

**FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PENGUNJUNG DI PUSAT KONSERVASI GAJAH
TAMAN NASIONAL WAY KAMBAS LAMPUNG**

**(VISITOR SATISFACTION AT THE ELEPHANT CONSERVATION OF
CENTRE WAY KAMBAS NATIONAL PARK OF LAMPUNG)**

Lulu Subangkit, Samsul Bakri, dan Susni Herwanti

Jurusan Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Lampung
Jl. Soemantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung
Email : lulusubangkit@gmail.com Nomor telepon : 085769784746

ABSTRAK

Salah satu kawasan pelestarian alam di Indonesia adalah Taman Nasional Way Kambas (TNWK). Kegiatan ekowisata di TNWK berada di Pusat Konservasi Gajah (PKG), yang keberhasilannya sangat ditentukan oleh kepuasan pengunjung. Tujuan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Mei-Juni 2013 adalah (1) Menentukan faktor-faktor kepuasan pengunjung (2) Menentukan strategi peningkatan kepuasan pengunjung di Pusat Konservasi Gajah Taman Nasional Way Kambas. Metode survey digunakan dengan melakukan wawancara terhadap 98 responden. Data yang digunakan (1) Karakteristik obyek wisata meliputi pelayanan, kebersihan, fasilitas penunjang dan koleksi kegiatan. (2) Karakteristik pengunjung meliputi asal pengunjung, jenis kelamin, umur, jarak, lama kunjungan, jumlah pengunjung, pendidikan, motivasi kunjungan (wisata), tipe kelompok (rombongan), dan aktivitas kunjungan (melihat atau menunggang gajah). Model peluang kualitatif digunakan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Optimasi parameter dengan *software* Minitab 16. Hasil penelitian menunjukkan faktor kepuasan pengunjung yang berpengaruh nyata yaitu jarak, pelayanan, lama kunjungan dan perguruan tinggi dan yang tidak berpengaruh tidak nyata meliputi asal pengunjung, jenis kelamin, umur, jumlah pengunjung, motivasi kunjungan (wisata), tipe kelompok (rombongan), aktivitas kunjungan (melihat atau menunggang gajah) kebersihan, fasilitas penunjang dan koleksi kegiatan. Untuk pembenahan strategi kepuasan pengunjung melalui peningkatan kualitas daya tarik obyek ekowisata, pelayanan tiket, keamanan, penambahan variasi atraksi wisata, dan penambahan sarana dan prasarana pendukung untuk kenyamanan pengunjung.

Kata kunci: kepuasan pengunjung, pusat konservasi gajah

ABSTRACT

One of nature conservation area in Indonesia is a Way Kambas National Park (WKNP). Ecotourism activities in TNWK located in Elephant Conservation Center (ECC), which success is determined by the satisfaction of visitors. The purpose of the study was conducted in May-June 2013 were to (1) determine factors of visitor satisfaction (2) determine the strategy of increasing visitor satisfaction at the Elephant Conservation Centre Way Kambas National Park. Survey methods used to conduct interviews with 98 respondents. The data used (1) characteristics of the attractions include service, cleanliness, facilities support and collection activities, (2) characteristics of visitors include visitor origin, sex, age, distance, duration of visit, number of visitors, education, motivation visit (tourist), the type of group (group), and the activity of visiting (see or ride an elephant). The model was used to

determine the chances of qualitative factors that influence visitor satisfaction. Optimization parameters used software Minitab 16. The results showed that the significant factors of visitor satisfaction are distances, services, duration of visit and college and that does not include the effect is not real visitor origin, sex, age, number of visitors, motivation visit (tourist), the type of group (group), the activity of visiting (see or ride an elephant) hygiene, supporting facilities and collection activities. For visitor satisfaction improvement strategies by improving the attractiveness of the object ecotourism, ticket services, security, additional variations tourist attractions, and the addition of facilities and supporting infrastructure for the convenience of visitors. Tourist attractions, improvement and addition the facilities and supporting infrastructure for the convenience of visitors.

Keywords: elephant conservation center, guest satisfaction

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa Kotler (2001). Selain itu juga kepuasan pengunjung mempunyai faktor-faktor yang menentukan suatu obyek ekowisata. Taman Nasional mempunyai ekosistem asli, dikelola dengan sistem zonasi yang dimanfaatkan untuk tujuan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budidaya, pariwisata dan rekreasi alam. Selain itu pemanfaatannya juga dapat melindungi maupun melestarikan flora dan fauna maka dilakukan upaya pelestarian berupa semi in-situ (pada habitat asli tetapi masih ada campur tangan manusia). Khususnya ekowisata di Pusat Konservasi Gajah (PKG) yang mempunyai penangkaran dan pelatihan PKG dengan luas 100 ha terutama satwa Gajah (*Elephas maximus sumatranus*).

Kegiatan ekowisata di PKG juga merupakan pemanfaatan jasa lingkungan dari objek taman nasional, yang keberhasilannya sangat ditentukan oleh kepuasan pengunjung. Pemikiran tersebut sangat relevan untuk diterapkan bagi pengembangan ekowisata khususnya di PKG sebagai tempat ekowisata Taman nasional Way Kambas (TNWK). Oleh karena itu, faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di PKG perlu diketahui, sehingga dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak yang berkepentingan dalam perencanaan dan pengelolaan yang tepat. Penelitian ini bertujuan menentukan faktor-faktor penentu kepuasan pengunjung dan memberikan saran sebagai kebijakan strategi peningkatan kepuasan pengunjung di Pusat Konservasi Gajah Taman Nasional Way Kambas.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Pusat Konservasi Gajah Taman Nasional Way Kambas pada bulan Mei sampai Juni 2013. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat tulis, komputer, kamera, *software* minitab dan kuesioner. Objek dalam penelitian ini adalah pengunjung dan masyarakat terkait dalam ekowisata di Taman Nasional Way Kambas. Data primer meliputi karakteristik pengunjung dan karakteristik obyek di PKG. Data sekunder meliputi hasil pengolahan pihak kedua/pengelola taman nasional atau data yang diperoleh dari hasil publikasi pihak lain. Sampel yang dipilih menggunakan rumus sebagai berikut (Arikunto, 2002).

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

n adalah jumlah responden, N adalah jumlah total Pengunjung selama 7 bulan (oktober – april 2013) e adalah batas eror 10%, dan 1 adalah bilangan konstan. Analisis data yang digunakan yaitu tahap pemodelan dapat dimaknai sebagai representasi dari realitas, para ahli matematika telah mengembangkan model *Log Linear* yang didasarkan pada Teori Binomial Newton (Pyndict dan Rubinfeld, 1998).

1. Variabel Respon

Variabel respon sering juga disebut sebagai variabel terikat. Variabel respon (Y) dalam penelitian ini adalah pengunjung yang dikategorikan dalam 2 katagori yaitu kepuasan pengunjung dan ketidakpuasan pengunjung. Jika suatu pengunjung *ke i* dikategorikan sebagai puas (PAS) dan tidak puas (TPAS). Dalam Model *Log Linear* jika pengunjung yang *ke i* dikatagorikan sebagai PAS maka $Y_i=1$ dan jika dikatagorikan sebagai TPAS maka $Y_i=0$.

2. Variabel Penjelas

Variabel ini menjelaskan suatu pengujung akan mengalami puas (PAS) ataupun tidak puas (TPAS) akibat variabel tersebut. Variabel *dummy* yaitu jika pengunjung mengalami puas diberi skor 1 (satu) dan jika tidak diberi skor 0 (nol). Adapun secara rinci faktor-faktor tersebut beserta pemecahan ke dalam beberapa subvariabel penjelasnya, pemberian simbol dalam model; dan pemberian skornya disajikan pada Tabel 1

Tabel 1. Subvariabel penjelas, simbol dalam model dan pemberian skornya

Variabel Penyebab	Subvariabel Penyebab	Simbolisasi dalam Model	Pemberian Skor dan Nilai
A	B	C	D
Karakter	1) Pelayanan	[D1_PLYN]	=1 jika baik, =0jika lainnya
Obyek	2) Kebersihan	[D2_KBSN]	=1 jika bersih, =0jika lainnya
Wisata	3) Fasilitas penunjang	[D3_FSLP]	=1 jika memadai, =0 jika lainnya
PKG	4) Koleksi kegiatan	[D4_KLSK]	=1 jika menarik, =0 jika lainnya
Karakter Pengunjung	1) Asal Pengunjung	[AP_DPR]	=1 jika dalam propinsi, =0 jika lainnya
	2) Jenis Kelamin	[KLM]	=1 jika pria, =0 jika wanita
	3) Umur	[UMR]	= Tahun
	4) Jarak	[JRK]	= Km
	5) Lama Kunjungan	[LKJ]	= Jam
	6) Jumlah Pengunjung	[JML]	= /orang
	7) Pendidikan	[D5_SMP]	=1 jika SMP, = 0 jika lainnya
		[D6_SMA]	=1 jika SMA, = 0 jika lainnya
		[D7_PT]	=1 jika PT, = 0 jika lainnya
	8) Motivasi (berwisata)	[MK_WST]	=1 jika berwisata, =0jika lainnya
9) Tipe kelompok	[TK_RMB]	=1 jika rombongan, =0 jika lainnya	
10) Aktivitas kunjungan	[D8_MLH]	=1 jika melihat, =0 jika lainnya	
		[D9_MNG]	=1 jika menunggang, =0 jika lainnya

Bentuk Model

$$\ln \{P(X_i) / [1 - P(X_i)]\} = \theta_0 + \theta_1 [UMR]_i + \theta_2 [KLM]_i + \theta_3 [JRK]_i + \theta_4 [P_DPR]_i + \theta_5 [MK_BWST]_i + \theta_6 [TK_RMB]_i + \theta_7 [JML]_i + \theta_8 [LKJ]_i + \theta_9 [D1_PLYN]_i + \theta_{10} [D2_KBSN]_i + \theta_{11} [D3_FSLP]_i + \theta_{12} [D4_KLSK]_i + \theta_{13} [D5_SMP]_i + \theta_{14} [D6_SMA]_i + \theta_{15} [D7_PT]_i + \theta_{16} [D8_MLH]_i + \theta_{17} [D9_MNG]_i + \epsilon_i$$

Dalam Persamaan (1) Tersebut

- Ln : logaritma dengan menggunakan bilangan pokok $e=2,71828...$
- X_i : pengunjung *ke i*
- $[P(X_i)]$: peluang pengunjung *ke i* Puas
- $[1-P(X_i)]$: peluang pengunjung *ke i* Tidak Puas
- θ_0 : Intersep
- θ_1 sampai θ_{18} : parameter model
- ϵ_i : error (galat) model
- Simbol lain : variabel penduga, seperti diuraikan pada Tabel 1 Kolom C

H0 : peluang pengunjung yang **tidak dipengaruhi** secara nyata oleh satu pun variabel penjelas seperti yang dispesifikasi dalam model tersebut di atas [Atau: $\theta_1 = \theta_2 = \theta_3 = \dots = \theta_{17} = 0$]

H1 : peluang pengunjung yang **dipengaruhi** secara nyata oleh satu atau beberapa variabel penjelas seperti yang dispesifikasi dalam model tersebut di atas [Atau: $\theta_1 \neq \theta_2 \neq \theta_3 \neq \dots \neq \theta_{17} \neq 0$]

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil data kualitatif, penelitian data statistik deskriptif cukup bermanfaat untuk mengetahui karakter responden secara umum, namun belum dapat untuk memperkirakan pengunjung di PKG. Hasil rekapitulasi data tersebut disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil data primer statistik responden

No	Faktor pengunjung	Stdev	Rata-rata	Frekuensi
1	Umur	13.63077	32.2449	11
2	Jarak	257.5005	187.2041	7
3	Jumlah	4.437035	6.744898	96
4	Lama kunjungan	1.923013	4.846939	91

Pengaruh nyata terhadap seluruh parameter yang diamati pada taraf nyata 10 %. hasil optimasi parameter menggunakan *software* minitab version 16 yang disajikan pada tabel lampiran. Hasil rekapitulasi optimasi parameter secara ringkas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi optimasi parameter

Predictor	Coef	SE Coef	P	Odds Ratio
Constant	7,25911	6,52545	0,266	
[UMR]	-0,0695659	0,0492124	0,157	0,93
[KLM]	-0,923319	1,09754	0,400	0,40
[JRK]	-0,0127991	0,0075061	0,088	0,99
[P_DPR]	-3,40007	2,54974	0,182	0,03
[MK_WST]	-5,16737	3,99449	0,196	0,01
[TK_RMB]	-0,990629	1,41562	0,484	0,37
[JML]	-0,246237	0,199022	0,216	0,78
[LKJ]	-0,770094	0,345312	0,026	0,46
[D1_PLYN]	6,26189	3,25211	0,054	524,21
[D2_KBSH]	7,01406	2,03706	0,001	1112,16
[D3_FSLP]	3,46237	2,51778	0,169	31,89
[D4_KLSK]	5,57143	1,61561	0,001	262,81
[D5_SMP]	0,331215	8,88098	0,970	1,39
[D8_SMA]	-1,70312	1,53645	0,268	0,18
[D9_PT]	-3,89582	1,73449	0,025	0,02
[D10_MLH]	1,81100	3,65224	0,620	6,12
[D11_MNG]	1,90695	3,94928	0,629	6,73

Karakteristik obyek di Pusat Konservasi Gajah

a. Pelayanan

Pelayanan di PKG yaitu berupa penjualan tiket, keamanan, pelayanan pawang gajah dan pelayanan kenyamanan. Berdasarkan optimasi jika faktor lain tetap maka kepuasan pengunjung untuk pelayanan peluangnya menjadi 524,21 kali semula, seperti ditunjukkan oleh *odds rasionya* perbedaan ini secara statistik nyata karena ($Pvalue = 0.054 = 5,4\% < 10\%$). Hal ini sesuai dengan penelitian Putri dkk. (2008), yang menjelaskan bahwa pengunjung terhadap pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pengunjung alam mayang sebagai tempat untuk berekreasi, ini dibuktikan dengan hasil perhitungan *odd ratio* adalah sebesar 447.996 kali dari pada pengunjung yang memiliki persepsi pelayanan yang buruk.

b. Kebersihan

Hasil optimasi kepuasan pengunjung untuk kebersihan peluangnya bertambah 1.112,16 kali semula seperti ditunjukkan oleh *odds rasionya* tetapi ($Pvalue = 0,001 = 0,1\% < 10\%$) menunjukkan perbedaan ini secara statistik sangat nyata. Hal ini dikarenakan pengunjung merasa bahwa kebersihan merupakan hal yang sangat penting, karena kebersihan di tempat ekowisata sangat diharapkan agar pengunjung dapat berwisata dengan nyaman. Berdasarkan faktor kebersihan hampir selaras dengan penelitian (Putri dkk., 2008) variabel kebersihan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung dalam memilih wisata alam mayang, ini dibuktikan dengan hasil perhitungan *odds ratio* sebesar 63.999 kali dari pada pengunjung yang tidak menerima kebersihan.

c. Fasilitas Penunjang

Pengaruh terhadap fasilitas penunjang yaitu tempat bangunan untuk berteduh, penjual makanan, tempat sampah, arena bermain anak, dan papan interpretasi. Berdasarkan optimasi data, jika fasilitas penunjang bertambah maka kepuasan pengunjung peluangnya menambah 31,89 kali semula apabila faktor lain tetap seperti ditunjuk oleh *odds rasionya*. Namun hasil dari ($Pvalue = 0,169 = 16,9\% > 10\%$), perbedaan ini secara statistik tidak nyata.

d. Koleksi Kegiatan

Pengaruh terhadap parameter di PKG menunjukkan, jika koleksi kegiatan bertambah 1 maka kepuasan pengunjung peluangnya menjadi 262,81 kali semula seperti ditunjukkan oleh *odd rasionya*. Tetapi dari hasil ($P\ value = 0.001 = 0,1\% < 10\%$), menunjukkan perbedaan ini secara statistik sangat nyata karena untuk koleksi di PKG dari hasil kuesioner, pengujung banyak memberikan kritikan atau saran seperti koleksi kegiatan tidak menarik karena hanya ada kegiatan yang monoton. Pengunjung memberikan saran dan permintaan untuk penambahan koleksi kegiatan seperti penambahan satwa dan atraksi gajah.

Karakteristik Pengunjung

1. Asal Pengunjung

Parameternya jika asal pengunjung bertambah 1 dari luar provinsi maka kepuasan pengunjung peluangnya menurun 0,03 kali semula berdasarkan *odd rasionya* perbedaan menunjukkan secara statistik tidak nyata setelah diperoleh ($P\ value = 0,182 = 18,2\% > 10\%$). Secara keseluruhan pengunjung yang berkunjung di PKG dari dalam Provinsi yang berarti peminat untuk daerah luar Provinsi Lampung berkurang. Asal pengunjung didorong oleh adanya dorongan motivasi untuk mencapai kebutuhan yang ingin dipenuhi untuk mencapai kepuasan. Jika dikaitkan dengan penelitian Latief (2011),

konsumen/pengunjung akan selalu berusaha untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya.

2. Jenis Kelamin

Pengaruh jenis kelamin dari hasil optimasi menunjukkan jika faktor lain tetap maka setiap bertambah 1 laki-laki maka kepuasan pengunjung menurun menjadi 0,40 kali semula dari pada wanita. Tetapi dari hasil ($P \text{ value} = 0,400 = 40\% > 10\%$) perbedaan ini secara statistik tidak nyata. Ekowisata di PKG dapat dimanfaatkan oleh semua orang dan semua golongan baik yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, sehingga tempat ini tidak didominasi oleh golongan tertentu. Sama halnya dengan penelitian Premono dan Kunarso (2008) bahwa laki-laki dan perempuan yang sama memiliki kecenderungan yang sama dalam kebutuhan rekreasi.

3. Umur

Berdasarkan hasil kuesioner umur pengunjung mulai dari yang paling muda sampai paling tua adalah berumur 16 sampai 72 tahun. Dengan demikian jika faktor lain tetap, umur pengunjung bertambah tua 1 tahun maka kepuasan pengunjung peluangnya menurun sebesar 0,93 kali semula seperti ditunjukkan oleh *odd rasionya*. Namun faktor dari umur ($P \text{ value} = 0,157 = 15,7\% > 10\%$) hasil secara statistik tidak nyata, faktor umur tidak mempengaruhi terhadap kepuasan pengunjung di PKG.

4. Jarak

Berdasarkan penelitian jarak pengunjung untuk mencapai lokasi PKG dari yang paling dekat sampai yang paling jauh adalah 7 km sampai 1600 km, sehingga perbandingan jarak yang jauh dan dekat mempunyai kepuasan yang berbeda. Semakin mudah suatu objek ekowisata di jangkau oleh para pengunjung maka akan semakin banyak para pengunjung untuk datang. Jika jarak asal pengunjung bertambah jauh 1 km, maka kepuasan pengunjung menurun menjadi 0,99 kali semula, berdasarkan $P \text{ value} = 0,088 > 10\%$ perbedaan ini secara statistik nyata.

5. Lama Kunjungan

Lama kunjungan untuk setiap rombongan dan keluarga bervariasi dari yang paling sedikit 2 jam hingga 8 jam, dikarenakan setiap lama kunjungan menentukan kepuasan berkunjung di PKG. Berdasarkan hasil analisis, jika faktor lain tetap maka setiap penambahan lama kunjungan 1 jam kepuasan pengunjung menurun menjadi 0,46 kali semula seperti ditunjukkan oleh *odds rasionya* dan ($P \text{ value} = 0,026 = 2,6\% < 10\%$) secara statistik sangat nyata.

6. Jumlah Pengunjung

Jumlah pengunjung berdasarkan rombongan non keluarga dan rombongan keluarga, umumnya pengunjung datang bersama rombongan dari pekerjaan, ataupun acara keluarga. Rombongan keluarga pengunjung umumnya berjumlah 2 sampai 12 orang. Sesuai dengan hasil optimasi data parameter, jika faktor lain tetap setiap penambahan 1 orang dalam rombongan maka kepuasannya pengunjung peluangnya menurun 0,78 kali semula seperti ditunjukkan oleh *odd rasionya* dan hasil ($P \text{ value} = 0,216 = 21,6\% > 10\%$) secara statistik menunjukkan perbedaan ini tidak nyata. Jumlah pengunjung yang menurun, karena kegiatan dan fasilitas di PKG perlu penambahan dan perbaikan.

7. Pendidikan

Berdasarkan data penelitian jumlah responden dari tingkat pendidikan yaitu SMP 3 responden, SMA 40 responden, dan Perguruan Tinggi (PT) 55 responden. Kepuasan pengunjung di PKG pada kelompok pendidikan SMP berdasarkan hasil optimasi peluangnya bertambah 1,39 kali semula namun pendidikan SMP ($P \text{ value} = 0,970 = 97\% > 10\%$) sehingga perbedaan ini secara statistik tidak nyata. Pengaruh pendidikan SMA dibandingkan SMP menunjukkan, peluangnya menurun 0,18 kali semula dan untuk

pendidikan SMA (P value = $0,268 = 26,8 \% > 10 \%$), sehingga perbedaan ini secara statistik tidak nyata. Untuk pengaruh pendidikan PT dibandingkan SMA menunjukkan, peluangnya menurun 0,02 kali semula namun pendidikan PT (P value = $0,025 = 2,5 \% < 10 \%$), sehingga perbedaan ini nyata. Hal ini diduga karena responden yang memiliki tingkat pendidikan tinggi akan cenderung lebih memilih ekowisata atau objek wisata ke tempat lain yang lebih baik. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa pendidikan yang beragam, sehingga dalam pengelolaan dan pengembangan lebih lanjut, pengelolaan harus mengakomodasi segmen yang beragam (Premono dan Kunarso, 2008).

8. Motivasi Kunjungan (wisata)

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini seringkali tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri (Pitana dkk., 2006). Parameter dari hasil optimasi menunjukkan, jika faktor lain tetap motivasi kunjungan berwisata bertambah 1 orang dari pada pengunjung penelitian atau dengan melihat *odds rasionya* maka kepuasan pengunjung peluangnya menurun 0,01 kali semula namun (P value = $0,196 = 19,6 \% > 10 \%$) sehingga perbedaan ini secara statistik tidak nyata.

9. Tipe Kelompok (rombongan)

Tipe kelompok dalam penelitian ini adalah rombongan non keluarga dan rombongan keluarga. Semakin banyak jumlah rombongan maka akan semakin ramai sehingga berwisata pun akan semakin menyenangkan. Berdasarkan optimasi data faktor tipe kelompok, jika tipe kelompok asal pengunjung rombongan non keluarga bertambah 1 orang dari pada rombongan keluarga atau dengan melihat *odds rasionya* maka kepuasan pengunjung peluangnya menurun 0,37 kali semula dan untuk rombongan non keluarga namun (P value = $0,484 = 48,8 \% > 10 \%$), sehingga perbedaan ini secara statistik tidak nyata.

10. Aktivitas Kunjungan (melihat atau menunggang gajah)

Kepuasan pengunjung di PKG terhadap aktivitas kunjungan berdasarkan hasil optimasi, jika aktivitas pengunjung melihat bertambah 1 dari aktivitas dokumentasi atau dengan melihat *odds rasionya* maka kepuasan pengunjung peluangnya bertambah 6,12 kali semula dibandingkan aktivitas dokumentasi namun aktivitas melihat (P value = $0,620 = 62,0\% > 10\%$) sehingga perbedaan ini secara statistik tidak nyata. Berdasarkan hasil optimasi data, dengan melihat *odds rasionya* maka kepuasan pengunjung menunggang peluangnya bertambah 6,73 kali semula dibandingkan aktivitas melihat namun aktivitas menunggang (P value $0,629 = 62,9\% < 10\%$), perbedaan ini tidak nyata. Jadi untuk kedua faktor tersebut aktivitas kunjungan melihat memiliki peluang kepuasan lebih besar dari pada aktivitas menunggang dan dokumentasi.

Strategi Peningkatan Kepuasan Pengunjung

a. Faktor jarak

Responden dari faktor jarak tempat tinggal berasal dari dalam Provinsi dan luar Provinsi yaitu semakin jauh jarak tempat tinggal seseorang dengan lokasi ekowisata maka akan menurunkan peluang rata-rata kepuasan pengunjung ke tempat ekowisata tersebut. Oleh karena itu, kepuasan pengunjung terhadap jarak tempat tinggal seseorang ke PKG menurun. Strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi kepuasan pengunjung yang menurun adalah dengan meningkatkan kualitas dari obyek wisata yang ada di PKG, sehingga pengunjung merasa puas setelah perjalanan jauh dari rumah sampai ke obyek wisata tersebut.

b. Faktor pelayanan

Berdasarkan hasil olah data faktor pelayanan berpengaruh nyata strategi yang dapat ditingkatkan untuk pelayanan dimulai dari pihak pengelola di PKG. Salah satu kemungkinan hubungan yang banyak disepakati adalah kepuasan membantu pelanggan dalam merevisi kepuasan terhadap kualitas pelayanan. Menurut pemikiran yang dikemukakan (Fandy dan Gregorius, 2005) yaitu:

1. Bila konsumen tidak memiliki pengalaman sebelumnya dengan suatu perusahaan, maka persepsinya terhadap kualitas jasa perusahaan tersebut akan didasarkan pada ekspektasinya.
2. Interaksi (*service encounter*) berikutnya dengan perusahaan tersebut menyebabkan konsumen memasuki proses diskonfirmasi dan merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa.
3. Setiap interaksi tambahan dengan perusahaan itu akan memperkuat atau sebaliknya malah mengubah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.
4. Persepsi terhadap kualitas jasa yang telah direvisi memodifikasi minat beli konsumen terhadap perusahaan di masa yang akan datang.

Sedangkan menurut (Setiawan, 2013) mengemukakan peningkatan terhadap faktor pelayanan harus dilakukan dengan penerapan pelayanan (*service*) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Strategi untuk meningkatkan pelayanan terhadap PKG dengan penambahan dan peningkatan yaitu pelayanan tiket, pelayanan keamanan, pelayanan dari pawang gajah dan pelayanan pihak pengelola hal ini agar menarik pengunjung yang berkunjung di PKG.

c. Faktor lama kunjungan

Strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan lama kunjungan dari pengunjung yaitu meningkatkan daya tarik obyek wisata dan sarana dan prasarana. Selain itu daya dukung obyek wisata merupakan kemampuan areal (kawasan) obyek wisata yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan secara maksimum tanpa merubah kondisi fisik lingkungan dan tanpa penurunan kualitas yang dirasakan oleh wisatawan selama melakukan aktivitas wisata.

d. Faktor pendidikan

Tingkat pendidikan yang berpengaruh nyata yaitu pengunjung yang berpendidikan terakhir dari perguruan tinggi. Untuk itu perlu diadakan peningkatan dari segi kinerja, peningkatan pengelolaan agar pengunjung yang berpendidikan lebih tinggi akan merasakan kepuasan terhadap PKG. Beberapa faktor diatas yang mempengaruhi kepuasan pengunjung memiliki tingkat kepentingan yang tinggi akan tetapi kinerjanya masih dinilai rendah oleh responden.

KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Kepuasan pengunjung di Pusat Konservasi Gajah Taman Nasional Way Kambas dipengaruhi oleh faktor jarak, pelayanan, lama kunjungan, pendidikan perguruan tinggi, umur, jenis kelamin, asal pengunjung (dalam Provinsi), tipe kelompok (rombongan), motivasi (berwisata), aktivitas kunjungan, dan karakteristik obyek di PKG yaitu kebersihan, fasilitas penunjang dan koleksi kegiatan.
2. Strategi peningkatan kepuasan pengunjung yang perlu dilakukan adalah dengan peningkatan pengelolaan dan penambahan pelayanan, sehingga pengunjung yang datang

dengan jarak lebih jauh akan menikmati kegiatan di PKG lebih lama, selain itu tingkat kepuasan pengunjung yang berpendidikan akan terpenuhi.

Saran

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel tidak dipisahkan antara pengunjung yang pernah berkunjung lebih dari sekali dan pengunjung yang pertama kali mengunjungi di PKG. Oleh karena itu, dalam penelitian selanjutnya disarankan agar memisahkan sampel responden sehingga terlihat jelas perbedaan faktor kepuasan masing-masing responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S. 2002. *Prosedur Penelitian. Buku*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Fandy T & Gregorius C. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler P. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Latief WA. 2011. *Analisis faktor psikologis konsumen dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Jurnal Administrasi Indonesia*. 1(1):70-139 p.
- Putri ML, Zulkarnaini & Tarumun S. 2008. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung taman rekreasi di Propinsi Riau. Jurnal. Program Studi Ilmu Lingkungan. PPS. Universitas Riau* 6(6):1-11.
- Pitana IG, Gayatri & Putu. 2006. *Sosiologi Pariwisata*. Andi. Yogyakarta.
- Pindyct RS & Rubinfeld DL. 1998. *Model of qualitative choice*. Edisi keempat. Boston.
- .Premono BT & Kunarso A. 2008. *Pengaruh perilaku pengunjung terhadap jumlah kunjungan di Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang. Jurnal Penelitian Hutan Dan Konservasi Alam*. 5(5):423-433.
- Setiawan C. 2013. *Analisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengunjung pada wisata bahari Lamongan. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya Malang* 4(4):1-16.

Halaman ini sengaja dikosongkan