

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP OBJEK WISATA SAWAH DI DESA GUNUNG MULIA KABUPATEN PENAJAM PASER UTARA

Nurma Yunita¹, Agustin Nurmanina²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan terhadap objek Wisata Sawah di Desa Gunung Mulia, Kabupaten Penajam Paser Utara. Variabel yang diteliti meliputi: daya tarik (X1), aksesibilitas (X2), lingkungan (X3), harga (X4), dan fasilitas (X5), dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel dependen (Y). Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 97 responden yang dipilih menggunakan metode simple random sampling. Analisis data dilakukan melalui regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan wisatawan ($R^2 = 0,650$). Daya tarik menjadi faktor paling dominan memengaruhi kepuasan ($\beta = 0,236$). Berdasarkan temuan ini, pengelola Wisata Sawah Gunung Mulia disarankan untuk meningkatkan aspek dengan kepuasan rendah, seperti keamanan lingkungan, fasilitas informasi, aksesibilitas, dan harga makanan. Di sisi lain, atraksi buatan yang menjadi daya tarik utama wisatawan sebaiknya dipertahankan dan dikembangkan lebih lanjut.

Kata Kunci: Kepuasan wisatawan, daya tarik, aksesibilitas, lingkungan, harga, fasilitas, wisata sawah

¹ Mahasiswa Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nurmayunita6554@email.com

² Dosen Pembimbing Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Pengembangan pariwisata berbasis alam menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan perekonomian daerah, khususnya di wilayah dengan potensi sumber daya alam yang belum tergarap optimal. Salah satu bentuk wisata alam yang mulai berkembang di Indonesia adalah wisata sawah, yaitu destinasi yang menggabungkan pemandangan persawahan dengan aktivitas rekreasi dan edukasi. Objek Wisata Sawah di Desa Gunung Mulia, Kabupaten Penajam Paser Utara, merupakan contoh nyata dari upaya pemanfaatan lanskap pertanian sebagai daya tarik wisata. Sejak diluncurkan pada tahun 2021 hingga Desember 2024, objek wisata ini telah menarik lebih dari 66.000 pengunjung, dengan 2.465 wisatawan tercatat hanya dalam kurun waktu Juli hingga September 2024.

Meskipun terjadi peningkatan jumlah kunjungan, belum terdapat kajian ilmiah yang secara khusus mengevaluasi kepuasan wisatawan terhadap objek wisata ini. Padahal, kepuasan wisatawan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kualitas dan keberlanjutan suatu destinasi. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti daya tarik, aksesibilitas, lingkungan, harga, dan fasilitas berkontribusi signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Gani, 2020; Fitriya, 2023). Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada wisata bahari atau budaya, sementara kajian terhadap wisata berbasis sawah masih terbatas.

Beberapa studi sebelumnya (misalnya Gani, 2020; Fitriya, 2023) telah membuktikan bahwa faktor-faktor seperti daya tarik, fasilitas, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada wisata bahari atau budaya, dan belum menyentuh objek wisata berbasis sawah secara spesifik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan literatur dengan menganalisis pengaruh daya tarik, aksesibilitas, lingkungan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Sawah Gunung Mulia, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda.

Kerangka Dasar Teori

Objek Wisata Alam dan Wisata Sawah

Objek wisata alam adalah kawasan yang memberikan pengalaman wisata langsung di alam terbuka dengan keindahan dan keunikan lingkungan sekitar. Wisata alam didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela dan sementara, dengan tujuan menikmati fenomena keunikan serta keindahan alam (PP No. 36 tahun 2010). Lokasi-lokasi wisata alam ini bisa berupa kawasan suaka margasatwa, taman nasional, taman hutan raya, dan taman wisata alam.

Menurut Febriaty et al. (2023) objek wisata sawah merupakan destinasi wisata yang menggabungkan keindahan alam persawahan dengan nilai edukasi. Selain menawarkan pemandangan alam yang menenangkan, wisata sawah juga memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk melihat proses pertanian secara

langsung, sehingga dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya sektor pertanian bagi kehidupan manusia.

Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler, dalam Fitriya (2023) kepuasan wisatawan adalah hasil perbandingan antara apa yang diharapkan wisatawan dengan apa yang mereka alami selama berwisata. Jika pengalaman sesuai atau melebihi harapan, wisatawan akan merasa puas. Sebaliknya, jika pengalaman tidak memenuhi ekspektasi, wisatawan akan merasa kecewa. *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver (1980), merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen. Inti dari teori ini terletak pada perbandingan antara harapan awal konsumen dengan realitas yang mereka alami, yang menghasilkan konfirmasi atau ketidaksesuaian (diskonfirmasi). Teori ini kerap diaplikasikan dalam menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan atau produk yang disediakan oleh suatu organisasi. Dalam bidang pariwisata, tingkat kepuasan umumnya dipahami sebagai hasil dari perbandingan antara harapan yang dimiliki sebelum perjalanan dan pengalaman yang diperoleh setelah perjalanan. Wisatawan akan merasa puas apabila mendapatkan pengalaman yang menyenangkan, sedangkan ketidakpuasan akan muncul jika mereka menghadapi pengalaman yang kurang menyenangkan (Reisinger dan Turner, 2003) dalam (Setiawan, 2018).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Viola dan Ginting (2022), terdapat lima aspek utama yang berperan dalam membentuk tingkat kepuasan wisatawan.

1. Daya Tarik

Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang dapat dinikmati oleh wisatawan, baik itu kekayaan alam, warisan budaya, maupun hasil karya manusia. Daya tarik wisata dibagi menjadi 3 yaitu alam, kultur, rekreasi/aktivitas (Viola & Ginting, 2022).

2. Aksesibilitas

Menurut Susantono (2004; Muslim, 2022), aksesibilitas adalah tingkat kemudahan atau potensi seseorang dalam mencapai tujuannya melalui perjalanan. Artinya aksesibilitas mengukur seberapa mudah atau sulit seseorang mencapai tujuannya dalam sebuah perjalanan. Aksesibilitas mencakup tanda jalan, akses ke atraksi wisata, waktu tempuh untuk mencapai tempat tujuan, biaya perjalanan, dan transportasi ke tempat tujuan (Dewi Ratna Sari, 2022).

3. Lingkungan

Lingkungan dapat diartikan sebagai keadaan di sekitar area wisata, yang meliputi kondisi iklim dan kondisi lingkungan seperti kondisi udara, kebersihan, kondisi iklim, suara, keselamatan dan keamanan pribadi (Suanmali, 2014; Viola & Ginting, 2022). WTO mengemukakan bahwa yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam aspek lingkungan adalah kebersihan, keamanan, serta kualitas air yang baik. Viola dan Ginting menambahkan bahwa kondisi udara merupakan elemen penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan (Viola & Ginting, 2022).

4. Harga

Menurut Shinta Agustina (2011; Sodikin et al., 2023), harga adalah nilai yang diukur dalam bentuk rupiah untuk pertukaran atau transaksi, yakni jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh barang dan jasa. Menurut (Viola & Ginting, 2022) harga dapat diukur dari beberapa sub-elemen penting. Pertama, kesesuaian harga dengan kualitas objek wisata, yaitu biaya masuk yang dianggap sesuai dengan kualitas fasilitas dan pengalaman yang ditawarkan oleh destinasi. Kedua, harga makanan, yang harus sebanding dengan kualitas makanan yang disediakan. Ketiga, harga minuman, di mana harga yang ditawarkan juga harus mencerminkan kualitas minuman. Selain itu, keragaman aktivitas juga menjadi elemen yang berkaitan dengan harga, karena wisatawan menilai biaya yang dikeluarkan berdasarkan variasi dan kualitas aktivitas yang tersedia di objek wisata.

5. Fasilitas

Menurut Marpaung dalam Fanggidae & R. Bere (2020), fasilitas wisata adalah sarana yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan rekreasi pengunjung. Fasilitas yang disediakan di lokasi wisata dapat dikategorikan menjadi dua kelompok utama. Pertama, fasilitas makan dan minum yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi pengunjung. Kedua, fasilitas umum seperti toilet, tempat parkir, pos keamanan, pusat informasi, serta tempat ibadah (Fanggidae & R. Bere, 2020).

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Lokasi penelitian berada di Desa Gunung Mulia, Kecamatan Babulu, Kabupaten Penajam Paser Utara, Kalimantan Timur. Populasi penelitian mencakup seluruh wisatawan yang mengunjungi destinasi tersebut selama bulan Juli hingga September 2024, dengan total sebanyak 2.465 orang. Penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh 97 responden sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*, untuk

memberikan peluang yang setara kepada seluruh anggota populasi untuk terpilih sebagai responden.

Data dikumpulkan melalui empat teknik utama, yaitu: kuesioner, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data primer, dengan skala Likert 5 poin untuk menilai persepsi wisatawan terhadap variabel-variabel penelitian. Sebelum digunakan, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Data yang telah dikumpulkan dianalisis melalui dua tahap. Pertama, analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan karakteristik responden serta nilai rata-rata dan standar deviasi masing-masing indikator variabel. Kedua, analisis inferensial dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan regresi linear berganda. Uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan distribusi data normal.

Selanjutnya, uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap kepuasan wisatawan, sementara uji F digunakan guna mengukur pengaruh variabel-variabel tersebut secara simultan. Nilai koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Adapun koefisien beta digunakan untuk menentukan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan.

Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 97 responden yang merupakan wisatawan yang mengunjungi Objek Wisata Sawah Gunung Mulia. Karakteristik demografis responden menunjukkan bahwa mayoritas adalah perempuan (55,67%), berada dalam rentang usia 20–30 tahun (48,45%), serta memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA (53,61%). Menariknya, sebagian besar responden (88,66%) telah berkunjung ke objek wisata ini dua kali atau lebih.

Hasil analisis deskriptif terhadap indikator variabel menunjukkan bahwa secara umum, wisatawan merasa cukup puas terhadap komponen-komponen layanan wisata. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator daya tarik berupa atraksi buatan (X1.3) sebesar 4,7, yang menunjukkan kekuatan visual dan rekreasional objek wisata. Sebaliknya, indikator keamanan lingkungan (X3.3) memperoleh rata-rata terendah sebesar 3,3, yang mengindikasikan bahwa aspek keamanan masih perlu mendapatkan perhatian khusus dari pihak pengelola.

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,133. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Oleh karena itu, data memenuhi syarat untuk dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Untuk uji parsial, digunakan teknik uji t dengan dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai p (p-value) lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak. Hal ini juga

dapat dinyatakan bahwa jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka H_a diterima. Nilai t_{tabel} ditentukan berdasarkan uji dua sisi pada tingkat signifikansi 0,025 (karena 0,05 dibagi 2) dengan derajat kebebasan (df) sebesar $n - k - 1$, yaitu $97 - 5 - 1 = 91$. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh t_{tabel} sebesar 1,986. Hasil uji t secara rinci disajikan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients					
Model	Unstandardized coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	-1,106	,763		-1,449	,151
Daya Tarik	,198	,086	,236	2,292	,024
Aksesibilitas	,104	,052	,177	2,014	,047
Lingkungan	,127	,054	,199	2,366	,020
Harga	,097	,046	,171	2,118	,037
Fasilitas	,108	,048	,206	2,274	,025

A. Dependent variabel: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang disajikan pada tabel di atas, dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut:

- Daya Tarik (X_1): Nilai t_{hitung} (2,292) lebih besar dari t_{tabel} (1,986), dan nilai signifikansi (0,024) lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa daya tarik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
- Aksesibilitas (X_2): Nilai t_{hitung} (2,014) lebih besar dari t_{tabel} (1,986), dan nilai signifikansi (0,047) lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa aksesibilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
- Lingkungan (X_3): Nilai t_{hitung} (2,366) lebih besar dari t_{tabel} (1,986), dan nilai signifikansi (0,020) lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa lingkungan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
- Harga (X_4): Nilai t_{hitung} (2,118) lebih besar dari t_{tabel} (1,986), dan nilai signifikansi (0,037) lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
- Fasilitas (X_5): Nilai t_{hitung} (2,274) lebih besar dari t_{tabel} (1,986), dan nilai signifikansi (0,025) lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Pengujian secara simultan dilakukan melalui uji F. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak. Artinya, seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh

terhadap variabel dependen. Nilai F_{tabel} ditentukan berdasarkan derajat kebebasan pembilang (df1) yaitu jumlah variabel dikurangi satu ($5-1 = 4$) dan derajat kebebasan penyebut (df2) yaitu jumlah sampel dikurangi jumlah variabel ($97-5 = 92$), sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 2,47.

Tabel 2. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	52,588	5	10,518	33,82	,000 ^b
	Residual	28,298	91	,311	2	
	Total	80,887	96			
a. Dependent Variable: kepuasan wisatawan						
b. Predictors: (Constant), fasilitas, aksesibilitas, harga, lingkungan, daya tarik						

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan tabel 2, diperoleh nilai signifikan $0.000 < 0.05$ dan nilai $F_{\text{hitung}} 33.822 > F_{\text{tabel}} 2.47$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak atau dengan kata lain variabel daya tarik (X1), aksesibilitas (X2), lingkungan (X3), harga (X4), dan fasilitas (X5) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y).

Tabel 3. Model summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,806 ^a	,650	,631	,55765
a. Predictors: (Constant), fasilitas, aksesibilitas, harga, lingkungan, daya tarik				

Sumber: Pengolahan Data, 2025

R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,650. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diteliti berperan besar dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan, nilai R^2 sebesar 0,650. Artinya, 65% variasi dalam kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh daya tarik, aksesibilitas, lingkungan, harga, dan fasilitas, meskipun masih terdapat 35% faktor lain di luar penelitian yang turut berkontribusi.

Pembahasan

1. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil uji statistik t, diperoleh variabel daya tarik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil uji menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,292 > t_{\text{tabel}} 1,986$ dan nilai signifikansi $0,024 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti daya tarik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan

penelitian Acmad Gani (2020) dan Fitriya (2023), yang menyatakan daya tarik wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Daya tarik yang dimaksud meliputi keindahan alam, unsur budaya, dan aktivitas wisata yang menarik. Wisatawan tertarik untuk berkunjung karena pesona hamparan sawah hijau, banyak bangunan yang mencirikan budaya lokal, serta keberagaman aktivitas buatan seperti jembatan kayu diatas sawah dan spot foto.

Dari hasil analisis daya tarik memiliki penaruh paling dominan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,236. Nilai rata-rata masing-masing indikator daya tarik adalah sebagai berikut: indikator alam (X1.1) memiliki rata-rata 4,2, indikator budaya (X1.2) sebesar 4,0, dan indikator aktivitas/atraksi buatan (X1.3) sebesar 4,7. Indikator "aktivitas/atraksi buatan manusia" memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,7. Keberadaan atraksi seperti jembatan kayu di atas sawah, gazebo A-Frame, kolam pemancingan, taman bermain dan spot foto menjadi aspek paling berpengaruh dalam menciptakan kepuasan wisatawan. Pengalaman yang ditawarkan melalui atraksi-atraksi tersebut memberikan nilai tambah yang tidak hanya memperkaya pengalaman visual, tetapi juga menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pengunjung. Keindahan alam sekitar yang dipadukan dengan sentuhan atraksi buatan membuat objek wisata menjadi lebih menarik.

2. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil uji statistik t, diperoleh variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil uji menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,014 > t_{tabel}$ 1,986 dan nilai signifikansi $0,047 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Dewi Ratna Sari (2022) dan Muslim (2022), yang menyatakan aksesibilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Kemudahan akses menuju lokasi wisata, ketersediaan peta online dan papan petunjuk yang jelas, serta infrastruktur jalan yang memadai menjadi faktor penting dalam meningkatkan kenyamanan pengunjung. Nilai rata-rata indikator: tanda jalan (X2.1) = 3,9, akses ke atraksi (X2.2) = 4,0, waktu tempuh (X2.3) = 4,5, dan biaya perjalanan (X2.4) = 4,5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua indikator, yaitu "waktu tempuh untuk mencapai tempat tujuan" dan "biaya perjalanan", memiliki nilai rata-rata tertinggi yang sama sebesar 4,5. Wisatawan merasa puas dengan jarak tempuh sekitar 1,5 jam dari pusat Kabupaten Penajam Paser Utara melalui infrastruktur jalan yang memadai dan nyaman dilalui kendaraan roda dua maupun roda empat.

Selain itu, biaya perjalanan yang relatif terjangkau menambah kenyamanan wisatawan, karena mereka dapat menikmati pengalaman wisata yang memuaskan tanpa beban biaya yang tinggi. Ketersediaan papan petunjuk yang jelas dan peta digital juga mempermudah wisatawan dalam mencapai lokasi wisata. Namun, beberapa pengunjung mencatat perlunya peningkatan dalam

jumlah dan kejelasan papan petunjuk untuk meminimalisir kebingungan, terutama bagi wisatawan yang baru pertama kali berkunjung.

3. Pengaruh Lingkungan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil uji statistik t , diperoleh variabel lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil uji menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,366 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan Viola & Ginting (2022), yang menyoroti peran lingkungan sebagai kunci dalam menciptakan kepuasan wisatawan. Faktor lingkungan meliputi kualitas udara, kebersihan, keamanan, dan kualitas air.

Berdasarkan hasil penelitian, indikator "kondisi udara" memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,6. Wisatawan merasa puas dengan udara yang sejuk dan segar di sekitar area persawahan yang memberikan kenyamanan selama kunjungan. Suasana alam yang asri dan bebas dari polusi menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan relaksasi bagi pengunjung.

Kebersihan lingkungan juga menjadi salah satu aspek penting dalam menentukan kepuasan wisatawan. Skor rata-rata 4,4 pada indikator kebersihan menunjukkan bahwa wisatawan merasa cukup puas dengan kondisi lingkungan yang terjaga. Keberadaan tempat sampah di setiap titik strategis serta pengelolaan sampah yang teratur memberikan dampak positif terhadap persepsi wisatawan rata-rata terhadap kualitas lingkungan. Keamanan dengan nilai rata-rata 3,3 dinilai cukup namun memerlukan peningkatan. Adanya penambahan jumlah petugas keamanan dan fasilitas pendukung seperti CCTV dan pos keamanan di area strategis penting untuk menciptakan rasa aman selama berkunjung. Sementara itu, kualitas air di area wisata mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,0. Sebagian besar wisatawan menilai bahwa air yang ada di wisata ini cukup jernih, tidak berbau, dan aman digunakan.

4. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil uji statistik t , diperoleh variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil uji menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,118 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi $0,037 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Temuan ini sejalan dengan konsep nilai yang dirasakan oleh konsumen, sebagaimana diungkapkan oleh Zeithmal (2012; Juansya et al., 2022), yang menyatakan bahwa harga yang terjangkau akan meningkatkan nilai suatu layanan atau produk bagi wisatawan. Semakin murah harga, semakin besar kepuasan yang dirasakan wisatawan saat mengkonsumsi

jasa tersebut. Penelitian Juansya et al. (2022) juga menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Dari hasil penelitian, nilai rata-rata masing-masing indikator harga adalah: harga tiket masuk (X4.1) = 4,6, harga makanan (X4.2) = 4,0, harga minuman (X4.3) = 4,1. Indikator "harga masuk objek wisata" memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,6. Wisatawan merasa puas dengan harga tiket sebesar Rp 5.000 yang dinilai sebanding dengan pengalaman yang diperoleh. Harga yang sesuai dengan ekspektasi pengunjung menciptakan rasa puas dan keinginan untuk merekomendasikan tempat ini kepada orang lain. Selain itu, wisatawan juga mempertimbangkan harga makanan dan minuman yang disediakan di sekitar area wisata. Pengelolaan harga yang baik akan memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan dan minat kunjungan ulang wisatawan.

5. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil uji statistik t, diperoleh variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil uji menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,274 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi $0,025 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alana & Putro (2020) dan Sudarwan et al. (2021), yang menyatakan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Fasilitas seperti tempat makan, toilet, area parkir, dan layanan informasi yang memadai meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Ketersediaan fasilitas yang bersih dan mudah diakses menjadi faktor pendukung utama dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif. Nilai rata-rata masing-masing indikator adalah: tempat makan dan minum (X5.1) = 4,4, toilet (X5.2) = 4,1, tempat parkir (X5.3) = 4,1, layanan informasi (X5.4) = 3,6. Indikator "tempat makan dan minum" memiliki nilai mean tertinggi sebesar 4,4. Keberadaan fasilitas kuliner yang nyaman sangat berpengaruh dalam mendukung kenyamanan pengunjung, terutama bagi mereka yang berkunjung dalam waktu yang lama atau bersama keluarga.

Fasilitas lain seperti toilet, tempat parkir, dan layanan informasi juga turut mempengaruhi kenyamanan wisatawan. Hasil observasi menunjukkan bahwa kelengkapan fasilitas dasar seperti tempat ibadah dan pos keamanan belum tersedia di lokasi.

6. Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, Lingkungan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel daya tarik, aksesibilitas, lingkungan, harga, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai F_{hitung} sebesar $33,822 > F_{tabel} 2,47$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,650 menunjukkan bahwa 65% variasi kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh kelima variabel

tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Viola & Ginting (2022) yang menyatakan bahwa daya tarik, aksesibilitas, lingkungan, harga, dan fasilitas merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Hal ini menunjukkan bahwa kelima variabel tersebut secara bersama-sama berkontribusi terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Sawah Gunung Mulia. Indikator kepuasan: $Y1 = 4,3$ dan $Y2 = 4,1$. Ini menunjukkan bahwa secara umum wisatawan merasa puas, terutama karena pengalaman yang sesuai dengan harapan.

Hasil ini menyatakan bahwa kepuasan wisatawan bukan hanya dipengaruhi oleh satu faktor tertentu, tetapi oleh kombinasi berbagai aspek yang saling mendukung dalam menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan. Daya tarik wisata yang unik dan menarik, aksesibilitas yang memadai, lingkungan yang bersih dan nyaman, harga yang terjangkau, serta fasilitas yang mendukung kenyamanan wisatawan, semuanya berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

Nilai-nilai tertinggi yang tercatat seperti atraksi buatan ($X1.3 = 4,7$), udara bersih ($X3.1 = 4,6$), harga tiket masuk ($X4.1 = 4,6$), serta waktu dan biaya perjalanan yang efisien ($X2.3$ dan $X2.4 = 4,5$) menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan terbentuk dari kombinasi pengalaman menyenangkan, harga yang sesuai, dan kenyamanan akses. Nilai-nilai tinggi tersebut menunjukkan bahwa kekuatan destinasi ini terletak pada kemudahan diakses, daya tarik visual dan rekreasional, serta keunggulan harga. Namun, hal ini masih bisa ditingkatkan jika elemen-elemen pendukung seperti fasilitas ibadah dan pos keamanan dilengkapi. Kombinasi faktor-faktor tersebut memberikan gambaran bahwa untuk mencapai tingkat kepuasan yang optimal, pengelola destinasi wisata perlu memperhatikan secara menyeluruh berbagai aspek yang berkontribusi terhadap pengalaman wisatawan.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel, yaitu daya tarik, aksesibilitas, lingkungan, harga, dan fasilitas, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Sawah Gunung Mulia. Daya tarik merupakan faktor yang paling dominan, terutama pada aspek atraksi buatan seperti jembatan kayu dan spot foto. Aksesibilitas, lingkungan, harga, dan fasilitas juga memiliki peran penting, dengan catatan bahwa aspek keamanan dan kelengkapan fasilitas masih perlu ditingkatkan. Secara simultan, kelima variabel mampu menjelaskan 65% variasi kepuasan wisatawan dan masih terdapat sebanyak 35% pengaruh lainnya yang berasal dari faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Saran

1. Bagi pengelola wisata disarankan untuk untuk memprioritaskan peningkatan pada aspek yang memiliki nilai kepuasan relatif rendah. Pertama, aspek

keamanan lingkungan dapat ditingkatkan melalui penyediaan pos keamanan petugas keamanan dan pemasangan rambu peringatan. Kedua, fasilitas informasi perlu ditambah atau diperbaiki, seperti papan informasi. Ketiga, perbaikan akses jalan dan tanda petunjuk menuju lokasi penting untuk memudahkan wisatawan. Keempat, pengelola juga perlu meninjau kembali harga makanan, memastikan kesesuaian antara harga dan kualitas yang ditawarkan. Selain itu, nilai rata-rata tertinggi berada pada aspek daya tarik wisata (khususnya atraksi buatan seperti jembatan dan spot foto). Oleh karena itu, pengelola Wisata Sawah Gunung Mulia disarankan untuk mempertahankan dan mengembangkan atraksi-atraksi buatan yang menjadi favorit wisatawan.

2. Bagi pemerintah daerah maka disarankan untuk lebih mendukung pengembangan pariwisata dengan menyediakan aksesibilitas misalnya perbaikan akses jalan agar lebih baik.
3. Bagi wisatawan, diharapkan ikut berpartisipasi untuk menjaga kebersihan dan mengikuti aturan yang berlaku guna mendukung kenyamanan bersama.
4. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor lain yang memengaruhi kepuasan wisatawan, seperti kualitas layanan atau peran media digital dalam promosi wisata.

Daftar Pustaka

- Acmad Gani, M. A. (2020). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata Bahari di Kota Makassar. *Journal of Management Science (JMS)*, 1(2). <https://doi.org/10.52103/jms.v1i2.293>
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ...*, 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Dewi Ratna Sari. (2022). Pengaruh Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Margasatwa Semarang. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(2). <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v18i2.217>
- Fanggidae, R. P. C., & R. Bere, M. L. (2020). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(1), 53–66. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i1.6833>
- Febriaty, H., Anggraini Putri, L., Pratami Putri, L., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Analisis Potensi Objek Wisata Kampung Sawah Terhadap Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus Desa Pematang Johar). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 23(2), 415–426. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Fitriya. (2023). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Kabupaten Kerinci. In *Jbee* (Vol. 5, Issue 2). [Http://Jurnal.Shantibhuana.Ac.Id/Jurnal/Index.Php/Bee](http://Jurnal.Shantibhuana.Ac.Id/Jurnal/Index.Php/Bee)

- Heri Setiawan. (2018). Keterkaitan Antara Citra Destinasi, Persepsi Nilai Pengalaman Dan Kepuasan Wisatawan Kuliner. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume 8, No. 3, 523 - 540.
- Juansya, J., Rahayu, S., & Tobari, T. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Air Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Pali). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(4), 196–207. <https://doi.org/10.47747/jbme.v3i4.843>
- Mohamad Bagus Chanif Muslim. (2022). Pengaruh Atraksi, Aktivitas, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Nusa Bali. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.56910/jvm.v8i1.200>
- Sudarwan, W. E., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 284–294. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.29>
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592–605. <https://www.dinastirev.org/JIMT/article/view/1094%0Ahttps://www.dinastirev.org/JIMT/article/download/1094/658>
- Viola, & Ginting, N. (2022). Analisa Teori Kepuasan Wisatawan terhadap Objek Wisata. *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)*, 5(1), 643–648. <https://doi.org/10.32734/ee.v5i1.1529>
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11
- Pemerintah Republik Indonesia. (2010). Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya, dan Taman Wisata Alam. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 44