 30%, selanjutnya responden usia 25-34 tahun sebanyak 8 responden dengan prosentase 8% dan responden usia 45-54 sebanyak 1 orang dengan prosentase 1%. Responden usia 35-44 tahun dan responden usia >55 tahun tidak ada yang mengisi kuesioner saat pengambilan data selama sebulan tersebut yang dilakukan secara acak (prosentase 0%). Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan pengunjung adalah pelajar/mahasiswa.

Responden menurut Pendidikan

Berdasarkan pendidikan responden dapat ditabulasi sebagai berikut:

Tabel Karakteristik Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase Total Responden (%)
SMP	38	36
S1/S2	37	35
SMA	31	29
SD	-	-
S3	-	-
	106	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Karakteristik pendidikan responden berdasarkan tabel 4.3 adalah sebagai berikut: pendidikan responden SMP ada 38 orang dengan prosentase 36%, responden pendidikan S1/S2 sebanyak 37 orang dengan prosentase 35%, dan responden pendidikan setingkat SMA sebanyak 31 orang dengan prosentase 29%. Namun tidak ditemukan responden yang memiliki pendidikan hanya SD atau pendidikan tertinggi S3. Dari data diatas dapat dilihat bahwa pengunjung terbanyak merupakan orang-orang yang setidaknya memiliki pendidikan SMP.

Responden menurut Jumlah Kunjungan

Berdasarkan jumlah kunjungan responden dapat ditabulasi sebagai berikut:

Tabel Jumlah Kunjungan Wisatawan

Kunjungan ke	Jumlah Responden	Persentase Total Responden (%)
1x	79	74
2-5x	25	24
6-10x	2	2
>10x	-	-
	106	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.4 jumlah kunjungan responden adalah baru sekali kunjungan ada 79 responden dengan prosentase 74%, jumlah kunjungan 2-5 kali sebanyak 25 responden dengan prosentase 24%, dan jumlah kunjungan 6-10 kali sebanyak 2 orang responden dengan prosentase

2%. Selain itu tidak ada responden yang memiliki jumlah kunjungan lebih dari 10 kali ke PP-IPTEK. Sehingga pengunjung kebanyakan baru pertama kali mengunjungi PP-IPTEK sebagai destinasi wisata.

Responden menurut Asal Daerah Wisatawan

Berdasarkan asal daerah responden dapat ditabulasi sebagai berikut:

Tabel Asal Daerah

Asal daerah	Jumlah Responden	Persentase Total Responden (%)
Luar Jakarta	87	82
Jakarta	19	18
	106	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa jumlah responden dari luar Jakarta sejumlah 87 orang dengan prosentase 82% dan responden dari Jakarta sejumlah 19 orang responden dengan prosentase 18%. Pengunjung terbanyak adalah dari luar kota Jakarta dibandingkan dengan warga Jakarta sendiri.

Responden menurut Pekerjaan Wisatawan

Berdasarkan pekerjaan responden dapat ditabulasi sebagai berikut:

Tabel Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase Total Responden (%)
Pelajar/Mahasiswa	96	91
Karyawan	9	8
Wirausaha	1	1
	106	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa pekerjaan responden sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 96 orang responden dengan prosentase 91%, pekerjaan responden sebagai karyawan adalah 9 orang dengan prosentase 8%, dan pekerjaan responden adalah wirausaha ada seorang dengan prosentase 1%. Maka dapat lihat bahwa pengunjung terbanyak datang dari pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa di PP-IPTEK.

DESKRIPSI VARIABEL PENELITIAN

Tanggapan Responden terhadap Variabel Produk

Hasil rekapitulasi atas tanggapan responden terhadap variabel Produk dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel Tanggapan Responden terhadap Variabel Produk

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS	RATA-RATA
1	Alat peraga di PP-IPTEK TMII sangat lengkap	0	0,9	56,6	42,5	3,41
2	Alat peraga di PP-IPTEK TMII modern dan sesuai perkembangan teknologi	0	6,6	48,1	45,3	3,39
3	Ruangan tempat alat peraga nyaman	0	3,8	47,2	49,1	3,45
4	Area parkir kendaraan luas	0	6,6	53,8	39,6	3,33
5	Mendapatkan ilmu cara mengendalikan pesawat	2,8	15,1	61,3	20,8	3,00
6	Dapat memahami aplikasi ilmu kimia	0	10,4	61,3	26,3	3,18
7	Dapat berekreasi sambil belajar	0	2,8	29,2	67,9	3,65
8	Berlibur yang bermanfaat	0	-	30,2	69,8	3,70
	Rata-rata	0,4	5,8	48,5	45,2	3,39

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 4.7 tentang tanggapan responden terhadap variabel produk sebagian besar menjawab setuju 48,5%, sangat setuju 45,2%, tidak setuju 5,8%, sangat tidak setuju 0,4%. Skor variabel ini adalah 3,39 atau jawaban setuju.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

Tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan dapat ditabulasikan sebagai berikut:

Tabel Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS	RATA-RATA
1	Pelayanan sesuai yang dijanjikan/tepat waktu	0	5,7	62,3	32,1	3,26
2	Staf mampu memberikan pelayanan dengan akurat	0	5,7	53,8	40,6	3,35
3	Staf memiliki sifat yang dapat dipercaya	0	3,8	61,3	34,9	3,31
4	Staf memiliki kemampuan sehingga pengunjung merasa tidak ragu-ragu	0,9	5,7	55,7	37,7	3,30
5	Staf memiliki pengetahuan dan kemampuan	0	1,9	50,9	47,2	3,45
6	Para staf memiliki kesopanan	0	2,8	44,3	52,8	3,50
7	Para staf mampu menyampaikan informasi dg tanggap	0	3,8	50,0	46,2	3,42
8	Memberikan pelayanan yg sama untuk pengunjung	0	1,9	54,7	43,4	3,42
9	Tidak membiarkan pengunjung menunggu	0	9,4	67,0	23,6	3,14
10	Mampu memberikan pelayanan dengan segera	0	1,9	67,9	30,2	3,28
11	Jika ada yang menanyakan, ditanggapi terlihat responsive	0	0,9	56,6	42,5	3,42
12	Memberikan perhatian yang tulus dan individual	0	0,9	61,3	37,7	3,37
13	Memahami kebutuhan pengunjung yg spesifik	0	6,6	65,1	28,3	3,22
14	Memiliki waktu pengoperasian yg nyaman bagi pengunjung	0	3,8	60,4	35,8	3,32
15	Memiliki pengertian dan pengetahuan ttg pengunjung	0	6,6	61,3	32,1	3,25
16	Staf melayani dengan sikap yang simpatik	0	3,8	55,7	40,6	3,37
17	Sarana prasarana dilengkapi dg fasilitas modern	0	11,3	42,5	46,2	3,35
18	Para Staf dilengkapi alat komunikasi modern	0	19,8	47,2	33,0	3,13
19	Kelengkapan fasilitas fisik (gedung, dll)	0	9,4	53,8	36,8	3,27
20	Para Staf memakai seragam lengkap	0	3,8	45,3	50,9	3,47
		0,0	5,5	55,9	38,6	3,33

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Berdasarkan Tabel di atas tentang tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan sebagian besar menjawab setuju 55,9%, disusul jawaban sangat setuju 38,6%, sisanya menjawab tidak setuju 5,5%. Rata-rata skor adalah 3,33 jatuh pada kriteria jawaban setuju.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Lokasi.

Tanggapan responden terhadap variabel Lokasi diperoleh hasil tersaji dalam tabulasi sebagai berikut:

Tabel Tanggapan Responden terhadap Variabel Lokasi

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS	RATA-RATA
1	Mudah dijangkau	0	12,3	47,2	40,6	3,28
2	Dilewati jalur transportasi umum	0	18,9	49,1	32,1	3,13
3	Buka setiap hari jam kerja	0	1,9	53,8	44,3	3,42
4	Rute mudah diketahui/dicari	0	6,6	48,1	45,3	3,37
5	Lokasi PP-IPTEK mudah terlihat	0,9	9,4	50,9	38,7	3,27
6	Lokasi di dalam kompleks TMII sehingga bisa mengunjungi destinasi wisata lain	0	3,8	50,0	46,2	3,42
7	Dekat pusat perbelanjaan sehingga bisa wisata belanja sekaligus	1,9	18,9	50,0	29,2	3,07
8	Dekat Hotel Santika sehingga memudahkan akomodasi	0,9	8,5	66,0	24,5	3,14
	Rata-rata	0,5	10,0	51,9	37,6	3,26

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 4.9 tentang tanggapan responden terhadap variabel lokasi sebagian besar menjawab setuju sebanyak 51,9%, disusul jawaban sangat setuju 37,6 %, tidak setuju 10,0% dan sisanya sangat tidak setuju 0,5%. Dengan rata-rata skor sebesar 3,26 jatuh pada kriteria setuju.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung

Variabel Kepuasan Pengunjung mendapatkan tanggapan responden tersaji dalam tabel sebagai berikut:

Tabel Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS	RATA-RATA
1	Puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Para Staf PP-IPTEK	0	1,9	47,2	50,9	3,49
2	Puas dengan keramahan Para Staf PP-IPTEK	0	2,8	44,3	52,8	3,50
3	Puas dengan alat peraga yang dimiliki PP-IPTEK	0,9	5,7	39,6	53,8	3,46
4	Pelayanan sesuai harapan	0	5,7	50,0	44,3	3,39
5	Lokasi sesuai harapan	0	7,5	59,4	33,0	3,25
6	Alat peraga yang ada sesuai harapan	1,9	7,5	51,9	38,7	3,27
7	Mau merekomendasikan kepada teman/keluarga untuk mengunjungi PP-IPTEK	0	1,9	54,7	43,4	3,41
8	Memutuskan akan mengunjungi kembali	0	3,8	57,5	38,7	3,35
	Rata-rata	0,4	4,6	50,6	44,5	3,39

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pengunjung menunjukkan bahwa sebagian besar menjawab setuju 50,6%, disusul dengan sangat setuju 44,5%, tidak setuju 4,6 dan sangat tidak setuju 0,4%. Rata-rata nilai pada variabel ini jatuh pada skor 3,39 atau jawaban setuju.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Sebuah angket atau kuesioner valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Oleh karena itu, tinggi rendahnya validitas kuesioner menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus product moment.

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi (α) 5%, sedangkan nilai kritis untuk pengujian dengan sampel (n) =106 apabila nilai signifikansi $<0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan dalam penelitian bersifat valid.

Tabel Pengujian Validitas

No	Keterangan	Signifikansi	Signifikansi Standar	Keterangan
X1=Produk				
1	Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
2	Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
3	Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 4	0,000	0,05	Valid
5	Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 6	0,000	0,05	Valid
7	Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
8	Pernyataan 8	0,000	0,05	Valid
X2=Kualitas Pelayanan				
1	Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
2	Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
3	Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 4	0,000	0,05	Valid
5	Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 6	0,000	0,05	Valid
7	Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
8	Pernyataan 8	0,000	0,05	Valid
9	Pernyataan 9	0,000	0,05	Valid
10	Pernyataan 10	0,000	0,05	Valid
11	Pernyataan 11	0,000	0,05	Valid
12	Pernyataan 12	0,000	0,05	Valid
13	Pernyataan 13	0,000	0,05	Valid

14	Pernyataan 14	0,000	0,05	Valid
15	Pernyataan 15	0,000	0,05	Valid
16	Pernyataan 16	0,000	0,05	Valid
17	Pernyataan 17	0,000	0,05	Valid
18	Pernyataan 18	0,000	0,05	Valid
19	Pernyataan 19	0,000	0,05	Valid
20	Pernyataan 20	0,000	0,05	Valid
X3=Lokasi				
1	Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
2	Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
3	Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 4	0,000	0,05	Valid
5	Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 6	0,000	0,05	Valid
7	Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
8	Pernyataan 8	0,000	0,05	Valid
Y= Kepuasan Pengunjung				
1	Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
2	Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
3	Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 4	0,000	0,05	Valid
5	Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 6	0,000	0,05	Valid
7	Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
8	Pernyataan 8	0,000	0,05	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh butir-butir pernyataan yang memiliki signifikasin $<0,05$ sehingga dinyatakan valid dan dapat dipergunakan dan. dapat mengukur keadaan yang sebenarnya.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat kemampuan suatu instrumen sehingga dapat menghasilkan data yang konsisten dan bebas dari kesalahan.

Teknik yang digunakan untuk menentukan reliabilitas penelitian ini alat pengukurannya adalah teknik alpha cronbach, dimana indeks reliabilitas dinyatakan reliabel jika harga r yang diperoleh paling tidak 0,60. Nilai-nilai yang ada dimasukkan ke dalam rumus, dan menghasilkan nilai koefisien reliabilitas berikut ini.

Tabel Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Alpha Standar	Keterangan
1.	Produk (X1)	0,755	0,6	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	0,752	0,6	Reliabel
3.	Lokasi (X3)	0,758	0,6	Reliabel
4.	Kepuasan Pengunjung (Y)	0,771	0,6	Reliabel

Dari perhitungan indeks reliabilitas instrumen yang diuji cobakan dapat ditafsirkan nilai atau harga r yang diperoleh mencapai 0,60 keatas. Maka seluruh skala yang disusun adalah reliabel.

HASIL ANALISIS DATA

Persamaan Regresi Berganda

Analisis regresi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,094	2,511		,436	,664
	X1PRODUK	,380	,113	,336	3,350	,001
	X2PELAYANAN	,133	,047	,281	2,840	,005
	X3LOKASI	,263	,075	,264	3,502	,001

a. Dependent Variable: YKEPUASAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang diperoleh maka dibuat persamaan linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3$$

$$Y = 0,336 X_1 + 0,281 X_2 + 0,264 X_3$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Pengunjung
- X1 = Produk
- X2 = Kualitas Pelayanan
- X3 = Lokasi
- β_1, β_2 = koefisien pengaruh

Persamaan linear berganda tersebut dapat disimpulkan:

Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel Produk memiliki nilai beta positif 0,336. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik produk yang dimiliki akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai beta positif sebesar 0,281. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan akan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai beta positif sebesar 0,264. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

Uji Model

Uji Anova (F-test)

Uji Anova atau uji F adalah uji statistik yang fungsinya untuk mengetahui apakah variabel independen Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi merupakan model persamaan yang tepat untuk mengukur perubahan variabel Kepuasan Pengunjung. Dari olah data diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel ANOVAb

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	584,476	3	194,825	36,418	,000 ^a
	Residual	545,675	102	5,350		
	Total	1130,151	105			

a. Predictors: (Constant), X3LOKASI, X2PELAYANAN, X1PRODUK

b. Dependent Variable: YKEPUASAN

pengujian pada tabel tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

Data di atas menunjukkan bahwa F hitung sebesar 36.418 dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Variabel Produk (X1). Kualitas Pelayanan (X2) dan Lokasi (X3) merupakan variabel yang baik dan tepat (fit) untuk mengukur perubahan dalam variabel Kepuasan Pengunjung (Y), sehingga membentuk persamaan yang fit.

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi atau adjusted R square digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel bebas (independent variabel) terhadap variabel terikat (dependent variabel). Hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi seperti berikut:

Tabel Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,719 ^a	,517	,503	2,31295

a. Predictors: (Constant), X3LOKASI, X2PELAYANAN, X1PRODUK

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa:

Hasil perhitungan estimasi regresi diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar 0,503. atau 50,3 % perubahan pada variabel dependen Kepuasan Pengunjung (Y) dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel independen Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan

Lokasi (X3) sedangkan sisanya sebesar 49,7.% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan atau dijelaskan dalam model penelitian ini.

Pengujian Hipotesis (Uji-t)

Uji parsial digunakan untuk menguji hipotesis adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara sendiri-sendiri. Dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$

Pengujian hipotesis pertama

Hipotesis pertama menguji pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pengunjung. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,336 dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan hipotesis pertama diterima. Artinya Produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung PP-IPTEK TMII.

Pengujian Hipotesis kedua

Hipotesis kedua menguji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung. Diperoleh koefisien beta positif sebesar 0,281 dengan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$, hal ini mengindikasikan hipotesis kedua diterima. Artinya Kualitas Pelayanan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung PP-IPTEK TMII.

Pengujian hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga menguji pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung. Diperoleh koefisien beta positif sebesar 0,264 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan hipotesis ketiga diterima. Artinya Lokasi mempunyai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung PP-IPTEK TMII.

PEMBAHASAN

Pengaruh Produk PP-IPTEK TMII terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung PP-IPTEK TMII. Semakin berkualitas produk yang ditampilkan akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjungnya.

Produk PP IPTEK TMII yang dimaksud adalah produk utama yang dihasilkan dan dipasarkan kepada masyarakat meliputi:

Kegiatan Peragaan adalah penyediaan peraga iptek interaktif yang disajikan untuk masyarakat yang datang berkunjung, ada sekitar 250 jenis peragaan yang disajikan secara tematik: energi, telekomunikasi, cahaya/optik, elektronika, dan lain-lain.

Sanggar kerja (workshop) dan demonstrasi iptek adalah kegiatan percobaan sederhana tentang IPA dan matematika melalui belajar mandiri dengan menggunakan peralatan dan bahan yang murah.

Produk kegiatan tahunan merupakan kegiatan yang terjadwal dengan target konsumen adalah pelajar atau keluarga, contoh: kunjungan guru-guru SD se-Jabotabek.

Sedangkan produk sampingan (tambahan) terdiri dari: cinderamata dan restoran, Outreach Program (Peragaan Keliling).

Produk PP-IPTEK TMII yang sudah yang mendapatkan penilaian baik yaitu produk telah memberikan manfaat rekreasi dan belajar bagi pengunjung PP-IPTEK TMII, juga pengunjung merasakan bahwa dengan berkunjung ke PP-IPTEK TMII ini memberikan liburan yang bermanfaat. Dampaknya terhadap kepuasan pengunjung antara lain: memutuskan akan datang berkunjung kembali, memberikan informasi kepada teman atau orang lain, merangsang kreatifitas pengunjung terutama anak-anak/pelajar.

Produk PP-IPTEK TMII yang masih kurang antara lain Klaster Pesawat sederhana yaitu ilmu cara mengendalikan pesawat. Klaster ini menyajikan alat peraga mengenai aplikasi pesawat sederhana seperti npengungkit, katrol, penderek dan sebagainya. Dengan ala flight simulator pengunjung dapat mencoba menerbangkan sebuah model pesawat yang biasa digunakan untuk aero modeling. Meskipun hanya menggunakan simulasi komputer, tetapi tetap menggunakan sebuah remote control yang sama dengan aslinya. Tidak jauh dari pesawat mainan tersebut, ada bagian-bagian pesawat yang asli. Dampak terhadap kepuasan pengunjung tidak terlalu besar karena pengunjung puas dengan adanya alat-alat peraga yang lain seperti rumah gempa, zoetrope (silinder dengan celah vertikal di setiap sisinya), ruang cahaya dan sebagainya.

Sebagai science center pertama dan terbesar di Indonesia, PP-IPTEK harus terus berinovasi dalam mengembangkan galeri peragaannya. Hal ini akan sangat bermanfaat dan membantu masyarakat karena PP-IPTEK sebagai tempat edukasi dalam perkembangan dunia teknologi. Program peragaan keliling sebaiknya ditingkatkan, selain bertujuan untuk mendapatkan keuntungan juga lebih menitik beratkan pada unsur promosi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk adalah variabel yang terkuat dimana koefisien pengaruh variabel produk lebih besar daripada koefisien pengaruh variabel kualitas pelayanan maupun variabel lokasi terhadap kepuasan pengunjung. Artinya puas tidaknya pengunjung PP IPTEK TMII lebih dominan disebabkan oleh baik buruknya produk PP-IPTEK TMII itu sendiri dibanding oleh kualitas pelayanan maupun lokasinya. Hal ini dikarenakan orang datang untuk menonton koleksi taman iptek ini, bukan mengharapkan kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan (Lupiyoadi,2001).

Pengaruh Kualitas Pelayanan PP IPTEK TMII terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Tinggi rendahnya kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pengunjung.

Pelayanan yang diberikan di PP-IPTEK TMII antara lain menyajikan peragaan yang bersifat partisipatif dengan metode interactive discovery. Dengan kualitas pelayanan yang baik diharapkan bisa memotivasi pengunjung khususnya para pelajar berpikir inovatif, serta semakin berperan dalam pengembangan Ilmu pengetahuan dan teknologi.

Indikator kualitas pelayanan yang sudah dinilai baik oleh pengunjung adalah bahwa staf memiliki sopan santun yang baik termasuk dalam berkomunikasi dengan pengunjung. Pengunjung

akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang memuaskan hati, dihargai serta dihormati oleh para staf PP IPTEK.

Indikator kualitas pelayanan yang belum dinilai baik oleh pengunjung adalah dalam hal membiarkan pengunjung menunggu, hal ini bisa terjadi saat liburan sekolah sehingga jumlah pengunjung melonjak, sementara jumlah staf yang bertugas terbatas. Hal ini bisa diatasi dengan cara mengantisipasi melonjaknya pengunjung saat liburan sekolah dengan menugaskan lebih banyak staf, sehingga pengunjung bisa segera mendapatkan kualitas pelayanan yang baik tanpa harus menunggu lama ataupun mengantre panjang. Karena kualitas pelayanan akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan (Lupiyoadi, 2001).

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan Lokasi PP IPTEK TMII berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, semakin strategis lokasi akan berdampak terhadap kepuasan pengunjung. Lokasi PP IPTEK TMII yang mudah dijangkau, lokasi dekat dengan berbagai daya tarik wisata lain, kegiatan bisnis lain akan menyebabkan kepuasan pengunjung meningkat.

Lokasi PP IPTEK TMII berada di dalam area Taman Mini Indonesia Indah, sehingga apabila pengunjung ingin mengunjungi PP-IPTEK mereka juga bisa sekaligus mengunjungi seluruh wahana yang ada di TMII. Tentu ini berdampak terhadap kepuasan pengunjung karena bisa sekaligus melihat-lihat TMII. Jam buka museum PP-IPTEK jam 09.00-16.00 hari Senin-Minggu. Hal ini berdampak terhadap kepuasan pengunjung karena pengunjung memiliki waktu yang cukup banyak (curiosity) untuk memuaskan sikap keingintahuannya melalui perilaku yang rasional.

Lokasi ke TMII sangat mudah dicapai menggunakan mobil pribadi, taksi, atau angkutan umum busway Transjakarta dengan rute: koridor 1 lalu pindah koridor 9, atau koridor 4 pindah koridor 9. Pemberhentian koridor 9 di halte Garuda, belok kiri bertemu Masjid At-Tin sudah memasuki kawasan TMII. Angkutan umum lain yang bisa digunakan yaitu KWK S 15A jurusan Ragunan-Taman Mini/Pinang Ranti, KWK T01 Cililitan-Setu, KWK T02 Cililitan-Cilangkap-Cipayung, atau Koasi 40 Kampung Rambutan-Bekasi. Alternatif angkutan umum tersebut tentu memudahkan pengunjung mencapai lokasi PP-IPTEK TMII. Lokasi TMII sangat visible, karena tepat di pinggir jalan raya, dan di samping hotel Santika, samping Green Terrace (tempat café-café dan resto). Lokasi juga dekat dengan pusat perbelanjaan Tamini Square, meskipun bukan pusat perbelanjaan yang sangat besar, tetapi Tamini Square cukup lengkap dan barang-barang yang dijual harganya cukup terjangkau, juga ada gedung bioskop 21.

Saat ini di dalam area TMII sudah ada angkutan wara-wiri keliling TMII dengan biaya sepuluh ribu rupiah per orang. Sebaiknya memang diperbanyak angkutan dalam TMII, dengan tenggang waktu yang lebih cepat supaya pengunjung tidak menunggu terlalu lama, sehingga memudahkan akses pengunjung. Angkutan wara-wiri yang saat ini dioperasikan masih kurang banyak jumlahnya terutama disaat liburan sekolah, sehingga masih kurang bisa memfasilitasi pengunjung. Hal ini sangat penting karena lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Lupiyoadi, 2001).

SIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk PP IPTEK TMII berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung
2. Kualitas pelayanan petugas PP IPTEK TMII berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung
3. Lokasi PP IPTEK TMII berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung
4. Produk PP IPTEK TMII mempunyai nilai koefisien beta yang paling tinggi artinya mempunyai pengaruh paling besar dari ketiga variabel tersebut di atas.

SARAN

Berdasarkan hasil analisa dan kesimpulan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa rekomendasi kepada pihak pengelola PP IPTEK- TMII sebagai berikut:

- Produk PP IPTEK-TMII yang berupa alat peraga merupakan daya tarik bagi pengunjung maka variable produk tersebut sebaiknya mendapat penekanan dan perhatian yang lebih besar dari pihak pengelola.
- Kualitas pelayanan sebaiknya lebih ditingkatkan terutama saat liburan sekolah karena lonjakan jumlah pengunjung, diharapkan pihak pengelola PP IPTEK sudah dapat mengantisipasi hal tersebut, sehingga kualitas pelayanan yang baik dapat diterima oleh pengunjung.
- Dalam menjalankan program peragaan sebaiknya PP IPTEK terus berinovasi dan menekankan daya tarik kegiatan belajar sambil bermain.
- Untuk memenuhi kepuasan pengunjung sebaiknya juga dipikirkan sarana transportasi yang bisa memfasilitasi pengunjung sehubungan dengan lokasi PP IPTEK yang berada di dalam area TMII dan jauh dari gerbang utama TMII.

KETERBATASAN PENELITIAN


1. Jumlah sampel terbatas hanya pada sebagian dari populasi pengunjung PP IPTEK TMII saja, belum meliputi seluruh populasi penelitian, dan penelitian ini hanya mengambil sampel satu tempat penelitian saja yaitu PP IPTEK TMII.
2. Variabel yang dipergunakan untuk mengukur kepuasan pengunjung masih terbatas pada kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi saja. Dimana ketiga variabel ini baru mempengaruhi kepuasan 50 % sehingga masih terdapat peluang untuk memasukan variabel-variabel lain yang belum diperhtungkan dalam penelitian ini

PENELITIAN YANG AKAN DATANG

1. Menambah jumlah sampel dari populasi dengan cara memperpanjang masa pembagian kuesioner, dan dilakukan tidak hanya di lokasi pintu utama PP IPTEK, tetapi juga dapat dilakukan di seluruh area/wahana yang ada di TMII.
2. Mengganti atau menambah jumlah variabel penelitian misal promo, biaya dan lain sebagainya.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, Thamrin dan Francis, T. 2012. Manajemen Pemasaran. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Bayu, T. 2014. Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Membeli. Yogyakarta: UNY.
- Donald E, Hawkins and L E Hudman. 1989. Ourism Contemporary Society, UK: Prentice-Hall.
- Heizer, J. dan Render, B. 2011. Manajemen Operasi. Edisi Sembilan. Buku Dua. Jakarta: Salemba Empat.
- Hutasoit, C.S. 2011. Pelayanan Publik Teori dan Aplikasi. Jakarta: MagnaScript Publishing
- Kodhyat, H. 1998. Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia. Jakarta: Grasindo.
- Kotler, Philip. 2009, Manajemen Pemasaran. Jilid 2, Edisi 13. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehallindo.
- Latief. 2012. Wisata Edukasi. Depok: WordPress
- Lupiyoadi, R. 2001. Manajemen pemasaran Jasa: Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Musanto, Trisno. 2004. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Media Advertising Surabaya. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 6.
- Prasetyo, Hemi. 2003. Komunikas iPemasaran Pusat peragaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Jakarta: Perpustakaan Universitas Indonesia
- Rahmayanty, Nina. 2010. Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riadi, E. 2016. Statistika Penelitian. Yogyakarta: Andi.
- Riadi, M. 2012. Kualitas Pelayanan Pelanggan. [online] KajianPustaka.com. Available at: <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/kualitas-pelayanan-pelanggan.html> [Accessed 1 Feb. 2017].
- Rizky, A. 2014. Pengertian Wisata Secara Umum - Aneka Tempat Wisata. [online] Aneka Tempat Wisata. Available at: <http://anekatempatwisata.com/pengertian-wisata-secara-umum/> [Accessed 1 Feb. 2017].

- 
- Simamora, Bilson. 2004. Riset Pemasaran Falsafah, Teori, dan Aplikasi. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiono, 2002. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabet.
- Sumarni, Murti, dan Jhon, S. 1999. Pengantar Bisnis, Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan, Yogyakarta: Liberty.
- Suyono, 2015. Analisis Regresi untuk penelitian. Yogyakarta: Deepublish.
- Tamanmini.com. 2012. Pusat Peragaan IPTEK: Taman Mini Indonesia Indah. [online] Available at: <http://www.tamanmini.com/wahana-rekreasi/pusat-peragaan-iptek> [Accessed 1 Feb. 2017].
- Tjiptono, Fandy, 2004. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia.

