

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA ALAM SIDOMBA KABUPATEN KUNINGAN

Wahyu Nugraha^{1*}, Ilham Adhya², Nina Herlina²

Program Studi Kehutanan, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, Universitas Kuningan,
Indonesia

Program Studi Lingkungan, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, Universitas Kuningan,
Indonesia

*e-mail: 20210710079@uniku.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the level of visitor satisfaction at the Sidomba Nature Tourism Object in Kuningan Regency, which is recognized as a community-based destination that integrates the concept of sustainable tourism. The research was motivated by a significant decline in visitor numbers over the past five years, highlighting the need to evaluate tourist satisfaction. The study employed a quantitative descriptive survey method with a purposive sampling technique involving 96 respondents. Data were collected through observation, questionnaires, and literature review, focusing on five main indicators: the quality of the tourist attraction, service quality, emotional factors, price, and cost. The findings revealed that overall visitor satisfaction was at a moderate level (55%), with the highest score achieved by the indicator of tourist attraction quality (61%), followed by service quality (56%), emotional factors (53%), cost (52%), and price (51%). These results indicate that while visitors are generally satisfied with the natural beauty and facilities of Sidomba, improvements are still needed in service quality, emotional experience, and the balance between price and perceived value. Recommendations include enhancing facilities, providing staff training, expanding promotional reach beyond the local area, and creating more engaging and memorable tourist experiences. This study is expected to serve as an evaluative reference for tourism managers and local government to strengthen the competitiveness and sustainability of Sidomba as a natural tourism destination.

Keywords: Visitor Satisfaction, Service Quality, Sidomba Nature Tourism, Kuningan.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap Objek Wisata Alam Sidomba di Kabupaten Kuningan, yang dikenal sebagai destinasi berbasis masyarakat dengan konsep pariwisata berkelanjutan. Penelitian dilatarbelakangi oleh penurunan jumlah pengunjung selama lima tahun terakhir, sehingga diperlukan kajian mengenai kepuasan wisatawan. Metode yang digunakan ialah survei deskriptif kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 96 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan studi literatur, dengan lima indikator utama yaitu kualitas objek wisata, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan biaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan berada pada kategori sedang (55%), dengan indikator kualitas objek wisata memperoleh nilai tertinggi (61%), diikuti oleh kualitas pelayanan (56%), faktor emosional (53%), biaya (52%), dan harga (51%). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pengunjung cukup puas terhadap daya tarik alam dan fasilitas Sidomba, masih diperlukan peningkatan pada aspek pelayanan, emosional, serta penyesuaian harga dan biaya agar lebih sepadan dengan nilai yang dirasakan. Rekomendasi mencakup pengembangan fasilitas, pelatihan petugas, promosi lintas daerah, serta inovasi pengalaman wisata yang lebih menarik dan berkesan. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi pengelola dan pemerintah daerah untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata berkelanjutan.

Kata Kunci: Kepuasan Pengunjung, Kualitas Pelayanan, Objek Wisata Alam Sidomba, Kuningan.

PENDAHULUAN

Objek Wisata Alam Sidomba yang berlokasi di Kabupaten Kuningan merupakan salah satu destinasi unggulan yang mengintegrasikan konsep pariwisata berkelanjutan

dengan pengelolaan sumber daya alam berbasis masyarakat, di mana masyarakat lokal menjadi aktor utama dalam pengelolaan dan operasional destinasi wisata (Putra & Suryawan, 2023). Keterlibatan aktif warga sekitar di Sidomba menunjukkan bagaimana pariwisata dapat berkembang secara harmonis dengan konservasi lingkungan sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat (Rahmawati et al., 2022). Dalam praktiknya, masyarakat berperan langsung dalam berbagai aspek pengelolaan serta penyediaan layanan wisata seperti pemandu lokal, warung makan, hingga penyewaan perlengkapan rekreasi (Sari & Nugraha, 2024). Bentuk partisipasi ini bukan hanya memberikan peluang kerja dan tambahan pendapatan, tetapi juga menumbuhkan rasa memiliki serta tanggung jawab kolektif terhadap kelestarian alam sekitar (Wibowo, 2023). Selain itu, Objek Wisata Alam Sidomba memiliki keunggulan geografis yang strategis karena terletak pada jalur penghubung antar kabupaten dan dekat dengan lintas provinsi, menjadikannya mudah diakses oleh wisatawan dari berbagai daerah (Astuti, 2023). Objek wisata Alam Sidomba perlu pengelolaan yang efektif dan efisien, sehingga diharapkan dengan pengelolaan yang baik dapat dicapai keseimbangan antara keseimbangan ekologi, ekosistem dan sosial. Objek wisata alam Sidomba yang terletak di Kabupaten Kuningan merupakan salah satu destinasi populer yang menawarkan keindahan alam serta berbagai fasilitas rekreasi bagi pengunjung. Panorama pegunungan yang asri, serta taman-taman yang tertata rapi, Sidomba menarik perhatian pengunjung. Tingginya minat masyarakat terhadap objek wisata ini mendorong perlunya dilakukan analisis terhadap tingkat kepuasan pengunjung (Munawaroh, 2017).

Permasalahan yang timbul di Objek Wisata Alam Sidomba Kabupaten Kuningan yaitu berkaitan dengan kepuasan pengunjung yang ditandai dengan penurunan jumlah pengunjung dalam 5 tahun terakhir. Berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Alam Sidomba Kabupaten Kuningan pada tahun 2020 hingga 2024, terlihat adanya tren penurunan yang signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020 tercatat sebanyak 7.408 pengunjung, namun jumlah ini terus menurun menjadi 6.834 pada 2021, 5.058 pada 2022 sebanyak 4.718 pada 2023, dan hanya tersisa 2.601 pada tahun 2024. Penurunan ini mengindikasikan adanya persoalan yang perlu dikaji lebih lanjut, salah satunya adalah terkait kepuasan pengunjung. Kepuasan wisatawan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan untuk kembali berkunjung atau merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Sejalan dengan pendapat Tjiptono (2019) yang mengemukakan bahwa bila harapan tidak terpenuhi, maka akan terjadi ketidakpuasan yang berdampak pada citra dan kunjungan ke destinasi tersebut. Selain itu, kualitas layanan, kebersihan, kenyamanan, fasilitas, dan keamanan menjadi aspek penting dalam membentuk kepuasan pengunjung. Jika aspek-aspek tersebut tidak ditingkatkan, maka destinasi wisata akan kehilangan daya tariknya. Oleh karena itu, penting bagi pengelola Objek Wisata Alam Sidomba untuk melakukan evaluasi menyeluruh, meningkatkan kualitas layanan, serta memperhatikan kebutuhan dan keinginan pengunjung agar angka kunjungan tidak terus mengalami penurunan di masa mendatang.

Menurut Kotler (2020) kepuasan merupakan elemen penting dalam kelangsungan suatu kawasan wisata. Apabila pengunjung merasa tidak puas terhadap suatu kawasan wisata, maka kawasan wisata tersebut dapat dipastikan akan mengalami penurunan jumlah pengunjung. Kepuasan pengunjung ini mencakup kualitas produk atau jasa (objek wisata), kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola objek wisata Alam Sidomba, faktor emosional, harga (nilai jual dari objek wisata), dan biaya.

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2020 kemungkinan besar disebabkan oleh pembatasan perjalanan dan kekhawatiran terkait kesehatan selama pandemi Covid-19. Namun, peningkatan jumlah kunjungan pada tahun-tahun berikutnya menunjukkan adanya upaya pemulihan dan peningkatan daya tarik destinasi wisata di Kabupaten Kuningan. Kepuasan pengunjung merupakan faktor penting dalam menarik kembali wisatawan. Upaya perbaikan infrastruktur, peningkatan kualitas layanan, dan promosi yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Selain itu, pengelolaan yang melibatkan masyarakat dapat meningkatkan efektivitas konservasi sumber daya alam. Masyarakat yang memiliki pengetahuan lokal tentang ekosistem dan budaya setempat dapat memberikan kontribusi berharga dalam merumuskan strategi konservasi yang lebih tepat dan berkelanjutan. Penggunaan pendekatan ini juga dapat meminimalisir konflik antara upaya konservasi dan kebutuhan ekonomi masyarakat, karena mereka dapat melihat secara langsung manfaat dari pengelolaan yang berkelanjutan (Parasuraman, 2018). Diperkuat dengan penelitian Ahmad & Susilo (2022) yang menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas dengan pemandangan dan aksesibilitas tempat, tetapi ada kebutuhan untuk peningkatan fasilitas dan informasi yang lebih jelas bagi pengunjung. Hal serupa juga sejalan dengan penelitian Amalia & Putri (2021) di mana pengunjung menilai bahwa kebersihan, keamanan, dan pelayanan yang ramah dapat meningkatkan pengalaman wisata mereka. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Arifin & Lestari (2021) menunjukkan bahwa pengunjung puas dengan kualitas pelayanan dan kebersihan tempat, namun ada rekomendasi untuk peningkatan variasi kegiatan wisata agar pengalaman pengunjung lebih berkesan. Berdasarkan uraian dan kutipan di atas, perlu dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan tingkat kepuasan pengunjung objek wisata Alam Sidomba.

METODE PENELITIAN

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, sedangkan jenis penelitiannya adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode verifikatif ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2025 sampai dengan bulan Juli tahun 2025.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung objek wisata Alam Sidomba pada saat penyebaran kuesioner (angket) Menurut Arikunto (2020), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel yang akan diberikan angket diambil dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2019) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin :

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

$$n = \frac{2601}{1 + (2601 \times (0,01)^2)} = \frac{2601}{1 + (2601 \times 0,01)} = \frac{2601}{1 + 26,01} = 96,29$$

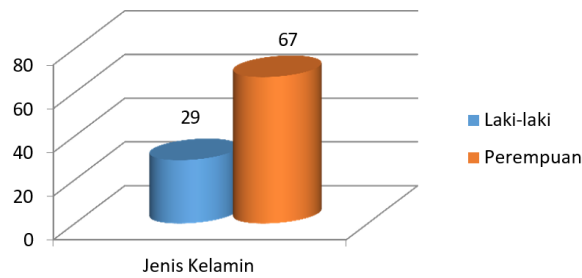
Keterangan:

- n : banyak sampel minimum
- N : banyak sampel pada populasi
- e : batas toleransi kesalahan (*error*) sebesar 10%

Berdasarkan perhitungan di atas, sampel yang akan diteliti sebanyak 96 responden dari pengunjung objek wisata Alam Sidomba pada saat penyebaran angket (kuesioner) dan bersedia mengisinya. Data primer diperoleh melalui observasi langsung lapangan dengan responden. Data primer terdiri atas : (1) karakteristik responden yaitu pengunjung objek wisata Alam Sidomba serta (2) persepsi responden (pengunjung). Data sekunder berupa data yang diperoleh dari laporan-laporan yang berkaitan dengan objek wisata Alam Sidomba. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, kuisisioner dan studi literatur. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti. Adapun objek yang diteliti adalah objek wisata Alam Sidomba. Kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang dijawab responden, disusun secara sistematis sehingga dapat berfungsi dalam penelitian. Studi literatur teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder yang dibutuhkan untuk penelitian. Untuk mengetahui tingkat kepuasan dihitung dengan menggunakan teknik prosentase. Dengan pengolahan data sebagaimana yang dimaksud, diharapkan mampu menghasilkan penelitian yang berkualitas yang ditandai dengan pencapaian tujuan penelitian.

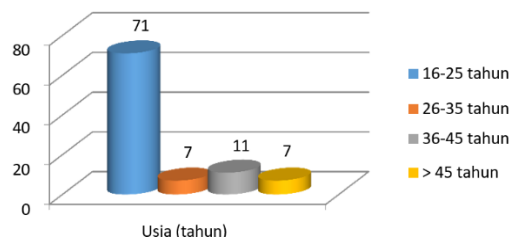
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik pengunjung Objek Wisata Alam Sidomba berdasarkan jenis kelamin yang dijadikan responden dalam penelitian ini dari 96 orang dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



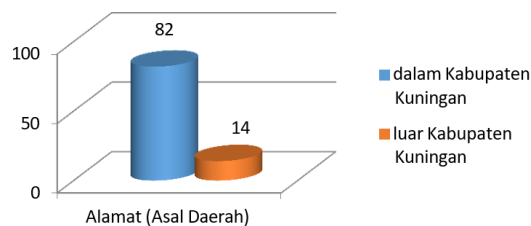
Gambar 1. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik pengunjung Objek Wisata Alam Sidomba Kabupaten Kuningan berdasarkan usia yang dijadikan responden dalam penelitian ini dari 96 orang dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



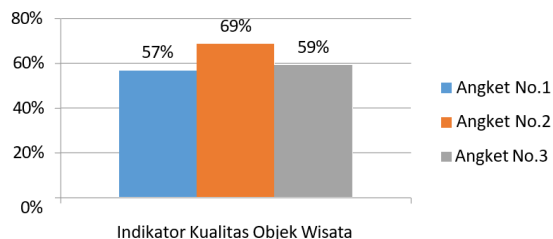
Gambar 2. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 96 orang karakteristik pengunjung berdasarkan asal daerah dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Alamat (Asal Daerah)

Indikator kualitas objek wisata mencakup pernyataan angket nomor 1 sampai dengan nomor 3, hasil persentase dari respon pengunjung terhadap indikator kualitas objek wisata dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

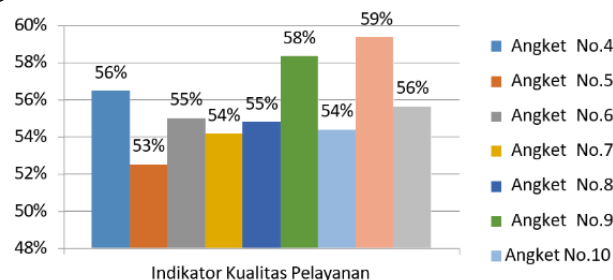


Gambar 4. Respon Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Indikator Kualitas Objek Wisata

Berdasarkan gambar 4 yang menampilkan persentase respon pengunjung terhadap indikator kualitas objek wisata, terlihat bahwa terdapat tiga pernyataan angket yang digunakan untuk mengukur kepuasan mereka. Angket nomor 1 menunjukkan tingkat persentase paling rendah yaitu sebesar 57%, diikuti oleh angket nomor 3 dengan

persentase sebesar 59%, sedangkan angket nomor 2 memperoleh persentase tertinggi yaitu sebesar 69%. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan pada angket nomor 2 paling disetujui oleh responden. Sementara itu, rendahnya persentase pada angket nomor 1 mengindikasikan bahwa pernyataan tentang "Pemandangan di Objek Wisata Alam Sidomba menyenangkan untuk dilihat" tidak sepenuhnya dirasakan oleh seluruh pengunjung.

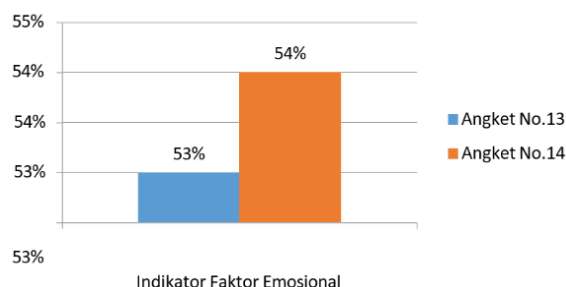
Indikator kualitas pelayanan mencakup pernyataan angket nomor 4 sampai dengan nomor 12, hasil persentase dari respon pengunjung terhadap indikator kualitas pelayanan dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 5. Respon Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Indikator Kualitas Pelayanan

Berdasarkan gambar 5 yang menampilkan tanggapan pengunjung terhadap indikator kualitas pelayanan di Objek Wisata Alam Sidomba, dapat terlihat bahwa tingkat kepuasan bervariasi pada setiap pernyataan angket dari nomor 4 hingga nomor 12. Persentase tertinggi diperoleh pada angket nomor 11, yaitu sebesar 59%, yang menunjukkan bahwa aspek pelayanan tersebut mendapat respons yang relatif baik dari pengunjung. Sebaliknya, persentase terendah terlihat pada angket nomor 5, yaitu hanya sebesar 53%. Pernyataan pada angket ini berbunyi "Fasilitas dan sarana di Objek Wisata Alam Sidomba sudah cukup lengkap". Rendahnya nilai tersebut menunjukkan bahwa sebagian pengunjung belum merasa puas dengan kelengkapan fasilitas yang tersedia di lokasi wisata tersebut.

Indikator faktor emosional mencakup pernyataan angket nomor 13 dan nomor 14, hasil persentase dari respon pengunjung terhadap indikator emosional dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

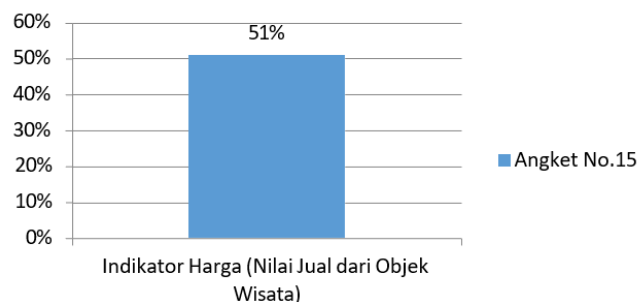


Gambar 6. Respon Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Indikator Faktor Emosional

Gambar 6 di atas menyajikan hasil tanggapan pengunjung terhadap indikator emosional yang mencakup dua pernyataan, yaitu angket nomor 13 dan nomor 14. Dari gambar terlihat bahwa angket nomor 14 memperoleh persentase yang lebih tinggi, yaitu

sebesar 54%, dibandingkan dengan angket nomor 13 yang hanya mencapai 53%. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, aspek emosional yang diukur melalui angket nomor 14 lebih disetujui oleh responden. Sementara itu, persentase terendah terdapat pada pernyataan angket nomor 13 yang berbunyi “Saya merasa bangga setelah berkunjung ke Objek Wisata Alam Sidomba”.

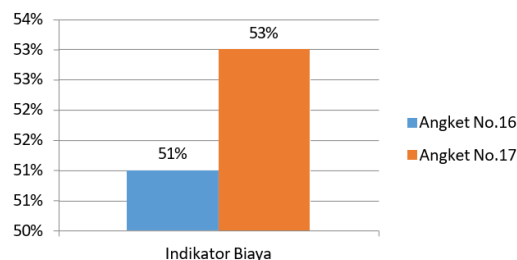
Indikator harga (nilai jual dari objek wisata) mencakup pernyataan angket nomor 15, hasil persentase dari respon pengunjung terhadap indikator harga dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 7. Respon Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Indikator Harga

Berdasarkan gambar 7 yang ditampilkan, indikator harga (dalam hal ini nilai jual dari objek wisata) memperoleh persentase kepuasan pengunjung sebesar 51% pada pernyataan angket nomor 15. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung merasa cukup puas terhadap harga yang ditawarkan oleh objek wisata tersebut, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan. Persentase 51% mengindikasikan bahwa lebih dari setengah responden menilai harga yang dikenakan sudah sesuai dengan layanan atau pengalaman yang mereka dapatkan, tetapi belum mencapai tingkat kepuasan yang optimal.

Indikator biaya mencakup pernyataan angket nomor 16 dan nomor 17, hasil persentase dari respon pengunjung terhadap indikator biaya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

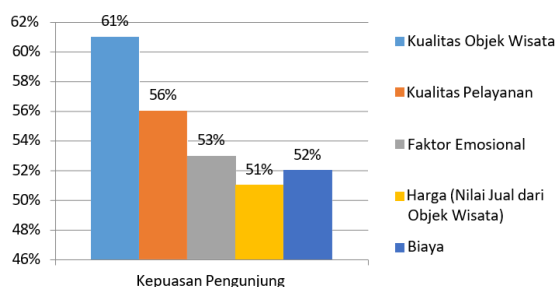


Gambar 8. Respon Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Indikator Biaya

Berdasarkan gambar 8 di atas, indikator biaya yang terdiri dari dua pernyataan angket (No. 16 dan No. 17) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung terhadap aspek biaya berada pada kisaran 51% hingga 53%. Pernyataan dengan persentase terendah adalah angket nomor 16, yang berbunyi “Harga makanan dan minuman di sekitar kawasan Objek Wisata Alam Sidomba masih terjangkau oleh pengunjung”, memperoleh 51%, sedangkan pernyataan nomor 17 mencapai 53%. Artinya, secara umum, pengunjung merasa cukup puas terhadap biaya yang mereka keluarkan di kawasan

wisata tersebut, khususnya terkait makanan dan minuman. Namun, angka yang masih mendekati 50% menunjukkan bahwa tingkat keterjangkauan harga masih bisa ditingkatkan.

Berdasarkan hasil angket mengenai kepuasan pengunjung Objek Wisata Alam Sidomba yang mencakup indikator : (1) kualitas objek wisata, (2) kualitas pelayanan, (3) faktor emosional, (4) harga (nilai jual dari objek wisata), dan (5) biaya. Hasil rata-rata persentase dari kelima indikator tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 9. Persentase Indikator Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan gambar mengenai hasil angket kepuasan pengunjung di Objek Wisata Alam Sidomba, terdapat lima indikator yang menjadi tolok ukur penilaian, yaitu kualitas objek wisata, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga (nilai jual dari objek wisata), dan biaya. Dari gambar terlihat bahwa kualitas objek wisata memperoleh persentase tertinggi sebesar 61%, yang menunjukkan bahwa aspek ini paling memuaskan bagi para pengunjung. Hal ini mengindikasikan bahwa daya tarik alam dan fasilitas yang tersedia dinilai cukup baik dan mampu memenuhi harapan wisatawan. Selanjutnya, kualitas pelayanan berada pada urutan kedua dengan persentase 56%. Ini menunjukkan bahwa pelayanan dari pihak pengelola, seperti keramahan petugas atau kecepatan dalam melayani, cukup dirasakan positif oleh pengunjung, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan. Faktor emosional seperti kenyamanan, keamanan, dan pengalaman pribadi saat berkunjung menempati posisi ketiga dengan 53%, yang berarti pengunjung merasa cukup puas, namun belum sepenuhnya merasa terkesan secara emosional. Sementara itu, indikator harga (nilai jual dari objek wisata) hanya memperoleh 51%, yang menunjukkan bahwa pengunjung belum sepenuhnya merasa bahwa apa yang ditawarkan sesuai dengan harga yang dibayarkan. Hal ini perlu menjadi perhatian pengelola agar harga tiket atau fasilitas yang disediakan dapat lebih mencerminkan nilai dan kualitas objek wisata. Terakhir, biaya mendapat persentase 52%, yang menandakan bahwa meskipun biaya dianggap relatif terjangkau, namun belum sepenuhnya memberikan kepuasan maksimal bagi pengunjung. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa meskipun pengunjung cukup puas dengan kualitas objek wisata dan pelayanan, aspek nilai dan biaya masih perlu ditingkatkan agar pengalaman berwisata menjadi lebih seimbang dan memuaskan secara keseluruhan. Secara keseluruhan gambaran kepuasan pengunjung Objek Wisata Alam Sidomba, maka dilakukan melalui perhitungan sebagai berikut :

$$\frac{\text{skor angket}}{\text{skor kriteria}} \times 100\%$$

$$\frac{4541}{96 \times 17 \times 5} \times 100\% = 55\%$$

1. Menentukan daerah kriterium menjadi tiga tingkatan yaitu : rendah, sedang, dan tinggi. Dari perhitungan persentase diatas, dapat diperoleh dengan parameter sebagai berikut :
 - a. Prosentase ideal yaitu $100\% : 3 = 33,33\%$
 - b. Nilai 33,33% ini dijadikan selisih untuk tiap tingkatan, sehingga menjadi: Daerah rendah = $0 - 33,33\%$
Daerah sedang = $33,34\% - 66,66\%$
Daerah tinggi = $66,67\% - 100\%$
 - c. Dari perhitungan di atas dapat ditentukan daerah kriterium menjadi beberapa bagian (berdasarkan hasil pembulatan) yaitu:
Daerah rendah = $0\% - 33,33\%$
Daerah sedang = $33,34\% - 66,66\%$
Daerah tinggi = $66,67\% - 100\%$
2. Nilai kepuasan pengunjung terhadap Objek Wisata Alam Sidomba sebesar 55% terletak pada daerah kriterium tinggi yang berada pada interval 34% - 68%, dan dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 10. Kategori kepuasan penunjang Objek Wisata Alam Sidomba

Dari hasil pengolahan dan analisis data, maka dapat diperoleh gambaran kepuasan pengunjung Objek Wisata Alam Sidomba telah mencapai 55% dan hal ini termasuk pada kategori kriterium sedang. Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung merasa cukup puas dengan pengalaman yang diperoleh selama berwisata ke objek tersebut, namun masih terdapat sejumlah aspek yang perlu diperbaiki agar kepuasan dapat ditingkatkan. Penilaian terhadap kepuasan ini diukur melalui lima indikator utama, yaitu kualitas objek wisata, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan biaya. Mengacu pada aspek kualitas objek wisata, hasil temuan menunjukkan bahwa pengunjung menilai cukup baik terhadap kondisi fisik dan daya tarik utama yang disajikan oleh Objek Wisata Alam Sidomba. Keindahan alam, fasilitas pendukung seperti tempat duduk, toilet, dan area bermain, serta kebersihan lingkungan menjadi penentu utama dalam persepsi positif pengunjung. Namun demikian, penelitian dari Fatmawati & Pramudya (2020) menyebutkan bahwa kualitas objek wisata harus terus ditingkatkan dengan mempertahankan kelestarian alam dan memperkaya variasi atraksi wisata agar pengunjung tidak merasa bosan atau kecewa dengan kunjungan mereka. Dalam konteks Sidomba, meskipun sebagian besar fasilitas sudah tersedia, beberapa pengunjung mungkin merasa fasilitasnya belum optimal atau

belum memenuhi ekspektasi mereka terhadap destinasi wisata yang ideal. Berdasarkan kualitas pelayanan juga memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan pengunjung. Pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan informatif menjadi harapan utama wisatawan. Berdasarkan hasil analisis, pengunjung memberikan nilai sedang terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pengelola Sidomba. Hal ini selaras dengan temuan dari Yuliani et al. (2021) yang meneliti kepuasan wisatawan di kawasan wisata alam lainnya dan menemukan bahwa interaksi antara petugas dan pengunjung memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan. Kurangnya pelatihan terhadap petugas atau rendahnya jumlah staf dapat menyebabkan keterlambatan layanan, minimnya informasi yang disampaikan, atau rendahnya empati petugas terhadap keluhan pengunjung. Oleh karena itu, perbaikan dalam sistem pelayanan menjadi aspek strategis untuk meningkatkan pengalaman wisata secara keseluruhan.

Dilihat dari faktor emosional berkaitan erat dengan perasaan senang, nyaman, dan ketenangan batin yang dialami pengunjung saat berada di kawasan wisata. Dalam studi oleh Rizki et al. (2022), disebutkan bahwa destinasi wisata alam memiliki keunggulan dalam memberikan pengalaman emosional yang mendalam melalui pemandangan alam, udara segar, dan suasana damai. Pada kasus Sidomba, meskipun pengunjung merasakan dampak emosional yang cukup positif, hasil sebesar 55% menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk menciptakan pengalaman yang lebih memikat secara emosional. Pengelola dapat mempertimbangkan peningkatan pada aspek estetika lanskap, area refleksi, maupun spot-spot foto yang lebih menarik dan Instagramable agar menambah nilai emosional yang dirasakan pengunjung. Selanjutnya, berdasarkan harga atau nilai jual dari objek wisata menjadi indikator yang juga memperoleh penilaian sedang. Artinya, meskipun tarif masuk maupun harga makanan dan suvenir di kawasan wisata tersebut dianggap masih terjangkau, pengunjung belum sepenuhnya merasa bahwa harga tersebut sepadan dengan apa yang mereka dapatkan. Ini sejalan dengan penelitian Prasetyo & Wulandari (2020), yang menemukan bahwa nilai persepsi konsumen terhadap harga sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kepuasan keseluruhan. Jika harga dinilai terlalu tinggi namun tidak diimbangi dengan fasilitas yang baik, maka akan menurunkan persepsi nilai oleh pengunjung. Dalam konteks Sidomba, pengelola dapat mengevaluasi kembali struktur harga agar sesuai dengan peningkatan fasilitas dan layanan yang ditawarkan. Berdasarkan indikator biaya atau pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh pengunjung untuk mencapai, menikmati, dan pulang dari lokasi wisata juga menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan. Hasil menunjukkan bahwa pengunjung merasa pengeluaran mereka berada dalam kategori wajar, namun masih belum sepenuhnya optimal dalam menciptakan rasa puas. Menurut studi oleh Handayani et al. (2021), biaya transportasi, parkir, konsumsi, dan tiket masuk merupakan elemen penting dalam pembentukan keputusan kunjungan dan tingkat kepuasan. Dalam konteks Kabupaten Kuningan, Sidomba memang termasuk objek wisata yang relatif terjangkau, namun adanya biaya tambahan seperti wahana berbayar atau sewa fasilitas tertentu bisa menjadi bahan evaluasi jika dianggap terlalu membebani pengunjung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya oleh Sari & Nugroho (2020) yang meneliti kepuasan wisatawan di Taman Wisata Alam Mangrove dan menemukan bahwa rata-rata kepuasan pengunjung berada pada kategori sedang jika belum ada perbaikan signifikan pada aspek layanan, infrastruktur, dan promosi. Oleh karena itu, temuan bahwa tingkat kepuasan pengunjung Sidomba hanya mencapai 55% dapat menjadi bahan evaluasi dan perencanaan strategis bagi pengelola, pemerintah daerah, maupun pelaku usaha wisata di kawasan tersebut. Lebih lanjut, peningkatan kepuasan pengunjung tidak hanya penting untuk mempertahankan kunjungan ulang, tetapi juga untuk menciptakan promosi secara tidak langsung melalui mulut ke mulut (word of mouth) yang positif. Penelitian oleh Putri & Anindita (2023) menyatakan bahwa wisatawan yang puas cenderung membagikan pengalaman mereka di media sosial atau menyarankan destinasi kepada orang lain. Dalam era digital saat ini, ulasan positif di platform daring dapat menjadi faktor penting dalam menarik wisatawan baru. Mengacu pada pembahasan di atas, dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pengunjung terhadap Objek Wisata Alam Sidomba yang berada pada kategori sedang (55%) menunjukkan bahwa pengelolaan destinasi ini telah berada pada jalur yang benar, namun masih membutuhkan berbagai peningkatan di berbagai aspek. Fokus perbaikan dapat diarahkan pada peningkatan kualitas pelayanan dan pengalaman emosional, serta evaluasi terhadap harga dan biaya agar lebih sesuai dengan harapan pengunjung. Dengan melakukan langkah-langkah strategis tersebut, Sidomba berpotensi menjadi destinasi wisata unggulan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memuaskan secara keseluruhan bagi para pengunjung.

SIMPULAN

Tingkat kepuasan pengunjung terhadap Objek Wisata Alam Sidomba berada pada kategori sedang (55%) artinya pengunjung cukup puas dengan objek wisata, namun belum mencapai tingkat kepuasan yang maksimal. Indikator yang diukur menunjukkan kualitas objek wisata (61%) sebagai yang tertinggi, disusul pelayanan (56%), faktor emosional (53%), biaya (52%), dan harga (51%). Indikator paling dominan yang mempengaruhi persepsi positif pengunjung adalah kualitas objek wisata, terutama terkait daya tarik alam, kebersihan, dan fasilitas utama. Rekomendasi perbaikan mencakup peningkatan kualitas pelayanan, penguatan aspek emosional melalui pengembangan daya tarik dan spot wisata, penyesuaian harga dan biaya agar lebih sepadan, serta perbaikan dan penambahan fasilitas pendukung disertai promosi lebih luas ke luar Kabupaten Kuningan.

SARAN

Saran lanjutan untuk mendukung hasil penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain di luar kualitas objek, pelayanan, emosional, harga, dan biaya, misalnya promosi wisata, aksesibilitas,

kenyamanan transportasi, atau pengalaman digital (review media sosial, e-ticketing) yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

2. Penelitian ini masih dominan melibatkan pengunjung dari Kabupaten Kuningan (82 orang lokal vs 14 luar daerah). Studi berikutnya sebaiknya memperluas responden ke wisatawan luar daerah agar diperoleh gambaran yang lebih representatif tentang kepuasan pengunjung secara umum.
3. Selain kuesioner, penelitian berikut dapat menggunakan metode wawancara mendalam atau observasi langsung untuk menggali pengalaman emosional pengunjung yang lebih detail.
4. Penelitian dapat dilakukan secara komparatif dengan objek wisata alam lain di Kabupaten Kuningan atau sekitarnya, sehingga diketahui keunggulan dan kelemahan Sidomba dibanding destinasi lain.
5. Studi lanjutan bisa dilakukan secara longitudinal (periode lebih panjang) untuk melihat tren perubahan tingkat kepuasan pengunjung, apakah meningkat setelah adanya perbaikan manajemen atau promosi baru. Selain kepuasan, penelitian selanjutnya bisa meneliti dampak ekonomi lokal (pendapatan masyarakat sekitar) dan dampak sosial budaya dari pengelolaan objek wisata Sidomba.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R., & Susilo, D. (2022). Analisis tingkat kepuasan pengunjung daya tarik wisata Kebun Raya Balikpapan. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 10(2), 123–135. <https://ejournal.upi.edu>
- Amalia, N., & Putri, S. D. (2021). Analisis kepuasan pengunjung terhadap daya tarik wisata Pantai Tapak Hantu. *Jurnal Akuatik*, 8(3), 89–102. <https://journal.ubb.ac.id>
- Andika, S. (2020). Tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan di objek wisata Pantai Galesong. *Jurnal Mekar*, 12(4), 56–70. <https://jurnal.btp.ac.id>
- Arifin, A., & Lestari, D. (2021). Analisis kepuasan pengunjung terhadap objek wisata Umbul Ponggok. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 34–50. <https://ejournal3.undip.ac.id>
- Arikunto, Suharsimi. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Astuti, D. (2023). *Potensi geografis dan pengembangan destinasi wisata alam di Jawa Barat*. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 12(1), 45–57.
- Budianto, H., & Santoso, P. (2019). Analisis tingkat kepuasan pengunjung objek wisata Dreamland. *Jurnal Kepariwisata*, 5(2), 78–89. <https://repository.uinsaizu.ac.i>
- Budiastuti. (2022). *Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan*. Tesis. FKM UI.
- Butler, R. (2023). *Tourism: A Modern Synthesis of Travel Behavior and Destination Development*. London: Routledge.
- Damardjati, RS. (2021). *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta : Pradnya Paramita.
- Dinas Pariwisata Kuningan. (2022). *Profil Objek Wisata Kabupaten Kuningan*.

Kuningan: Disparbud.

Fandeli, C., & Mukhlison. (2016). *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: Liberty.

Fatmawati, N., & Pramudya, B. (2020). Peningkatan kualitas objek wisata melalui pelestarian alam dan pengembangan atraksi wisata. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 12(2), 115–128. DOI: <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.12400>

Gunawan, D. & Mulyani, S. (2020). *Ilmu Obat Alami (Farmakognosi)*. Yogyakarta : Genius.

Handayani, R., Saputra, A., & Lestari, M. (2021). Analisis pengaruh biaya perjalanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 5(1), 44–56.

Irine. 2019. *Atribut Kewirausahaan dan Perkembangan Industri Usaha*. Jakarta: Fakultas Kehutanan Universitas Indonesia (FK UI) .

Jayadi, I. M. S., Gunawan, K., & Sudharma, I. K. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan nusantara di Kebun Raya “Eka Karya” Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 11(1), 54–63. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/88896>

Kotler, Philip. (2020). *Marketing Management: Edisi Milenium, International Edition*. Prentice Hall. International, Inc, New Jersey.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of marketing* (17th ed.). Harlow : Pearson Education.

Lupiyoadi, Rambat. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Munawaroh, S. (2017). Pengaruh kualitas layanan, promosi, dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung. *Jurnal Manajemen*, 6(3), 45–52.

Nugraha, A. (2021). Pengaruh fasilitas wisata terhadap tingkat kepuasan berkunjung di kawasan wisata Situ Gede Kota Tasikmalaya. *Skripsi, Universitas Siliwangi*.

Nugroho, T., & Anwar, S. (2021). Pengaruh layanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Pantai Tapak Hantu. *Jurnal Akuatik*, 8(3), 77–89. <https://journal.ubb.ac.id>

Nursusanti. (2019). *Motivasi Perjalanan Wisata*. Bandung : Refika Aditama.

Oliver, Richard L. 2010. "Customer Satisfaction." In *The SAGE Dictionary of Marketing*, edited by Pauline Maclaran, Michael Saren, Barbara Stern, and Mark Tadajewski, 102–103. London: SAGE Publications.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Putra, I. W., & Suryawan, A. (2023). *Community-based tourism sebagai strategi pemberdayaan masyarakat lokal*. *Jurnal Pengabdian dan Pariwisata*, 5(2), 101–112.

Putri, A., & Anindita, R. (2023). Dampak kepuasan wisatawan terhadap promosi destinasi melalui media sosial. *Journal of Tourism and Digital Marketing*, 7(1), 33–47.

- Rahmawati, N., Prasetyo, H., & Lestari, D. (2022). *Integrasi konservasi dan ekonomi dalam pengelolaan destinasi wisata berbasis masyarakat*. Jurnal Ekowisata Indonesia, 10(3), 211–223.
- Rahmawati, Putu Indah. (2019). Evaluasi Tingkat Kepuasan Wisatawan Sebagai Pondasi Pengukuran Destination Competitiveness. *Studi Empiris Dari Skripsi, Universitas Gadjah Mada*.
- Rahmawati, S., & Subrata, D. (2021). Identifikasi Vegetasi di Kawasan Wisata Alam Sidomba. *Jurnal Ekologi Lingkungan*, 9(1), 45–52.
- Rizki, H., Maulana, Y., & Fitriani, D. (2022). *Pengaruh faktor emosional terhadap pengalaman wisata di destinasi alam*. Jurnal Penelitian Pariwisata Indonesia, 14(1), 67–79.
- Sari, F., & Nugraha, Y. (2024). *Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan di daerah pedesaan*. Jurnal Pembangunan Wilayah dan Pariwisata, 8(1), 56–68.
- Sari, M., & Nugroho, T. (2020). *Analisis kepuasan wisatawan terhadap layanan dan infrastruktur di Taman Wisata Alam Mangrove*. Jurnal Destinasi Pariwisata, 11(2), 89–101.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2, Cetakan pertama). Bandung : Alfabeta.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suprpto, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Indonesia Kaya Semarang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 10(1), 1–10.
- Sutisna, A. (2019). Potensi Keanekaragaman Hayati di Kawasan Penyangga Gunung Ciremai. *Jurnal Biologi Nusantara*, 11(2), 112–120.
- Suyitno. (2021). *Perencanaan Wisata: Tour Planning*. Yogyakarta : Kanisius. Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran (4th ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utomo, A. D. (2020). Analisis kepuasan pengunjung objek wisata Gardu Pandang Ketep Kabupaten Magelang. *Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Wahyudi, D. (2020). Potensi dan Tantangan Pengembangan Ekowisata Sidomba Kuningan. *Jurnal Kepariwisata Nusantara*, 8(2), 135–145.
- Wibowo, R. (2023). *Peran masyarakat lokal dalam menjaga kelestarian lingkungan destinasi wisata alam*. Jurnal Sosial dan Lingkungan, 9(2), 134–146.
- Wulandari, T., & Suyono, B. (2021). Tingkat kepuasan wisatawan pada objek wisata Pantai Tanjung Pinggir. *Jurnal Bisnis Pariwisata*, 11(2), 23–38. <https://jurnal.btp.ac.id>
- Yuliani, S., Ramadhan, P., & Kurniawati, E. (2021). Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan wisatawan pada objek wisata alam. *Jurnal Administrasi dan Pariwisata*, 6(2), 140–152.