

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah penulis melakukan penelitian secara langsung dengan cara menyebar angket kuisioner kepada para wisatawan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar, kemudian penulis akan mengolah data hasil jawaban kuisioner yang telah di isi oleh responden. Dalam penelitian ini, hasil penelitian diolah menggunakan aplikasi SPSS 25.0, maka tujuan yang akan dikemukakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

A. Pengaruh *Positioning* Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Perspektif Syariah Pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa *positioning* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam perspektif syariah pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Dari hasil perhitungan koefisien regresi, diperoleh dengan tingkat signifikan lebih kecil dari α . Nilai koefisien beta positif, menunjukkan bahwa *positioning* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam perspektif syariah pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh John Sebastian Sirait, dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh *Positioning* Terhadap Kepuasan Konsumen Smartfren".¹ Yang menyatakan bahwa terdapat

¹ John Sebastian Sirait, *Pengaruh Positioning Terhadap Kepuasan Konsumen Smartfren*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, Vol 1, No. 1 (2013). Diakses pada hari Minggu, tanggal 05 Juli 2020, pada pukul 21.52 wib.

pengaruh yang signifikan antara *positioning* terhadap kepuasan konsumen smartfren.

Positioning merupakan sebuah strategi yang disusun agar sebuah produk mendapatkan tempat yang jelas dan berbeda di benak target konsumen.¹ Strategi ini dapat dikatakan sebagai strategi pencitraan produk. Tanpa pencitraan, maka proses segmentasi dan targeting akan sia-sia.

Positioning dapat juga dikatakan sebagai cara pemasar untuk menanamkan citra persepsi dan imajinasi atas produk yang ditawarkan kepada konsumen melalui proses komunikasi.¹

Pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar, terdapat beberapa produk olahan coklat yang diperjual belikan, seperti *original chocolate*, *crispy chocolate*, *orange chocolate*, *apple chocolate*, *mix chocolate*, *dark chocolate 67%*, *dark chocolate 80%*, *dark chocolate 90%*, *dark chocolate 100%*, *chocolate powder*, *milk chocolate*.

Selain menjual produk olahan coklat, Wisata Edukasi Kampung Coklat juga menjual berbagai macam makanan ringan yang berbahan dasar coklat, seperti brownis coklat, dodol coklat, kue kering berbahan dasar coklat dan sebagainya.

Adapun produk coklat yang dijual oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat telah memenuhi standar kehalalan produk. Wisata Edukasi Kampung Coklat melakukan strategi pemasaran salah satunya *positioning*, yaitu

¹ Erni Yuningsih, *Keputusan²Berkunjung berdasarkan Pendekatan Positioning Wisata Edukasi Pada Musium Di Kota Bogor*, Jurnal Visionida, Vol 5, No. 2 (2019), hal 26. Diakses pada hari Minggu, tanggal 05 Juli 2020, pada pukul 22.21 wib.

¹ *Ibid.*

²

bagaimana Wisata Edukasi Kampung Coklat dapat menduduki posisi yang unik di benak wisatawan.

Strategi pemasaran (STP) juga dilakukan oleh Rasulullah saw, tetapi konteksnya dalam peperangan. Rasulullah saw membagi-bagi (mensegmentasi) lawannya berdasarkan usia dan gender.¹

2

Untuk mencapai hal tersebut, pihak pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat berusaha untuk memberikan sesuatu yang berbeda dengan wisata lain. Fokus dari Wisata Edukasi Kampung Coklat adalah kenyamanan dan keamanan bagi para wisatawan. Selain itu, Wisata Edukasi Kampung Coklat juga melakukan promosi dengan prinsip syariah tanpa adanya kebohongan baik melalui media masa maupun promosi secara langsung.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa *positioning* memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam perspektif syariah, sehingga wisatawan Wisata Edukasi Kampung Coklat dapat merasakan aman dan nyaman saat berwisata, serta memiliki jumlah wisatawan yang meningkat.

B. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Perspektif Syariah Pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa daya tarik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam perspektif syariah pada Wisata Edukasi Kampung Coklat

¹ Hendy Mustiko Aji, *Manajemen Pemasaran Syariah Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2019), hal 158.

Blitar. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikan lebih kecil α . Nilai koefisien beta adalah positif, yang menyatakan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam perspektif syariah pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka Rosyidah Aprilia yang berjudul "Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang".¹ Yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara daya tarik terhadap kepuasan wisatawan di pantai balekambang kabupaten Malang.

Daya tarik wisata merupakan penggerak utama yang dapat memotivasi para wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Hal ini dicantumkan di dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, yang menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah suatu yang menjadi sasaran wisata.¹

Wisata Edukasi Kampung Coklat memiliki daya tarik tersendiri untuk dikunjungi, salah satunya daerah tujuan yang sangat mudah untuk dijangkau oleh para wisatawan. Selain itu, Wisata Edukasi Kampung Coklat juga menyediakan fasilitas yang lengkap seperti adanya mushola, toilet untuk para wisatawan, *meeting hall*, *cooking class*, area untuk bersantai dan berfoto, galeri coklat, bioskop mini dan lain sebagainya. Selain fasilitas, terdapat juga

¹ Eka Rosyidah Aprilia, *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 51, No. 2, 2017, hal 20. Diakses pada hari Senin, 06 Juli 2020, pada pukul 00.17 wib.

¹ M. Yunus. S, *Pengaruh Strategi Promosi, Daya Tarik Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Berdampak Pada Kepuasan Wisatawan Di Kota Pangkalpinang*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol 5, No. 1 (2019), hal 163. Diakses pada hari Rabu, tanggal 08 Juli Februari 2020, pada pukul 09.53 wib.

wahana yang sangat menarik yang disediakan oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat, yaitu area bermain anak, pulo coklat, kolam ikan, kereta kelinci, permainan perahu gayung, *trampoline*, dan lain sebagainya.

Wisata syariah merupakan proses penggabungan nilai-nilai keislaman ke dalam aspek pariwisata, maka dari itu pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat memiliki rutinitas setiap pagi hari untuk berkumpul bersama dan mengaji bersama masyarakat sekitar. Kemudian pada setiap hari raya syawal (hari raya ketupat), pihak pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat mengadakan ketupat coklat yang selanjutnya diarak keliling kampung bersama masyarakat sekitar.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa daya tarik memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam perspektif syariah, sehingga wisatawan Wisata Edukasi Kampung Coklat memiliki keinginan untuk berkunjung ke Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Perspektif Syariah Pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam perspektif syariah pada Wisata Edukasi Kampung Coklat. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikan lebih kecil α . Nilai koefisien beta adalah positif, yang menyatakan bahwa

kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam perspektif syariah pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Supandi Soegoto yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Objek Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taman Wisata Alam Batu Putih Bitung".¹ Yang menyatakan ³bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pengguna Taman Wisata Alam Batu Putih Bitung.

Penelitian yang dilakukan oleh Soegoto mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan konsumen yang akan menimbulkan perbandingan antara yang diberikan dengan yang diterima oleh konsumen. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.¹

3

Mustikowati dalam penelitiannya berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan fitur dan sifat produksi atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.¹

3

4

¹ Agus Supandi Soegoto, *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Obyek Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taman Wisata Alam Batuputih Bitung*, Call For Papers Sidang Pleno ISEI Ke XVIII, hal 11. Diakses pada hari Jum'at, tanggal 17 Juli 2020, pada pukul 00.02 wib.

¹ *Ibid.*

3

3

¹ Rita Indah Mustikowati, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Konsekuensinya Pada Loyalitas* (Studi Pada Obyek Wisata Di Kabupaten Malang), Modernisasi, Vol 7, No. 2, (2011), hal 99. Diakses pada hari Kamis, tanggal 08 Juli 2020, pada pukul 22.21 wib.

Dalam Islam dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan fitur ataupun karakteristik dari produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memberikan kepuasan kebutuhan yang dapat dinyatakan atau tersirat serta sesuai dengan nilai Islam. Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam merupakan bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan aktivitasnya kepada nilai moral serta sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syarat Islam.¹

3

5

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Wisata Edukasi Kampung Coklat, pihak pengelola memiliki karyawan yang berpenampilan rapi dan menarik, handal dalam memberikan pelayanan, dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan dengan cepat dan akurat. Selain itu, karyawan Wisata Edukasi Kampung Coklat memiliki jaminan, pengetahuan dan kemampuan sehingga para wisatawan dapat terhindar dari keragu – ragan, serta memiliki rasa peduli terhadap para wisatawan.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam perspektif syariah, sehingga wisatawan Wisata Edukasi Kampung Coklat dapat merasakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola atau karyawan Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.

¹ Rizky Pratama Putra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya*, Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan, Vol 1, No. 9 (2014), hal 624. Diakses pada hari Rabu tanggal 23 September 2020, pada pukul 22.40 wib.

D. Pengaruh *Positioning*, Daya Tarik, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Perspektif Syariah Pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Dari hasil uji F yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara *positioning*, daya tarik, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan dalam perspektif syariah pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai alpha.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Yunus S yang berjudul "Pengaruh Strategi Promosi, Daya Tarik Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Berdampak Kepada Kepuasan Wisatawan Di Kota Pangkalpinang".¹ Yang menyatakan bahwa strategi promosi, daya tarik wisata, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan yang berkunjung ke Pangkalpinang.

E. Pengaruh Variabel *Positioning*, Daya Tarik, dan Kualitas Pelayanan Yang Dominan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Perspektif Syariah Pada Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar

Mengacu pada hasil analisis regresi dan parsial antara variabel bebas (X) dalam penelitian ini diperoleh bahwa variabel *positioning* (X1)

¹ M. Yunus. S, *Pengaruh Strategi Promosi, Daya Tarik Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Berdampak Pada Kepuasan Wisatawan Di Kota Pangkalpinang*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol 5, No. 1 (2019), hal 177. Diakses pada hari Kamis, tanggal 09 Juli 2020, pada pukul 21.54 wib.

mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan wisatawan (Y) dengan nilai signifikan paling kecil, yaitu sebesar 0,000. Sedangkan daya tarik (X2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,020 dan kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai signifikan sebesar 0,002.