

PERBEDAAN PENILAIAN ANTARA PENGUNJUNG HARI KERJA DAN AKHIR PEKAN TERHADAP ATRIBUT OBJEK WISATA KAMPOENG VIETNAM DI KOTA BANDAR LAMPUNG

(Differences in Assessment Between Weekday and Weekend Visitors on the Attributes of Kampoeng Vietnam Tourist Attraction in Bandar Lampung City)

Muhammad Adhitya Gumay, Agus Hudoyo, Yuliana Saleh

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1 Bandar Lampung 35145, E-mail: yuliana.saleh@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze the differences between weekday and weekend visitors to assess and rank the importance attributes of the Kampoeng Vietnam tourist attraction, as well as to identify attributes that need to be improved, and attributes that need maintenance to increase performance. This research used a survey method by interviewing 35 visitors of Kampoeng Vietnam in a weekday, and 35 visitors in the weekend. There are 16 attributes included in the questionnaire. The sample selection was conducted by using probability sampling methods. Data analysis used was Mann-Whitney test and Importance Performance Analysis (IPA). The results of the Mann-Whitney test indicate that there is a significant difference between the assessments of weekday visitors and weekend visitors regarding the importance level of the attributes of amusement rides, accommodations, and the tranquility of tourists. The ranking assessments of weekday visitor indicate that the attributes of photo spots, scenery, and air quality are in the highest rate; while the weekend visitor rank assessments show that the attributes of price, photo spots, and play attractions are received the highest rankings. Meanwhile, the result of IPA indicated that there are six attributes with different levels of importance and performance between weekday visitors and weekend visitors. Furthermore, the combined results of the IPA analysis for weekday visitors and the IPA for weekend visitors conclude that there are five attributes that need improvement and eight attributes that should maintain their performance.

Keywords: attribute, IPA, weekday, weekend

Received: 19 November 2024

Revised: 25 April 2025

Accepted: 8 Mei 2025

DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v13i2.9965>

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan luar biasa dalam hal keindahan alam, keanekaragaman hayati, keragaman etnis, agama, dan ras. Warisan budaya yang dimilikinya sangat beragam dan menyimpan potensi besar untuk terus dikembangkan, baik dari sisi ekonomi maupun nilai budayanya. Menempatkan pelestarian lingkungan dan pemanfaatan budaya sebagai prioritas, pengembangan pariwisata berkelanjutan dapat diwujudkan di masa depan. Hal ini juga dapat menjadi motor penggerak kemajuan bangsa sekaligus sumber pendapatan negara melalui perolehan devisa (Tungga *et al.*, 2022)

Pengembangan sektor pariwisata di Indonesia dapat diakselerasi melalui peningkatan kualitas infrastruktur, penguatan aspek keamanan, serta

penerapan manajemen yang efisien. Upaya ini akan mendorong terciptanya destinasi wisata yang menarik dan mampu memberikan pengalaman memuaskan bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Menurut BPS (2022) jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 734.864.693 orang, mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2021 sebanyak 613.299.459 kunjungan.

Bandar Lampung sebagai ibu kota Provinsi Lampung, memiliki sejumlah wilayah yang berpotensi dikembangkan sebagai destinasi wisata. Potensi ini didukung oleh kondisi topografinya yang bervariasi, terdiri dari perbukitan dan dataran rendah yang berdekatan dengan kawasan pesisir. Kota ini menawarkan berbagai objek wisata yang menarik, terbuka untuk wisatawan domestik maupun internasional, dengan keindahan alam

yang memikat dan ragam pilihan destinasi wisata yang layak untuk dijelajahi. Wisata alam atau pemanfaatan sumber daya alam sebagai destinasi wisata, merupakan upaya strategis untuk menggali potensi serta meningkatkan nilai tambah dari lingkungan dan kekayaan alam yang dimiliki. Menurut BPS Kota Bandar Lampung (2022), terdapat 63 objek wisata di Kota Bandar Lampung terdiri dari 30 objek wisata alam, 12 wisata budaya, dan 21 objek wisata buatan.

Sektor pariwisata juga tidak terlepas dari persaingan yang semakin ketat antar objek wisata. Untuk tetap bersaing dan bertahan, pengelola bisnis pariwisata harus mampu beradaptasi dan meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Salah satu objek wisata yang memiliki potensi besar adalah Kampong Vietnam, yang terkenal dengan daya tarik keindahan perbukitan alam yang masih asri, suasana yang sejuk, pemandangan yang menenangkan dengan biaya masuk yang terjangkau sebesar Rp10.000/orang. Kampong Vietnam juga memiliki banyak spot foto, arena permainan anak yang menantang, ada musik karaoke untuk pengunjung, restoran dengan harga makanan dan minuman yang terjangkau, serta memiliki ruang pertemuan untuk acara-acara besar. Hal ini membuat Kampong Vietnam sering dikunjungi oleh wisatawan, sehingga penting untuk terus menjaga dan meningkatkan kinerja atribut wisata, agar dapat mempertahankan daya tariknya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Peningkatan kepuasan pengunjung di Kampong Vietnam perlu memberi perhatian khusus pada berbagai aspek yang menjadi penilaian wisatawan, seperti tingkat keamanan, keindahan alam, kebersihan, dan ketersediaan wahana permainan. Oleh karena itu, pihak pengelola perlu mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan dan persepsi pengunjung dalam menilai tingkat kepentingan serta kinerja atribut wisata tersebut, baik pada hari kerja maupun akhir pekan. Hal ini akan memberikan pemahaman bagi pengelola mengenai atribut-atribut mana yang harus dipertahankan dan mana yang perlu ditingkatkan performanya, khususnya pada waktu-waktu kunjungan yang berbeda, guna memuaskan wisatawan.

Pola kunjungan wisatawan pada hari kerja dan akhir pekan juga menjadi faktor penting yang harus diperhatikan. Pengunjung pada akhir pekan cenderung memiliki waktu lebih lama untuk menikmati destinasi wisata, sementara pada hari kerja, waktu mereka terbatas oleh kewajiban kerja

atau sekolah. Pemahaman mengenai perbedaan pola kunjungan ini, pengelola dapat merencanakan penggunaan sumber daya secara lebih efisien, serta melakukan evaluasi kinerja yang tepat dengan memantau perbedaan pengalaman pengunjung di kedua periode tersebut. Hal ini akan membantu pengelola dalam merancang strategi pelayanan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pengunjung pada masing-masing waktu.

Berbagai penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Asrianda *et al.* (2021) di Taman Hutan Kota Langsa, Sugiarti & Fikri (2021) di Air Terjun Sedudo, serta Tampubolon & Saputra (2019) di objek wisata pemandian Tapanuli Utara, telah menyoroti kepuasan wisatawan terhadap atribut destinasi wisata dengan menggunakan pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA) maupun *Customer Satisfaction Index* (CSI). Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya tidak membedakan persepsi pengunjung berdasarkan waktu kunjungan, seperti hari kerja dan akhir pekan. Bahkan penelitian yang dilakukan oleh Novintara *et al.* (2022) di Pantai Mutun, yang terletak relatif dekat dengan Kampong Vietnam, juga belum mempertimbangkan faktor waktu kunjungan dalam analisisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah yang belum dianalisis, dengan mengkaji perbedaan penilaian antara pengunjung hari kerja dan akhir pekan terhadap atribut wisata di Kampong Vietnam, Kota Bandar Lampung. Hal ini penting dilakukan untuk memahami dinamika perilaku wisatawan serta memberikan rekomendasi pengelolaan destinasi wisata, terutama dalam pengembangan strategi pelayanan dan promosi yang disesuaikan dengan karakteristik pengunjung berdasarkan waktu. Berdasarkan uraian latar belakang, penelitian di objek wisata Kampong Vietnam perlu dilakukan untuk mengeksplorasi apakah terdapat perbedaan signifikan dalam penilaian atribut kepentingan antara pengunjung yang datang pada hari kerja dan akhir pekan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di objek wisata alam Kampong Vietnam, yang terletak di Kelurahan Sumber Agung, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara *purposive*, mengingat Kampong Vietnam memiliki daya tarik utama berupa keindahan perbukitan alam yang masih asri, suasana yang sejuk, dan pemandangan yang menenangkan, yang membuatnya menjadi

destinasi wisata yang populer. Biaya masuk yang terjangkau, Kampong Vietnam menawarkan berbagai fasilitas menarik, termasuk banyak spot foto, arena permainan anak yang menantang, fasilitas karaoke untuk pengunjung, serta restoran dengan harga makanan dan minuman yang ramah di kantong. Selain itu, tempat ini juga menyediakan ruang pertemuan yang dapat digunakan untuk acara-acara besar, menjadikannya pilihan yang ideal bagi berbagai kalangan wisatawan. Periode pengambilan data dilakukan pada bulan Mei-Juni 2024.

Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi objek wisata terkenal Kampong Vietnam. Wisatawan yang berusia 17 tahun ke atas dipilih sebagai sampel, dengan alasan bahwa responden dalam rentang usia tersebut dianggap mampu memberikan komentar yang relevan, dapat dijadikan acuan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Menurut Sugiyono (2010), jumlah responden minimal yang diperlukan untuk pelaksanaan penelitian adalah 30 orang. Jumlah responden pada penelitian ini yang digunakan adalah sebanyak 70 orang wisatawan.

Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* (Sekaran & Bougie, 2016). Penarikan sampel dilakukan dengan cara mengundi nomor pondokan yang ditempati oleh wisatawan pada waktu penelitian Setiap minggu, sebanyak 18 sampel diambil, dengan 9 sampel diwawancarai pada hari kerja dan 9 sampel pada akhir pekan. Pada satu minggu tertentu, jumlah sampel yang diambil berkurang menjadi 16, dengan 8 sampel diambil pada hari kerja dan 8 sampel pada akhir pekan, untuk menyesuaikan dengan jumlah total sampel sebanyak 70 orang (Sugiarti & Fikri, 2021).

Analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) serta *Mann-Whitney*. Penilaian kepentingan dan kinerja atribut obyek wisata menggunakan skala *likert* dengan skor 1-5, seperti tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai bobot tingkat kepentingan dan kinerja

Kepentingan	Bobot	Kinerja	Bobot
Sangat tidak penting	1	Sangat tidak baik	1
Tidak penting	2	Tidak baik	2
Netral	3	Netral	3
Penting	4	Baik	4
Sangat penting	5	Sangat baik	5

Sumber: (Tjiptono, 2014)

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas, semua item pertanyaan yang terkait dengan atribut dinyatakan valid, karena nilai untuk 16 atribut kepentingan dan kinerja secara keseluruhan lebih tinggi dari nilai r tabel (0,361). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa atribut kepentingan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,717, sedangkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk atribut kinerja sebesar 0,748. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua kelompok atribut tersebut, yang digunakan dalam kuesioner penelitian, dapat diandalkan karena nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh lebih tinggi dari nilai ambang batas yang telah ditetapkan, yaitu 0,6 (Tjiptono, 2014).

Uji Mann-Whitney

Santoso (2010) menyatakan bahwa jika skala data variabel dependen ialah ordinal ataupun rasio, namun sebarannya tidak normal, maka pengujiannya menggunakan uji statistik non parametrik *Mann-Whitney* dan dipakai untuk melihat perbedaan rerata diantara dua kelompok independen. Rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji *Mann-Whitney* yaitu:

$$U1=(n1.n2)+\frac{n1(n1+1)}{2}-R1 \dots\dots\dots (1)$$

$$U1=(n1.n2)+\frac{n2(n2+1)}{2}-R1 \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

U1= Total peringkat 1

U2= Total peringkat 2

n1 = Total sampel 1

n2 = Total sampel 2

R1 = Total ranking dalam sampel n1

R2 = Total ranking dalam sampel n2

Pada penelitian ini, uji *Mann-Whitney* dilakukan dengan bantuan SPSS, yang dianalisis berdasarkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang terdapat dalam tabel hasil uji statistik. Nilai signifikansi yang digunakan adalah 5 persen ($\alpha=0,05$).

Importance Performance Analysis (IPA)

Metode IPA digunakan untuk mengumpulkan data dari wisatawan berupa evaluasi terhadap kinerja dan pentingnya atribut yang disediakan. Tujuan utama dari pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah untuk menyajikan informasi tentang aspek-aspek layanan yang dianggap wisatawan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan. Menurut Tampubolon

& Saputra (2019) tahapan Importance Performance Analysis (IPA) adalah sebagai berikut:

a. Rerata Skor Kepentingan serta Kinerja Semua Wisatawan

$$\bar{X}_i = \frac{\sum \bar{X}_i}{n} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum \bar{Y}_i}{n} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

- \bar{X} = Skor rerata tingkat kinerja
- \bar{Y} = Skor rerata tingkat kepentingan
- $\sum \bar{X}_i$ = Total skor tingkat kinerja atribut ke-*i*
- $\sum \bar{Y}_i$ = Total skor tingkat kepentingan atribut ke-*i*
- n* = Total responden

b. Rerata Skor Kepentingan dan Kinerja Seluruh Atribut

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{q=1}^n \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum_{q=1}^n \bar{Y}_i}{K} \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

- \bar{X}_i = Total skor tingkat kinerja atribut ke-*i*
- Y_i = Total skor tingkat kepentingan atribut ke-*i*
- n* = Batas atas skor kepentingan/kinerja *n*= 5
- q*=1 = Batas bawah skor kepentingan/kinerja *q*=1
- K* = Jumlah atribut wisata Kampoeng Vietnam

Hasil dari IPA (*Importance Performance Analysis*) disajikan dengan diagram kartesius yang terdiri dari 4 kuadran. Menurut Wibowo & Nuryanto (2022), diagram kartesius adalah sebuah bangun yang terbagi menjadi 4 kuadran dan 2 garis yang berpotongan tegak lurus di titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}) dimana \bar{X} ialah skor rerata penilaian tingkat kinerja sementara \bar{Y} ialah skor rerata penilaian wisatawan terhadap tingkat kepentingan atribut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Wisatawan

Usia dan Jenis Kelamin Wisatawan

Sebagian besar wisatawan yang berkunjung pada waktu hari kerja maupun akhir pekan ke Kampoeng Vietnam yang tertinggi terdapat pada rentang usia 19-25 tahun atau sekitar 33 persen yang tergolong dalam usia muda (Tabel 2). Tabel 2 juga menunjukkan bahwa lebih banyak wisatawan laki-laki dibandingkan wanita. Pada hari kerja, jumlah wisatawan laki-laki mencapai 21 orang, sedangkan wisatawan perempuan hanya 14 orang.

Tabel 2. Sebaran wisatawan berdasarkan usia, jenis kelamin, dan waktu kunjungan

Usia (tahun)	Hari Kerja		Akhir Pekan		Jumlah (orang)	Persentase (%)
	L	P	L	P		
19-25	7	6	5	5	23	33
26-32	6	5	4	5	20	29
33-39	5	-	4	4	13	19
40-46	1	3	3	1	8	11
47-53	2	-	2	2	6	9
Total	21	14	18	17	70	100

Begitu pula pada akhir pekan, laki-laki tetap mendominasi dengan 18 orang, sementara perempuan hanya 17 orang. Secara keseluruhan, dari total 70 wisatawan, laki-laki berjumlah 39 orang (56%) dan perempuan 31 orang (44%). Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata Kampoeng Vietnam lebih menarik bagi pengunjung laki-laki, baik pada hari kerja maupun akhir pekan.

Penelitian Ghassani *et al.* (2023) sejalan dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa laki-laki cenderung lebih sering mengunjungi objek wisata. Sebagian besar wisatawan laki-laki memilih Kampoeng Vietnam, karena ingin menikmati semua fasilitas yang tersedia. Selain itu, Kampoeng Vietnam juga sering dijadikan tempat berkumpulnya laki-laki untuk berlibur dan menghilangkan penat.

Pekerjaan dan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan kategori pekerjaan dan tingkat pendidikan terakhir wisatawan, penelitian ini menunjukkan adanya kecenderungan yang jelas terhadap jenis pekerjaan dan status pendidikan wisatawan Kampoeng Vietnam. Tabel 3 menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki jumlah kunjungan tertinggi sebanyak 17 orang (24%) yang semuanya terdiri dari pendidikan terakhir SMA.

Kategori pekerjaan yang memiliki jumlah kunjungan terendah yaitu wirausaha dengan jumlah 8 orang (11%) yang terdiri dari lulusan SMA berjumlah 3 orang dan perguruan tinggi berjumlah 5 orang. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, mayoritas wisatawan objek wisata Kampoeng Vietnam berada pada tingkat pendidikan SMA yaitu sebanyak 43 orang dan masih berstatus sebagai mahasiswa.

Tabel 3. Karakteristik wisatawan berdasarkan pekerjaan dan pendidikan terakhir

Pekerjaan	SMA	Perguruan Tinggi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
PNS	5	9	14	20
Karyawan Swasta	5	9	14	20
Wirasaha	3	5	8	11
Mahasiswa	17	-	17	24
Tidak Bekerja	4	1	5	7
Lainnya	9	3	12	17
Total	43	27	70	100

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Susanty & Permata (2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa objek wisata Kampong Vietnam gemar dikunjungi oleh mahasiswa, karena lokasinya yang dekat dengan pusat kota, harga tiket masuk murah dengan fasilitas yang lengkap, serta harga makanan/minuman yang ditawarkan cukup terjangkau.

Jarak Tempuh dan Alat Transportasi

Jarak tempuh dan pilihan alat transportasi merupakan faktor penting yang memengaruhi kenyamanan dan kemudahan akses pengunjung menuju objek wisata. Pemilihan alat transportasi yang sesuai dengan jarak tempuh dapat memberikan dampak signifikan terhadap pengalaman wisatawan, baik dalam hal kenyamanan maupun efisiensi waktu perjalanan.

Tabel 4 menunjukkan bahwa pada hari kerja, mayoritas pengunjung menggunakan motor untuk mencapai objek wisata Kampong Vietnam, dengan total 22 orang. Penggunaan motor mempermudah pengunjung untuk mengakses lokasi tersebut. Sementara itu, pada akhir pekan, sebagian besar pengunjung memilih menggunakan mobil, dengan jumlah mencapai 20 orang. Hasil penelitian Al-Khoiriah *et al.* (2017) ini selaras dengan penelitian, karena pada waktu akhir pekan banyak wisatawan yang datang lebih dari 3 orang atau datang bersama keluarga dan dianggap lebih efisien.

Tabel 4. Karakteristik wisatawan berdasarkan jarak tempuh dan alat transportasi

Waktu	Alat Transportasi	Jarak Tempuh (Km)				Total (Orang)
		<10	11-20	21-30	>30	
Hari kerja	Motor	10	11	-	1	22
	Mobil	3	10	-	-	13
Akhir pekan	Motor	6	7	1	1	15
	Mobil	7	10	-	3	20
Jumlah		26	38	1	5	70
Persentase (%)		37	54	1	7	100

Tabel 5. Karakteristik wisatawan berdasarkan waktu tempuh

Waktu Tempuh (Menit)	Hari Kerja (Orang)	Akhir Pekan (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
<15	8	9	17	24
16-30	21	20	41	59
31-45	5	2	7	10
>46	1	4	5	7
Total	35	35	70	100

Waktu Tempuh

Waktu tempuh menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan kenyamanan dan efisiensi perjalanan menuju objek wisata. Semakin dekat jarak tempuh dari tempat tinggal atau titik keberangkatan ke objek wisata, semakin besar kemungkinan pengunjung memilih untuk berkunjung, begitupula sebaliknya.

Tabel 5 menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pada hari kerja membutuhkan waktu 16-30 menit sebanyak 21 orang dan wisatawan akhir pekan sebanyak 20 orang membutuhkan waktu 16-30 menit untuk sampai ke objek wisata Kampong Vietnam. Hal ini selaras dengan penelitian Putra *et al.* (2023), yang menyebutkan bahwa mayoritas wisatawan yang berwisata, bertempat tinggal tidak jauh dari objek wisata.

Jumlah Kunjungan

Jumlah kunjungan wisatawan memberikan wawasan lebih dalam mengenai perilaku wisatawan serta membantu pengelola dalam merancang strategi untuk meningkatkan kunjungan kembali. Dengan memahami jumlah kunjungan pada kedua periode waktu penelitian, pengelola dapat menyesuaikan pelayanan dan fasilitas untuk memenuhi harapan wisatawan.

Tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan Kampong Vietnam datang 2-3 kali dengan jumlah 28 orang wisatawan (40%). Pada hari kerja, 17 orang mengunjungi objek wisata ini sebanyak 2 hingga 3 kali, sedangkan pada akhir pekan, 11 orang melakukan kunjungan dengan frekuensi yang sama. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Marwulandari *et al.* (2019), karena banyaknya pengunjung yang merasa puas dengan objek wisata tersebut, maka mereka melakukan kunjungan kembali.

Tabel 6. Karakteristik pengunjung berdasarkan jumlah kunjungan

Jumlah Kunjungan	Hari Kerja (Orang)	Akhir Pekan (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1 kali	14	13	27	39
2-3 kali	17	11	28	40
> 3 kali	4	11	15	21
Total	35	35	70	100

Perbedaan Penilaian Atribut Kepentingan

Penilaian atribut kepentingan merupakan salah satu aspek penting dalam mengukur sejauh mana wisatawan menghargai berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan. Melalui pemahaman mengenai penilaian terhadap atribut kepentingan, pengelola objek wisata dapat lebih tepat dalam menentukan prioritas untuk perbaikan dan pengembangan guna meningkatkan pengalaman wisatawan.

Berdasarkan Tabel 7, hasil uji *Mann-Whitney* menunjukkan adanya perbedaan signifikan pada atribut wahana bermain dan penginapan antara hari kerja dan akhir pekan, dengan nilai signifikansi yang lebih rendah dari 5 persen (0,05). Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan persepsi di kalangan wisatawan pada kedua periode tersebut, dimana beberapa wisatawan menganggap atribut wahana bermain sangat penting, sementara yang lainnya menganggapnya tidak penting. Perbedaan ini muncul karena pada hari kerja, wisatawan cenderung lebih memilih untuk menikmati pemandangan, bersantai, dan berfoto, daripada menggunakan wahana bermain.

Pada atribut penginapan, terdapat perbedaan yang signifikan. Pada hari kerja, sebagian besar wisatawan berasal dari daerah yang dekat dengan objek wisata Kampoen Vietnam, sehingga wisatawan tidak menginap dan hanya mengunjungi objek wisata untuk waktu yang singkat. Namun pada akhir pekan, banyak wisatawan yang datang dari luar kota atau lokasi yang jauh, sehingga wisatawan cenderung menghabiskan lebih dari satu malam di Kampoen Vietnam dan menganggap fasilitas penginapan sebagai atribut yang sangat penting.

Pada penilaian kelompok atribut jaminan, terdapat perbedaan pada atribut ketenangan bagi wisatawan yang berwisata pada hari kerja dan akhir pekan, dengan nilai signifikansi di bawah 5 persen atau 0,05. Perbedaan ini terjadi karena sebagian besar wisatawan pada akhir pekan tidak menganggap

ketenangan sebagai hal yang utama saat berkunjung. Sementara itu, pada hari kerja, wisatawan lebih menghargai ketenangan, karena wisatawan datang untuk menikmati pemandangan hijau dengan suasana yang lebih damai dan jauh dari keramaian.

Perbedaan Perangkingan Atribut Kepentingan

Pengujian atribut kepentingan dibedakan menjadi dua kategori yakni wisatawan hari kerja dan akhir pekan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan penilaian wisatawan pada hari kerja dan akhir pekan dalam menilai atribut kepentingan objek wisata Kampoen Vietnam. Hasil perangkingan diperoleh dari urutan rata-rata atribut-atribut. Atribut-atribut tersebut terdiri dari 4 kelompok yaitu wujud fisik, keandalan, jaminan, dan empati. Sebaran perankingan atribut kepentingan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 7. Sebaran penilaian atribut kepentingan

No	Atribut	Skor Kepentingan		Sig
		Hari Kerja	Akhir Pekan	
Wujud Fisik				
1	Pemandangan	4,17	4,11	0,721
2	Udara	4,11	4,06	0,704
3	Wahana Bermain	2,54	4,29	0,000
4	Spot Foto	4,29	4,34	0,748
5	Pondokan	2,97	3,43	0,151
6	Kebersihan	3,83	3,74	0,863
7	Tempat Ibadah	3,80	3,89	0,747
8	Harga	4,09	4,37	0,153
9	Penginapan	2,51	3,54	0,001
Keandalan				
10	Pemahaman Pegawai Memahami Permintaan Pengunjung	3,31	2,86	0,140
11	Ketersediaan Petugas Membantu Pengunjung	3,71	3,40	0,323
Jaminan				
12	Keamanan Berwisata	3,74	3,71	0,830
13	Kenyamanan Berwisata	3,57	3,49	0,884
14	Ketenangan Pengunjung Berwisata	3,34	2,57	0,009
Empati				
15	Keramahan dan Kesopanan Pegawai	3,77	3,69	0,844
16	Respons Pegawai Dalam Memenuhi Kebutuhan Pengunjung	2,86	2,69	0,576

Tabel 8. Sebaran perankingan atribut kepentingan respons pegawai dalam memenuhi permintaan

No	Atribut	Ranking	
		Hari Kerja	Akhir Pekan
Wujud Fisik			
1	Pemandangan	2	4
2	Udara	3	5
3	Wahana Bermain	15	3
4	Spot Foto	1	2
5	Pondokan	13	12
6	Kebersihan	5	7
7	Tempat Ibadah	6	6
8	Harga	4	1
9	Penginapan	16	10
Keandalan			
10	Pemahaman Pegawai Memahami Permintaan Pengunjung	12	14
11	Ketersediaan Petugas Membantu Pengunjung	9	13
Jaminan			
12	Keamanan Berwisata	8	8
13	Kenyamanan Berwisata	10	11
14	Ketenangan Pengunjung Berwisata	11	16
Empati			
15	Keramahan dan Kesopanan Pegawai	7	9
16	Respons Pegawai Dalam Memenuhi Kebutuhan Pengunjung	14	15

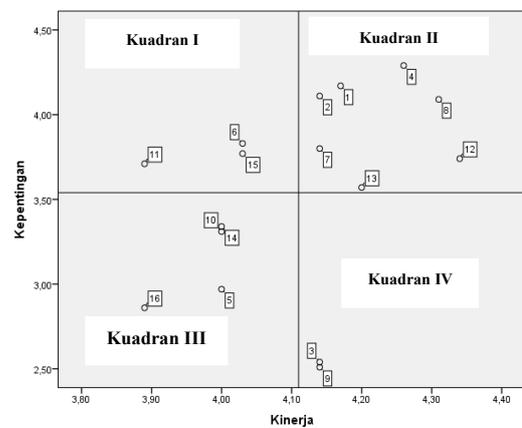
Didasari hasil perankingan pada Tabel 8, atribut yang termasuk pada 3 yang paling tinggi dilihat dari penilaian pengunjung hari kerja adalah spot foto (1), pemandangan (2), dan udara (3). Hasil penilaian ranking pada pengunjung akhir pekan, atribut yang masuk dalam 3 tertinggi adalah atribut harga (1), spot foto (2), dan wahana bermain (3).

Berdasarkan hasil penilaian wisatawan pada hari kerja, atribut yang masuk dalam 3 terendah adalah atribut penginapan (16), wahana bermain (15), dan pengunjung (14). Hasil penilaian ranking pada wisatawan akhir pekan, atribut yang masuk dalam 3 terendah adalah atribut ketenangan pengunjung berwisata (16), respons pegawai dalam memenuhi permintaan pengunjung (15), dan pemahaman pegawai memahami permintaan pengunjung (14).

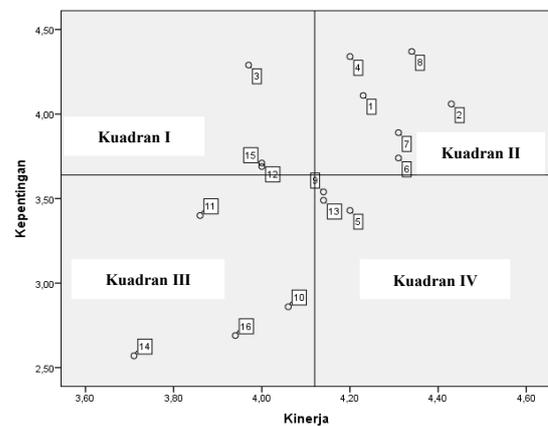
Analisis IPA (Importance Performance Analysis)

Uji IPA dilaksanakan melalui penggolongan nilai skor rerata kepentingan dan kinerja atribut dengan

acuan waktu hari kerja dan akhir pekan. Hasil skor rata-rata kepentingan wisatawan pada hari kerja sebesar 3,54 dan kinerja sebesar 4,11, sedangkan skor rata-rata kepentingan wisatawan pada akhir pekan sebesar 3,64 dan kinerja sebesar 4,12. Skor reratanya memperlihatkan hasil kepentingan dan kinerja pada waktu hari kerja dan akhir pekan, kemudian dimasukkan ke dalam suatu diagram kartesius yang mempunyai garis tengah sumbu Y yang merupakan kepentingan (*importance*) serta garis tengah sumbu X yang merupakan kinerja (*performance*). Diagram kartesius uji IPA saat hari kerja dan akhir pekan pada 16 atribut objek wisata Kampong Vietnam dapat dilihat pada Gambar 1 dan 2.



Gambar 1. Diagram kartesius uji IPA hari kerja



Gambar 2. Diagram kartesius uji IPA akhir pekan

Prioritas Utama dan Pertahankan Prestasi (Kuadran I dan II)

Kuadran I mencakup atribut yang perlu menjadi prioritas untuk diperbaiki, karena wisatawan masih merasa tidak puas dengan beberapa atribut yang dianggap penting. Perbaikan pada atribut-atribut ini sangat diperlukan oleh pengelola objek wisata Kampong Vietnam guna mempertahankan kepuasan pengunjung. Atribut yang ada dalam

kuadran I menunjukkan perbedaan antara wisatawan pada hari kerja dan akhir pekan, terutama pada atribut seperti wahana bermain, kebersihan, ketersediaan petugas yang membantu pengunjung, keamanan berwisata, serta keramahan dan kesopanan pegawai. Meskipun kelima atribut tersebut terletak pada kuadran yang berbeda untuk pengunjung hari kerja dan akhir pekan, kinerja kelima atribut ini tetap harus dioptimalkan secara menyeluruh.

Penelitian ini sejalan dengan pernyataan Pratiwi & Yuliawati (2019), bahwa kesopanan dan keramahan merupakan atribut yang dianggap penting, namun kinerjanya masih rendah. Solusi yang dapat dilakukan oleh pihak pengelola objek wisata Kampoeng Vietnam terhadap atribut keramahan dan kesopanan pegawai yang dinilai kurang memuaskan yaitu dapat dilakukan dengan memberi tahu kepada seluruh pegawai dan memberi peringatan untuk selalu ramah dan sopan terhadap seluruh wisatawan.

Kuadran II ialah sebuah kuadran yang memperlihatkan sejumlah atribut yang dirasa penting oleh wisatawan serta kinerja atribut tersebut telah membuat puas wisatawan. Oleh karena itu, atribut yang berada di kuadran II harus terus dijaga dan dipertahankan kinerjanya dengan konsisten. Atribut yang berada di kuadran II pada objek wisata Kampoeng Vietnam adalah pemandangan, udara, spot foto, tempat ibadah, harga, kenyamanan berwisata.

Prioritas Rendah (Kuadran III)

Kuadran III merupakan wilayah yang menyangkut sejumlah atribut yang dirasa tidak terlalu penting oleh wisatawan dan secara realistis, kinerja dari atribut tersebut tidak begitu memuaskan. Objek wisata Kampoeng Vietnam tidak perlu mengeluarkan usaha lebih pada atribut-atribut pada kuadran III, karena dirasa tidak begitu berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Novintara *et al.* (2022) yang menuturkan jika respons pegawai dalam memenuhi kebutuhan wisatawan masuk ke dalam kuadran II yang dianggap bagi wisatawan itu penting serta kinerjanya memuaskan.

Berlebihan (Kuadran IV)

Kuadran IV memperlihatkan kualitas yang tidak begitu penting, meskipun kinerjanya sangat tinggi. Atribut yang terdapat pada kuadran ini memiliki

perbedaan antara wisatawan pada hari kerja dan akhir pekan, yaitu wahana bermain, pemahaman pegawai memahami permintaan pengunjung, pondokan, dan kenyamanan berwisata. Hanya atribut penginapan yang terdapat sama dengan kuadran IV. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hanunnindya & Marsoyo (2022), yang menyatakan bahwa penginapan tergolong ke dalam kuadran IV yang dirasa tak terlalu penting, namun kinerjanya baik.

KESIMPULAN

Adanya perbedaan secara signifikan diantara wisatawan pada hari kerja dan wisatawan pada akhir pekan di dalam memberi penilaian terhadap atribut kepentingan yaitu wahana bermain, penginapan dan ketenangan pengunjung berwisata. Tiga atribut yang mempunyai ranking kepentingan tertinggi pada penilaian berdasarkan pengunjung hari kerja yaitu spot foto, pemandangan, udara dan pada akhir pekan yaitu harga, spot foto dan wahana bermain. Atribut yang harus ditingkatkan kinerjanya adalah wahana bermain, kebersihan, ketersediaan petugas membantu pengunjung, ketenangan pengunjung berwisata dan keramahan maupun kesopanan pegawai. Atribut yang wajib secara konsisten selalu dipertahankan kinerjanya ialah pemandangan, udara, spot foto, tempat ibadah, harga, keamanan berwisata dan kenyamanan berwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khoiriah, R., Fembriarti Erry Prasmatiwi, & Affandi, M. I. (2017). Evaluasi Ekonomi dengan Metode *Travel Cost* pada Taman Wisata Pulau Pahawang Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 5(4), 406–413. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1750/1553>
- Asrianda, Safwandi, & Raihan, A. (2021). Implementasi Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk Prediksi Tingkat Kepuasan Pengunjung Wisata Taman Hutan Kota Langsa. *TECHSI*, 13(1), 107–119. <https://doi.org/10.29103/techsi.v13i1.3440>
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Asal (Perjalanan)*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE4OSMy/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-asal.html>

- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. (2022). *Statistik Objek Daya Tarik Wisata*. <https://www.bps.go.id/publication/2022/06/13/74d583d2e42b165713b1c193/statistik-objek-daya-tarik-wisata-2020.html>
- Ghassani, N., Gunardi Djoko Winarno, Dewi, B. S., & Harianto, S. P. (2023). Pengembangan Fasilitas dan Pelayanan Destinasi Wisata Alam Air Terjun Way Kalam Lampung Selatan Berdasarkan Persepsi Pengunjung. *Jurnal JOFPE*, 3(2), 40–50. [file:///C:/Users/hp/Downloads/8204-27074-1-PB%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/hp/Downloads/8204-27074-1-PB%20(4).pdf)
- Hanunnindya, R. P., & Marsoyo, A. (2022). Tingkat Kepentingan dan Kinerja Destinasi Wisata Taman Tebing Breksi Berdasarkan Persepsi Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 22(3), 23–34. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/61088>
- Marwulandari, R., Suradi Wijaya Saputra, & Solichin, A. (2019). Valuasi Ekonomi Kegiatan Pariwisata di Pantai Cahaya dan Pantai Sendang Sikucing Kendal. *Journal of Maquares*, 8(2), 63–69. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/maquares>
- Novintara, I. A. V., Agus Hudoyo, & Sulaiman, A. (2022). Analisis Kepentingan - Kinerja Atribut Destinasi Wisata Pantai Mutun di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 10(1), 108–115. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5698>
- Pratiwi, T. V., & Yuliawati. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung terhadap Kinerja dan Tingkat Kepentingan Pengunjung pada Objek Wisata Agro Hortimart Agro Center Bawen, Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian "AGRIKA,"* 13(1), 59–71. <https://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/agrika/article/view/990/859>
- Putra, R. E., Yuwono, S. B., Herwanti, S., & Wulandari, C. (2023). Karakteristik Pengunjung pada Wisata Alam Air Terjun Batu Putu Kota Bandar Lampung. *Jurnal Belantara*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.29303/jbl.v5i2.878>
- Santoso, S. (2010). *Statistika Nonparametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach (7th ed)*. Wiley.
- Sugiarti, T., & Fikri, M. A. (2021). Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Sapta Pesona Wisata Air Terjun Sedudo. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 5, 245–256. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.01.23>
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Susanty, A., & Permata, A. A. (2023). Peningkatan Kualitas Layanan pada Objek Wisata Alam Mayang dengan Integrasi Metode Fipia dan Kano. *Jurnal Teknik Industri*, 18(1), 62–71. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/view/51066/23172>
- Tampubolon, S. L., & Saputra, D. W. S. (2019). Analisis Kepuasan Wisatawan terhadap Atribut Wisata menggunakan Metode CSI dan IPA pada Wisata Pemandian di Kabupaten Tapanuli Utara. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 19(2), 141–151. https://ojs.sttind.ac.id/sttind_ojs/index.php/Sain/article/view/216/pdf
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality and Satisfaction: The Customer Perspective*. Andi. Yogyakarta.
- Tungga, S. M., Soegoto, A. S., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Atribut Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Tetetana Kumelembuai Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 641–650. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/40172>
- Wibowo, W., & Nuryanto, I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Publik dengan Metode Integrasi Servqual dan Diagram Kartesius. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 195–200. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/808/575>