

Tingkat Kepuasan Wisatawan Nusantara Terhadap Layanan Penjualan Hortikultura di Pasar Mertha Sari Desa Candikuning Kabupaten Tabanan

SAGUNG DIAH NIRMALASARI, I KETUT SURYA DIARTA,
I MADE SARJANA

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana
Jl.PB.Sudirman Denpasar 80232

E-mail: sgdiahnirmala@gmail.com,
suryadiarta_unud@yahoo.com,

Abstract

Satisfaction Level of Domestic Tourists upon Horticulture Products in Candikuning Tourism Village Tabanan Regency

A raise in the number of tourism spots in Tabanan regency has brought its own challenges. In order to encourage tourists to purchase local products, a tourism spot has to have a certain attraction which identifies it among the other tourism spots. Candikuning is a tourism village in Tabanan regency which is recognized for its plentiful variety of agriculture products marketed at Pasar Mertha Sari (Mertha Sari Traditional Market). The objective of this research is to identify the dominant horticulture products that the tourists purchased/ consumed at Pasar Mertha Sari, and to study the satisfaction level of domestic tourists upon horticulture products planted by local farmers in Candikuning village. The data used in this research was obtained from observation, survey, interview, literature study and documentation which further analyzed using descriptive-qualitative method. The result shows that strawberries are dominant horticulture product consumed by tourists (14.44%). This number signifies a dependable potential of strawberry farming to support the horticulture farming business. In the other hand, the satisfaction level reached average score of 3.85 (77.15%) which indicates that tourists' satisfaction level is in the level of satisfied in terms of product quality, price, public facility, location, service, security and comfort. Several improvements in this tourism spot are required so that the tourists could reach higher satisfaction level especially in service, facility, reliability of product supply, product affordability, security, and comfort. In addition, upgrades are required for the shop itself where buyers and sellers met. The improvements are expected to attract more consumers to purchase and consume horticulture products planted in Candikuning village.

Keywords: Satisfaction level, domestic tourists, horticulture, tourism spot

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Kabupaten Tabanan memiliki potensi untuk dikembangkan pada sektor pertanian karena secara geografis iklimnya sangat mendukung dan memiliki curah hujan yang cukup untuk pengembangan komoditas pertanian khususnya tanaman

hortikultura sebagai produk unggulan. Kabupaten Tabanan yang selanjutnya diharapkan mampu memenuhi kebutuhan akan produk hortikultura baik masyarakat lokal maupun wisatawan nusantara yang berkunjung ke Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, sambil menikmati panorama alam pegunungan yang indah, danudaranya yang sejuk serta menyegarkan. Produk hortikultura yang dihasilkan di Desa Candikuning antara lain berupa sayur mayur meliputi wortel, kol, sayur hijau, kentang, tomat, buncis, mentimun, sawi, brokoli, terong, paprika dan jagung. Desa Candikuning juga mengembangkan produk hortikultura seperti stroberi, jeruk, markisa, buah naga, mangga, durian, manggis, pisang dan tanaman hias seperti anggrek, mawar, kembang seribu, gemitir, pacar, dan sebagainya

Potensi alam yang didukung oleh pengembangan komoditas hortikultura inilah yang salah satunya mampu membangkitkan daya tarik wisatawan nusantara agar datang berkunjung ke Desa Candikuning untuk membeli dan menikmati komoditas yang dimaksud sekaligus untuk oleh-oleh sanak keluarga. Upaya mempertahankan kesan dan citra yang positif tentang keberadaan komoditas hortikultura tersebut, maka sangat dibutuhkan terciptanya suatu iklim usaha yang kondusif sehingga wisatawan nusantara merasa aman, nyaman serta percaya dengan kualitas dan kuantitas produk hortikultura yang ditawarkan. Persaingan di bidang bisnis semakin ketat untuk itu dibutuhkan suatu keterampilan dan pengetahuan agar mampu bersaing dengan pihak-pihak lain. Upaya ini dapat dilakukan dengan cara menciptakan produk-produk hortikultura yang berkualitas, harga yang terjangkau serta pelayanan yang lebih baik dan cepat sehingga konsumen merasa puas. Supranto, (2011) memaparkan bahwa produk dengan mutu rendah, harganya yang mahal, penyerahan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas walaupun dengan tingkatan yang berbeda.

Tingkat kepuasan wisatawan nusantara terhadap layanan penjualan hortikultura di Pasar Mertha Sari Desa Candikuning merupakan instrumen yang cukup penting bagi petani agar tetap mampu melangsungkan dan mengembangkan kegiatan usaha taninya serta mampu bersaing dengan produk-produk sejenis yang menjadi pesaing di tempat lain. Komoditas hortikultura ini diharapkan dapat menjadi produk unggulan sekaligus menjadi komoditas andalan Kabupaten Tabanan, sehingga kemantapan para petani hortikultura untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha taninya akan dapat dipertahankan.

Secara umum tingkat kepuasan konsumen yang dalam hal ini para wisatawan nusantara dipandang sebagai puas atau tidaknya wisatawan nusantara dalam membeli dan mengkonsumsi produk-produk hortikultura yang dihasilkan oleh petani di Desa Candikuning. Sampai saat ini belum diketahui secara pasti bagaimana tingkat kepuasan wisatawan nusantara terhadap produk-produk hortikultura yang dimaksud. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis tingkat kepuasan wisatawan nusantara terhadap produk pertanian hortikultura yang dihasilkan oleh petani di Pasar Mertha Sari Desa Candikuning. Hal ini

akan menjadi dasar bagi pengembangan pertanian hortikultura yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan nusantara yang pada gilirannya mampu menggerakkan ekonomi petani dan mendukung Desa Candikuning sebagai destinasi wisata.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk (1) mengidentifikasi produk-produk hortikultura yang dominan dikonsumsi oleh wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pasar Mertha Sari, Desa Candikuning, Kabupaten Tabanan dan (2) menganalisis tingkat kepuasan wisatawan nusantara terhadap produk-produk hortikultura yang dihasilkan oleh petani di Pasar Mertha Sari, Desa Candikuning, Kabupaten Tabanan.

2. Metode Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian dilaksanakan di Pasar Mertha Sari, Desa Candikuning, Kabupaten Tabanan selama enam bulan, yakni mulai bulan November 2014 s.d Mei 2015. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara *purposive*.

2.2 Penentuan Populasi dan sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pasar Mertha Sari Desa Candikuning. Namun karena jumlahnya tidak diketahui secara pasti, maka sampel ditentukan sebanyak 30 Orang wisatawan nusantara secara *non probability sampling*. Responden dipilih dengan teknik *accidental sampling* yaitu pemilihan responden dipilih dari wisatawan nusantara yang ditemui ketika berkunjung di Pasar Mertha Sari Candikuning saat survei dilaksanakan.

2.3 Metode Pengumpulan Data, Variabel Penelitian, dan Metode Analisis

Metode pengumpulan data yang digunakan dengan metode observasi, survei, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Variabel pada penelitian ini adalah produk, harga, fasilitas, tempat, pelayanan, keamanan, dan kenyamanan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang akan dijelaskan berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, kisaran pendapatan, frekuensi kunjungan ke Pasar Mertha Sari, Desa Candikuning, niat berkunjung kembali, serta asal wisatawan nusantara.

3.1.1 Jenis kelamin

Jenis kelamin wisatawan nusantara laki-laki yang menjadi responden penelitian sebanyak 17 orang 56,66% sedangkan perempuan sebanyak 13 orang

43,33%. Hal ini berarti laki-laki masih mendominasi dalam proses membeli dan mengkonsumsi produk hortikultura.

3.1.2 Umur wisatawan nusantara

Umur wisatawan nusantara yang mendominasi dalam membeli dan mengkonsumsi produk hortikultura yaitu pada jenjang umur 21 s.d 40 tahun yang tergolong kategori dewasa awal.

3.1.3 Tingkat pendidikan wisatawan nusantara

Tingkat pendidikan responden terbanyak memiliki pendidikan terakhir SMA yakni sebanyak 15 orang dengan persentase 50,00%. Kemudian Sarjana sebanyak 13 orang wisatawan nusantara dengan persentase 43,33%. Sisanya yang paling sedikit adalah Diploma dan SMP dengan persentase dan jumlah yang sama 3,33% sebanyak satu orang.

3.1.4 Pekerjaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan nusantara memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri sebanyak sembilan orang 30,00%. Pelajar atau mahasiswa sebanyak tujuh orang 23,33%, pegawai swasta sebanyak tujuh orang 23,33%, wiraswasta sebanyak enam orang 20,00%, dan wisatawan nusantara yang memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga sebanyak satu orang 3,33%.

3.1.5 Kisaran pendapatan

Kisaran pendapatan wisatawan nusantara yang memiliki pendapatan antara Rp 2.500.000 s.d Rp 3.500.000/bulan sebanyak 11 orang 36,66%, sedangkan pendapatan antara < Rp 1.500.000/bulan sebanyak sembilan orang 30,00%. Responden dengan pendapatan > Rp 3.500.000/bulan sebanyak enam orang 20,00%, dan pendapatan antara Rp 1.500.000 - <Rp 2.500.000/bulan sebanyak empat orang 13,33%.

3.1.6 Frekuensi kunjungan wisatawan nusantara

Frekuensi kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung dengan frekuensi ≤ 5 kali sebanyak 19 orang (63,33%), dan frekuensi kunjungan 6-10 kali sebanyak 10 orang (33,33%), sedangkan ≥ 10 kali sebanyak 1 orang (3,33%).

3.1.7 Niat berkunjung kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan nusantara berniat berkunjung kembali ke Pasar Mertha Sari Desa Candikuning sebanyak 30 orang dengan persentase 100%.

3.1.8 Asal wisatawan nusantara

Wisatawan nusantara yang membeli dan mengkonsumsi produk hortikultura sebagian besar berasal dari Kabupaten Badung sebanyak 20,00%, selanjutnya dari Kabupaten Singaraja sebanyak 6,66%, Kabupaten Bandung sebanyak 6,66%, Kabupaten Karangasem sebanyak 10,00%, Jakarta sebanyak 10,00%, Kabupaten Bangli sebanyak 3,33%, Banyuwangi sebanyak 3,33%, Kabupaten Gianyar sebanyak 10,00%, Denpasar sebanyak 13,33%, berikutnya yang berasal Lombok sebanyak 3,33%, Surabaya sebanyak 6,66%, dan Yogyakarta sebanyak 6,66%.

3.2 Produk Hortikultura yang Dominan Dikonsumsi Wisatawan Nusantara

Produk hortikultura yang dominan dikonsumsi wisatawan nusantara adalah produk jenis buah-buahan serta umbi-umbian yaitu stroberi 14,44%, wortel 12,22%, dan sayur hijau 10,00% yang disajikan melalui Tabel 1.

Tabel 1

Tabel Produk Pertanian Hortikultura yang Dominan dikonsumsi Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Pasar Mertha Sari Desa Candikuning, Tabanan Tahun 2015

No.	Nama Produk	Wisatawan yang membeli/ mengkonsumsi	Persentase	Harga (Rp/Satuan)
1	Tomat	5	5,56%	6.000 (kg)
2	Sawi	8	8,89%	5.000 (kg)
3	Brokoli	4	4,44%	12.000 (kg)
4	Wortel	11	12,22%	7.000 (kg)
5	Jagung	7	7,78%	3.000 (biji)
6	Kentang	8	8,89%	10.000 (kg)
7	Kacang	3	3,33%	5.000 (kg)
8	Timun	4	4,44%	7.000 (kg)
9	Sayur Hijau	9	10,00%	5.000 (kg)
10	Tomat Ceri	1	1,11%	15.000 (kg)
11	Stroberi	13	14,44%	25.000 (kg)
12	Kol	3	3,33%	5.000 (kg)
13	Perai	2	2,22%	12.000 (Kg)
14	Buncis	3	3,33%	12.000 (Rp)
15	Bunga Kol	3	3,33%	7.000 (kg)
16	Paprika	2	2,22%	45.000 (kg)
17	Lombok	1	1,11%	30.000 (kg)
18	Letuce	1	1,11%	5.000 (kg)
19	Markisa	2	2,22%	40.000 (kg)
Total			100,00%	

Sesuai dengan Tabel 1 dapat dilihat bahwa tiga produk hortikultura yang dominan dibeli dan dikonsumsi oleh wisatawan nusantara adalah produk seperti buah-buahan dan umbi-umbian yaitu buah stroberi memiliki persentase tertinggi sebanyak 14,44% dengan harga Rp 25.000/kg, hal ini membuktikan bahwa

produksi stroberi memiliki potensi yang sangat tinggi untuk dikembangkan sebagai pendukung destinasi pariwisata.

Pada saat musim panen produksi buah stroberi sering mengalami over produksi sehingga kesulitan memasarkan produk tersebut. Pada umumnya buah stroberi diprioritaskan untuk produk ekspor ke luar daerah bahkan hingga ke manca negara, tetapi karena produk berlimpah maka para petani berusaha mencari solusi dengan cara mengolah produk tersebut menjadi selai stroberi yang dikemas sedemikian rupa sehingga bisa menjadi produk unggulan untuk oleh-oleh dari Bali, selanjutnya wortel dengan persentase 12,22% seharga Rg 7.000/kg juga dominan dikonsumsi oleh wisatawan nusantara. Hal ini mengindikasikan bahwa sayuran jenis umbi seperti wortel sering dipakai untuk kebutuhan pangan seperti memasak, sisanya produk hortikultura yang dominan dikonsumsi yaitu sayur hijau dengan persentase 10,00% seharga Rp 5.000/kg hal ini membuktikan bahwa sayur hijau digunakan sebagai sayuran mentah untuk penyegar masakan atau diolah sebagai masakan oleh wisatawan nusantara yang membeli produk tersebut.

Sesuai dengan Tabel 1 dapat dilihat bahwa tiga produk hortikultura yang tergolong mahal diantaranya adalah produk sayuran buah seperti paprika yang memiliki persentase 2,22% seharga Rp 45.000/kg, buah markisa dengan persentase 2,22% seharga Rp 40.000/kg, dan cabai dengan persentase 1,11% seharga Rp 30.000/kg. Produk sayuran buah paprika belum banyak dikonsumsi oleh masyarakat umum, tetapi produk itu umumnya diprioritaskan untuk memenuhi kebutuhan hotel, restoran dan masyarakat menengah keatas. Oleh karena itulah sayuran buah paprika harganya menjadi mahal.

Disamping itu produk buah markisa harganya tergolong mahal karena buah markisa memiliki cita rasa yang khas seperti rasanya manis, kecut, dan asin serta sangat diminati oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan manca negara dan tidak setiap daerah bisa menghasilkan buah dimaksud, karena sangat tergantung oleh iklim dan ketinggian daerah dari permukaan air laut. Buah markisa juga dibutuhkan untuk keperluan upacara agama terutama pada saat menjelang hari besar keagamaan seperti dalam upacara dewa yadnya, manusa yadnya, dan bhuta yadnya (Marhaenningrat, 2014) kondisi itulah mengakibatkan harga buah markisa menjadi mahal.

Produk lainnya seperti cabai harganya juga tergolong mahal, karena cabai merupakan produk sayuran buah konsumsi masyarakat yang harus tersedia bagi keperluan masyarakat sehari-hari untuk kegiatan memasak. Produksi cabai sering mengalami gagal panen mengingat tanaman ini sangat peka terhadap iklim. Kondisi ini sebagai penyebab adanya fluktuasi harga yang berubah-ubah. Adapun penyebab dari mahalnya harga tersebut tidak terlepas oleh adanya permintaan pasar serta kondisi iklim di daerah tersebut yang sering kali mengakibatkan gagal panen.

3.3 Tingkat Kepuasan Wisatawan Nusantara

Berikut adalah data mengenai persentase hasil penelitian dari tingkat kepuasan wisatawan nusantara berdasarkan indikator yang secara rinci dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Tingkat Kepuasan Wisatawan Nusantara Terhadap Layanan Hortikultura di Pasar Mertha Sari Desa Candikuning Kabupaten Tabanan, Tahun 2015.

No.	Indikator	Tingkat Kepuasan Wisatawan Nusantara		
		Jumlah Skor Rata – rata	% dari total skor maksimal	Tingkat Kepuasan
1.	Produk	4,24	84,88	Sangat Puas
2.	Harga	4,22	84,44	Sangat Puas
3.	Fasilitas	3,73	74,66	Puas
4.	Tempat	3,57	71,55	Puas
5.	Pelayanan	3,88	77,77	Puas
6.	Keamanan	3,60	72,00	Puas
7.	Keenyamanan	3,77	75,55	Puas
Tingkat kepuasan wisatawan nusantara		3,85	77,15	Puas

Berdasarkan data hasil penelitian pada Tabel 2, tingkat kepuasan wisatawan nusantara terhadap layanan penjualan hortikultura di Pasar Mertha Sari Desa Candikuning diperoleh nilai skor rata-rata 3,85 (77,15% dari total skor maksimal) termasuk dalam kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan nusantara merasa puas dengan produk pertanian hortikultura yang tersedia di Pasar Mertha Sari Desa Candikuning terkait dengan harga, fasilitas, tempat, pelayanan, keamanan dan kenyamanan.

Pencapaian skor rata-rata tertinggi pada masing-masing indikator terdapat pada indikator produk yaitu sebesar 4,24 (84,88% dari total skor maksimal) yang tergolong kategori sangat puas. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan nusantara merasa sangat puas dengan tersedianya produk dengan jumlah dan mutu yang diharapkan oleh wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi. Pada indikator harga diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,22 (84,44% dari total skor maksimal) yang tergolong kategori sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan nusantara merasa sangat puas terhadap harga yang ditawarkan oleh penjual produk pertanian hortikultura di Pasar Mertha Sari, Desa Candikuning dimana harga produk sesuai dengan tingkat mutu.

Selanjutnya, indikator fasilitas diperoleh nilai rata-rata sebanyak 3,73 (74,66% dari total skor maksimal) yang tergolong kategori puas. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan nusantara yang berkunjung di kawasan tersebut merasa puas karena fasilitas yang disediakan di kawasan Pasar Mertha Sari, Desa

Candikuning sangat memadai sehingga membuat wisatawan nusantara merasa mudah menemukan produk pertanian hortikultura. Pada indikator tempat diperoleh skor rata-rata sebanyak 3,57 (71,55% dari total skor maksimal yang tergolong kategori puas. Hal ini menyatakan bahwa hasil indikator tempat wisatawan nusantara merasa puas karena Pasar Mertha Sari di Desa Candikuning merupakan salah satu pasar tradisional yang sudah tertata dengan baik. Dimana masing-masing produk hortikultura dijajakan secara berkelompok membuat wisatawan nusantara dapat memilih produk yang diinginkan dengan mudah disamping lokasi pasar dekat dengan obyek wisata sehingga mudah diakses oleh wisatawan nusantara.

Hasil dari indikator pelayanan diperoleh skor rata-rata sebanyak 3,88 (77,77% dari total skor maksimal) yang tergolong kategori puas. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan nusantara yang berkunjung ke kawasan tersebut merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh para penjual produk hortikultura, seperti keramah-tamahan dalam hal penjualan produk kepada wisatawan yang berkunjung ke destinasi. Indikator keamanan diberikan skor rata-rata sebanyak 3,60 (72,00% termasuk kategori puas). Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan nusantara merasa puas dengan keamanan yang ada seperti keberadaan aparat keamanan dalam memperhatikan dan menjamin tidak adanya tindakan kriminal di dalam kawasan Pasar Mertha Sari, Desa Candikuning, sehingga wisatawan nusantara sendiri dapat lebih leluasa dalam memilih dan membeli produk hortikultura. Pada indikator kenyamanan menghasilkan skor rata-rata sebesar 3,77 (75,55% dari total skor maksimal) yang tergolong kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa hasil indikator, kenyamanan wisatawan nusantara merasa puas karena kebersihan kawasan penjualan produk hortikultura terjaga dengan baik dan civitas pekerja Pasar Mertha Sari, Desa Candikuning peduli terhadap lingkungan, serta kehidupan masyarakat yang saling menghargai dan menghormati membuat para wisatawan nusantara merasa nyaman ketika berkunjung ke kawasan tersebut.

4. Simpulan dan Saran

4.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa: (1) Tiga buah produk hortikultura yang paling dominan dibeli dan dikonsumsi oleh wisatawan nusantara adalah jenis produk umbi-umbian seperti wortel (12,22%), sayur hijau (10,00%) dan produk jenis buah-buahan yakni buah stroberi dengan persentase terbanyak yaitu (14,44%) dari seluruh produk pertanian hortikultura dan (2) Tingkat kepuasan wisatawan nusantara terhadap layanan hortikultura di Pasar Mertha Sari Desa Candikuning dapat dikategorikan puas dengan pencapaian skor rata-rata sebesar 3,85 (77,15% dari total skor maksimal). Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan nusantara merasa puas dengan pproduk pertanian hortikultura yang tersedia di Pasar Mertha Sari, Desa

Candikuning terkait dengan harga, fasilitas, tempat, pelayanan, keamanan, dan kenyamanan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut : (1) Produk hortikultura lainnya yang berpeluang untuk dikembangkan adalah buah markisa. Buah markisa merupakan produk hortikultura yang sangat prospektif dan potensial untuk dikembangkan, karena tanaman tersebut sangat baik berkembang sesuai dengan iklim dan musim yang ada. Potensi ini sebaiknya didukung oleh adanya sistem pengolahan dalam bentuk pabrik yang mampu mengolah hasil produksi yang tidak habis terjual dan (2) Tingkat kepuasan wisatawan nusantara terhadap layanan penjualan hortikultura di Pasar Mertha Sari Desa Candikuning dapat ditingkatkan dengan memperbaiki indikator kepuasan wisatawan nusantara terkait dengan produk, harga, fasilitas, tempat, pelayanan, keamanan dan kenyamanan sehingga wisatawan nusantara selalu ingin mengulangi niatnya untuk berkunjung ke Pasar Mertha Sari, Desa Candikuning.

5. Ucapan Terimakasih

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atau Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya penelitian ini dapat diselesaikan. Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara moril ataupun materiil dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Desmelia. 2013. *Analisis Atribut Pemasaran Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Membeli Sayuran Organik di Tiara Grosir Denpasar*. Skripsi. Denpasar. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Udayana.
- Diarta. 2007. Wisatawan Nusantara. Internet. <http://habiscus.blogspot.com/2007/05/jebakan-dalam-penghitungan-wisatawan.html>. diakses pada 10 Januari 2015.
- Dinas Pertanian Kabupaten Tabanan. UU RI No 13 tahun 2010. Tentang Hortikultura.
- Hadari dan Martini. 1995. Data Kuantitatif dan Data Kualitatif. Dari internet kualitatif. digilib.uinsby.ac.id/71413/bab%203.pdf. Diunduh tanggal 14 Desember 2014.
- Karunianingtias. 2005. *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City. Dari <http://analisis-statistika.blogspot.com/2012/09/menentukan-jumlah-sampel-dengan-rumus.html>. Diunduh tanggal 13 Oktober 2014.
- Kotler. 2007. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan*, cetakan pertama, edisi bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks.

- Marhaenningrat.2014. *Persembahyangan Saraswati Dan Pawintenan Saraswati Bagi Siswa Baru Di SD No.1 Denbantas Kajian Pendidikan Agama Hindu*.Skripsi. Program Studi Ilmu Agama. Fakultas Ilmu Agama.Universitas Hindu Indonesia.
- Nawawi. 1995. *Instrument Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Singarimbun dan Efendi.1995.*Metode Penelitian Survai*. Jakarta:Pustaka LP3ES.
- Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: RinekeCipta.
- Pitana. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, Dan Dampak – Dampak Pariwisata.
- Permana. 2006. *Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kawasan Hutan Mangrove Di Pusat Informasi Mangrove (Mangrove Information Centre) Denpasar*. Skripsi.Denpasar. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Udayana.