

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

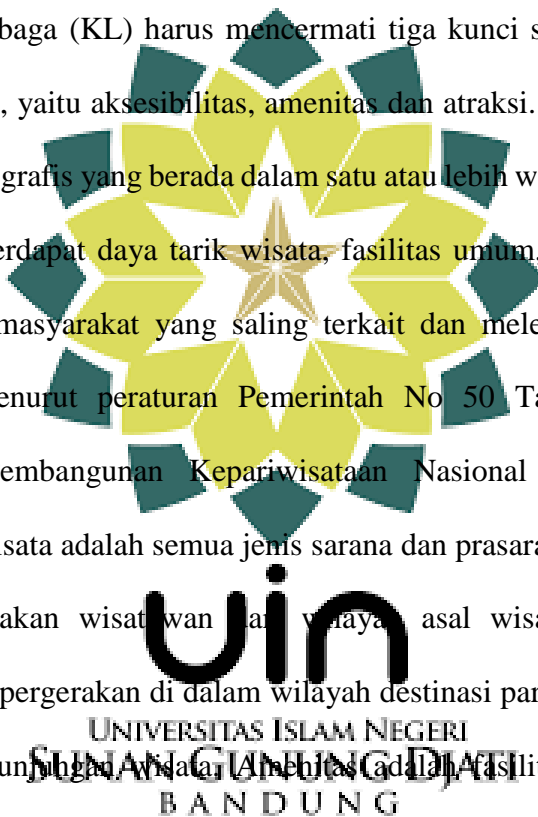
Pariwisata Indonesia merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Pariwisata Indonesia adalah salah satu sumber devisa bagi negara selain dari sektor minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit yang sangat potensial dan mempunyai pengaruh besar dalam pembangunan ekonomi di Indonesia yang saat ini pertumbuhannya masih sangat lambat. Sektor pariwisata di Indonesia masih bisa untuk dikembangkan dengan lebih maksimal lagi. Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik akan mampu menarik wisatawan domestic maupun wisatawan asing untuk datang berkunjung dan membelanjakan uangnya dalam kegiatan berwisatanya. Dari transaksi itulah masyarakat daerah wisata akan terangkat taraf hidupnya serta negara akan mendapat devisa dari wisatawan asing yang menukar mata uang negaranya dengan rupiah.

Pariwisata Indonesia apabila mampu dikelola secara baik akan menjadi asset Negara Indonesia. Usaha mengembangkan dunia pariwisata ini didukung dengan adanya UU No 10 Tahun 2009 yang menyebutkan bahwa keadaan objek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, antara lain meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatkan taraf hidup masyarakat dan memperluas kesempatan kerja mengingat semakin banyaknya pengangguran hingga saat ini, meningkatkan rasa cinta lingkungan serta

melestarikan alam dan budaya setempat. Keberagaman objek dari wisata alam, budaya dan kesenian serta objek wisata buatan seperti taman wisata sebenarnya dapat dijadikan salah satu pendorong perekonomian negara dan juga dapat banyak menyerap tenaga kerja sehingga sumber daya manusia dan sumber daya alam dapat dimanfaatkan secara optimal. Hingga saat ini pariwisata di Indonesia belum berjalan optimal, padahal aspek ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan masyarakat terutama pendapatan asli daerah. Indonesia sebagai negara yang memiliki kekayaan alam mempergunakan kekayaannya sebagai objek untuk mendatangkan devisa melalui pariwisata alam. Hal ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin agar dapat menguntungkan negara. Langkah awal untuk memajukan dan memanfaatkan kekayaan tersebut adalah dengan cara mengenal dan memeliharanya dengan baik. Karena pepatah mengatakan “Tak Kenal Maka Tak Sayang” untuk itu sebagai warga negara Indonesia kita wajib mengenalkan dan melestarikannya. Akhir-akhir ini orang Indonesia lebih memilih produk asing, berlibur keluar negeri dan segala sesuatu yang berasal dari luar negeri mereka menyebutnya dengan “modern” jika diperhatikan. Budaya-budaya tersebut cenderung bersifat negatif dan mengikis orisinalitas budaya bangsa untuk saat ini dan kedepannya. Untuk itu diperlukan kesadaran dari masyarakat Indonesia itu sendiri untuk mencintai budaya-budaya nasional yang bernilai luhur dan bersifat mempererat persatuan dan kesatuan bangsa.

Dalam pembangunan pariwisata di tahun 2017 saat ini, sektor pariwisata secara konsisten menjadi program prioritas, yaitu pembangunan pariwisata Indonesia “Wonderful Indonesia”. Upaya untuk menuju Wonderful Indonesia

tersebut dilaksanakan melalui dukungan penataan anggaran money follow program. Program nasional pariwisata didukung oleh program dan kegiatan Kementerian Lembaga (LK). Semua kementerian harus mendukung pengembangan pariwisata, melalui program dan kegiatan yang mendukung pariwisata tersebut. Kementerian Lembaga harus lebih fokus dalam menyusun program dan kegiatan serta secara integrative menopang pembangunan program prioritas. Oleh karena itu Kementerian Lembaga (KL) harus mencermati tiga kunci sukses pembangunan destinasi pariwisata, yaitu aksesibilitas, amenitas dan atraksi. Destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Menurut peraturan Pemerintah No 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025. Aksesibilitas pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah destinasi pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata. Amenitas adalah fasilitas pariwisata, yaitu semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, dan keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata. amenitas didalamnya terdapat prasarana umum dan fasilitas umum. Maksud prasarana umum adalah kelengkapan dasar fisik suatu lingkungan yang pengadaannya memungkinkan suatu lingkungan dapat beroperasi dan berfungsi sebagaimana mestinya. Pembangunan destinasi pariwisata juga



memerlukan fasilitas umum yaitu sarana pelayanan dasar fisik suatu lingkungan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum dalam melakukan aktivitas kehidupan keseharian. Sedangkan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. Pembangunan daya tarik wisata dilaksanakan berdasarkan prinsip menjunjung tinggi nilai agama dan budaya, serta keseimbangan antara upaya pengembangan manajemen atraksi untuk menciptakan daya tarik wisata yang berkualitas, berdaya saing, serta mengembangkan upaya konservasi untuk menjaga kelestarian dan keberlanjutan sumberdaya.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki panorama alam dan daya tarik wisata yang unik, indah dan mempesona adalah daerah Bandung Selatan tepatnya di daerah Ciwidey yang dikenal dengan desa-kota yang ada di Kecamatan Ciwidey, karena letaknya yang sangat strategis dengan objek wisata dan merupakan daerah dataran rendah, berbukit, dan dataran tinggi.

Wilayah Kabupaten Bandung memiliki banyak tempat wisata yang menawarkan pemandangan yang indah beserta legenda-legenda yang menarik. Salah satunya adalah Kecamatan Ciwidey yang berada di selatan Kabupaten Bandung. Di kawasan ini terdapat satu objek wisata yang menarik yaitu Kawah Putih.

Kawah Putih adalah sebuah danau kawah dari Gunung Patuha dengan ketinggian 2.434 meter di atas permukaan laut dengan suhu antara 8-22°C. Di

puncak Gunung Patuha itulah terdapat Kawah Saat, saat berarti surut dalam Bahasa Sunda, yang berada di bagian barat dan di bawahnya Kawah Putih dengan ketinggian 2.194 meter di atas permukaan laut. Kedua kawah itu terbentuk akibat letusan yang terjadi pada sekitar abad X dan XII silam. Kawah Putih ini terletak sekitar 46 km dari Kota Bandung atau 35 km dari ibukota Kabupaten Bandung, Soreang, menuju Ciwidey.

Danau Kawah Putih memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri. Air di danau kawahnya dapat berubah warna, kadangkala berwarna hijau apel kebiru-biruan bila terik matahari dan cuaca terang, terkadang pula berwarna coklat susu. Paling sering terlihat airnya berwarna putih disertai kabut tebal di atas permukaan kawah. Selain permukaan kawah yang berwarna putih, pasir dan bebatuan di sekitarnya pun didominasi warna putih, oleh karena itu kawah tersebut dinamakan Kawah Putih.

Sejak tahun 1987 PT. Perhutani (Persero) Unit III Jabar dan Banten mengembangkan kawasan Kawah Putih ini menjadi sebuah objek wisata. Untuk tiket masuk areal objek wisata Kawah Putih saat ini setiap orang dikenakan biaya Rp 15.000,00, sudah termasuk premi asuransi. Objek Wisata Kawah Putih dibuka mulai pukul 07.00 dan tutup pada pukul 17.00, setiap hari Senin sampai dengan Minggu. Fasilitas bagi pengunjung di sekitar Kawah Putih sudah cukup memadai dengan adanya areal parkir, transportasi transit menuju kawah, pusat informasi, mushala, dan warung-warung makanan.

Untuk menuju ke sana, pengunjung dari Jakarta dapat melewati tol Cipularang terus menuju pintu keluar tol Kopo menuju Soreang ke arah selatan ke

kota Ciwidey. Sekitar 20 – 30 menit dari kota Ciwidey terlihat tanda masuk menuju gerbang masuk objek wisata Kawah Putih yang ada di sebelah kiri jalan. Untuk menuju Kawah Putih dari gerbang masuk kawasan objek wisata Kawah Putih disarankan menggunakan kendaraan, jangan berjalan kaki karena jalan yang agak menanjak dan cukup jauh, yaitu sekitar 5,6 km atau sekitar 10 – 15 menit dengan kendaraan. Kendaraan pribadi dapat langsung menuju tempat parkir luas yang tersedia tidak jauh dari kawah. Sementara pengunjung dengan rombongan besar yang menggunakan bis, atau transportasi umum dapat menggunakan kendaraan khusus yang ada di areal parkir dekat gerbang masuk untuk mencapai kawah dari pintu masuk. Kondisi jalan yang kecil dan menanjak tidak memungkinkan untuk dilalui kendaraan jenis bis besar maupun sedang. Transportasi umum menuju Ciwidey dari Bandung dapat ditemui di Terminal Kebun Kalapa maupun Leuwi Panjang. Setelah sampai di Kota Ciwidey maka perjalanan dilanjutkan dengan menggunakan angkutan pedesaan tujuan Situ Patengan. (Sumber:

www.kawahputihciwidey.com



uin

Kawah putih merupakan salah satu wisata alam dengan keunikannya tersendiri menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke Kawah Putih tersebut sehingga terlihat antusias wisatawan yang berwisata meningkat dari tahun ke tahun. Berikut adalah tabel 1.1 Realisasi Pengunjung Kawah Putih dari Tahun 2013 sampai dengan Oktober 2017.

Tabel 1.1

**Data Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara ke
Objek Wisata Kawah Putih dari Tahun 2013 sampai dengan Oktober 2017**

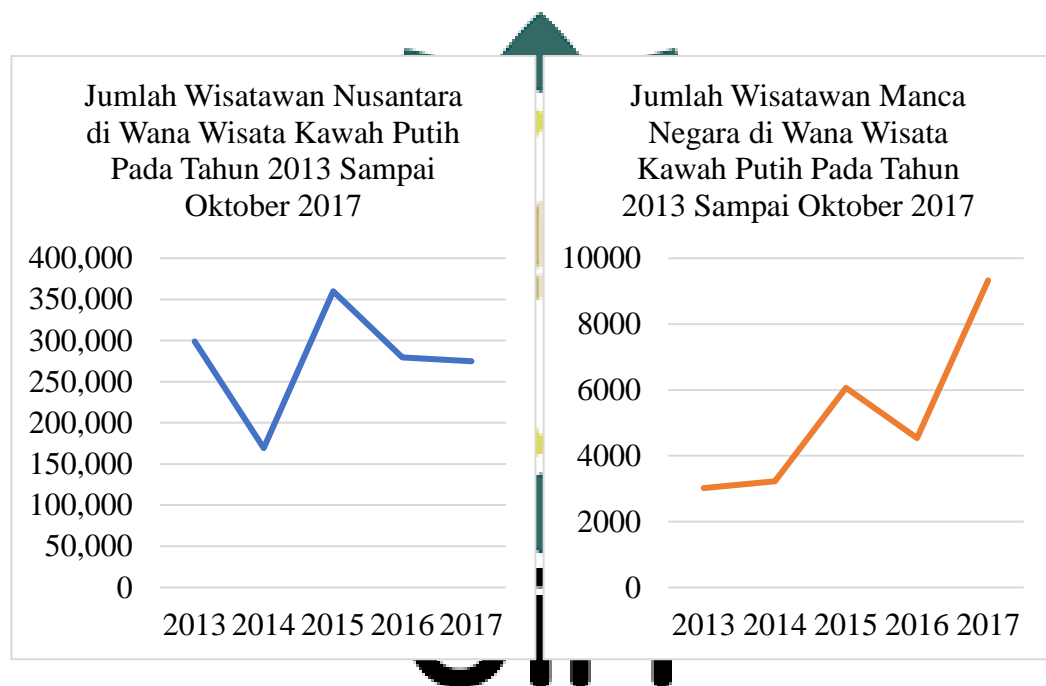
| TAHUN/ BULAN | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | |
|-----------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
| | WISNU | WISMAN | WISNU | WISMAN | WISNU | WISMAN | WISNU | WISMAN | WISNU | WISMAN |
| Januari | 20.941 | 211 | 18.867 | 225 | 25.214 | 425 | 19.574 | 318 | 39.263 | 953 |
| Februari | 10.602 | 107 | 9.552 | 114 | 12.765 | 215 | 9.910 | 161 | 19.753 | 630 |
| Maret | 7.616 | 76 | 6.861 | 82 | 9.170 | 155 | 7.119 | 115 | 17.006 | 537 |
| April | 10.687 | 107 | 9.628 | 115 | 12.868 | 217 | 9.989 | 162 | 19.831 | 633 |
| Mei | 6.706 | 67 | 6.041 | 72 | 8.074 | 136 | 6.268 | 102 | 16.168 | 509 |
| Juni | 24.482 | 247 | 22.057 | 264 | 29.477 | 497 | 22.884 | 371 | 22.521 | 1.063 |
| Juli | 35.606 | 359 | 32.079 | 384 | 42.871 | 723 | 33.282 | 540 | 35.754 | 1.411 |
| Agustus | 36.147 | 365 | 32.567 | 390 | 43.523 | 734 | 33.788 | 548 | 33.252 | 1.200 |
| September | 35.578 | 359 | 32.055 | 384 | 42.838 | 722 | 33.256 | 540 | 33.729 | 1.160 |
| Oktober | 37.853 | 382 | 34.104 | 408 | 45.577 | 768 | 35.382 | 574 | 37.698 | 1.231 |
| November | 38.053 | 384 | 34.285 | 410 | 45.818 | 772 | 35.569 | 577 | - | - |
| Desember | 34.646 | 355 | 31.216 | 375 | 41.710 | 703 | 32.380 | 525 | - | - |
| TOTAL | 298.917 | 3.019 | 169.312 | 3.223 | 359.905 | 6.067 | 279.401 | 4.533 | 274.975 | 9.327 |

Sumber: KBM Wisata Perum Perhutani Divisi Regional Jabar dan Banten (2017)

Berdasarkan tabel 1.1 mengenai data wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang berkunjung pada tahun 2013 sampai dengan oktober 2017 di Wana Wisata Kawah Putih mengalami naik turun wisatawan yang berkunjung. Dilihat dari total pengunjung pada tahun 2013-2014 wisatawan nusantara mengalami penurunan yang cukup tinggi sekitar 129.605 orang dan wisatawan mancanegara mengalami kenaikan sekitar 204 orang. Pada tahun 2015 mengalami kenaikan yang sangat tinggi pada wisatawan nusantara sekitar 190.593 orang dan wisatawan mancanegara mengalami kenaikan sekitar 2.844 orang. Dan pada tahun 2016 terjadi penurunan yang sangat drastis dari pengunjung Wana Wisata Kawah Putih, dilihat pada wisatawan nusantara mengalami penurunan dari tahun

sebelumnya sekitar 80.504 orang dan wisatawan mancanegara sekitar 1.534 orang. Kemudian pada tahun 2017 dari bulan Januari sampai Oktober terlihat sudah ada peningkatan dari wisatawan mancanegara dan dilihat dari kunjungan wisatawan nusantara hampir mencapai total kunjungan wisatawan pada tahun sebelumnya.

Berikut ini data Wisatawan di Wana Wisata Kawah Putih pada tahun 2013 sampai dengan oktober 2017 yang disajikan dalam bentuk grafik:



Gambar 1.1.
Jumlah Wisnus dan Wisman di Wana Wisata Kawah Putih dari Tahun 2013 Sampai Dengan Oktober 2017

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan gambar 1.1. mengenai jumlah Wisnus dan Wisman di Wana Wisata Kawah Putih dari Tahun 2013 sampai dengan Oktober 2017 mengalami naik turun wisatawan yang berkunjung. Dilihat dari gambar diatas pada Wisatawan Nusantara mengalami penurunan dari tahun 2013 ke 2014, kemudian pada tahun 2015 mengalami kenaikan yang cukup dratis, dan dari tahun 2015 ke 2016 kembali

mengalami penurunan, dan sampai pada Oktober 2017 mengalami sedikit penurunan. Kemudian dari gambar diatas dapat kita lihat pada Wisatawan Mancanegara dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 mengalami kenaikan terus menerus, dan pada tahun 2016 kembali mengalami penurunan seperti Wisatawan Nusantara, dan pada Oktober 2017 kembali mengalami kenaikan pada Wisatawan Mancanegara di Wana Wisata Kawah Putih.

Walaupun wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Wana Wisata Kawah Putih mengalami fluktuatif atau naik turun setiap tahunnya, tetapi dari pihak pengelola objek wisata yaitu Perhutani tepatnya KBM Wisata Perum Perhutani tidak mudah berkeluh kesah dalam menghadapi situasi ini dan bahkan dijadikan sebagai motivasi bagi pihak pengelola untuk lebih kreatif dan berinovasi dengan baik untuk menarik wisatawan yang berkunjung. Dari perbandingan setiap tahunnya, tahun 2016 mengalami penurunan yang drastis dari wisatawan nusantara yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti rasa bosan bagi wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Wana Wisata Kawah Putih Sebelumnya, kemudian harga juga menjadi faktor yang disebabkan oleh akses yang lumayan jauh untuk mencapai titik kawah yang ada di Wisata Kawah Putih dan tidak semua kendaraan bisa masuk ke jalan menuju titik kawah.

Dilihat dari akses yang lumayan jauh untuk mencapai titik kawah, pihak pengelola Wana Wisata Kawah Putih menyediakan kendaraan ontang-anting untuk menuju titik kawah dan menyebabkan tarif harga masuk perorang semakin tinggi. Faktor harga inilah yang menyebabkan penurunan wisatawan di Wana Wisata Kawah Putih.

Berikut daftar harga tiket Kawah Putih Ciwidey yang menjadi faktor penurunan wisatawan disebabkan akses yang terbatas untuk menuju titik kawah.

Tabel 1.2
Harga Tiket di Wana Wisata Kawah Putih Ciwidey Tahun 2017

| Kategori | Harga (Rp) |
|-----------------------------------|-------------------|
| Tiket Masuk Wisatawan Nusantara | Rp 20.000/orang |
| Tiket Masuk Wisatawan Mancanegara | Rp 50.000/orang |
| Tiket Ontang-anting | Rp 15.000/orang |
| Pre Wedding | Rp 500.000 |
| Parkir atas roda 4 | Rp 150.000 |
| Parkir bawah roda 2 | Rp 5.000 |
| Parkir bawah roda 4 | Rp 6.000 |
| Parkir bawah roda 6 | Rp 25.000 |

Sumber: KBM Wisata Perum Perhutani Divisi Regional Jabar dan Banten (2017)

Berdasarkan tabel 1.2 mengenai harga tiket di Kawasan Wana Wisata Kawah Putih tahun 2017, harga menjadi faktor penurunan pengunjung baik dari wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara yang disebabkan oleh akses yang terbatas untuk menempuh titik kawah yang ada di Kawah Putih. Dilihat harga dari tiket masuk perorang itu sudah termasuk sesuai dengan kepuasan yang akan didapatkan oleh wisatawan, yang menjadi masalahnya yaitu adanya penambahan bayaran untuk tiket ontang-anting perorang bagi wisatawan yang menggunakan kendaraan roda 4 ataupun roda 6 dikarenakan akses jalan menuju titik kawah di Wana Wisata Kawah Putih ini tergolong sedikit berbahaya bagi wisatawan dengan jurang yang curam di pinggiran jalan dan jalan yang cukup nanjak untuk sampai pada titik kawah. Walaupun kendaraan roda 4 bisa memasuki jalan menuju titik kawah, tetapi tiket parkir atas untuk roda 4 tergolong lumayan mahal. Sehingga hal ini menjadi salah satu faktor penurunan wisatawan di Kawah Putih tersebut.

Bukan hanya masalah Aksesibilitas saja yang menjadi faktor penurunan wisatawan di Kawah Putih, tetapi ada beberapa faktor lainnya yang menjadi pengaruh terhadap penurunan wisatawan dilihat dari data hasil wawancara dengan salah satu wisatawan yang pernah berkunjung ke Wana Wisata Kawah Putih yang disajikan kedalam tabel berikut:

Tabel 1.3

Data Hasil Wawancara Dengan Salah Satu Wisatawan Kawah Putih

| No | Daftar Pertanyaan | Daftar Jawaban |
|----|--|--|
| 1 | Apakah sebelumnya saudara pernah berkunjung ke Wisata Kawah Putih ? | - Iya saya sudah pernah berkunjung ke Wisata Kawah Putih |
| 2 | Apa yang membuat saudara tertarik berkunjung ke Wisata Kawah Putih ? apa yang menjadi daya tarik saudara untuk berkunjung ke Kawah Putih ? | - Saya tertarik berkunjung ke Kawah putih karena yang pertama adalah rasa penasaran saya terhadap kawah putih. - Yang menjadi daya tarik saya untuk berkunjung ke Kawah Putih yaitu karena pesona dan keindahan dari kawah putih yang saya lihat di berbagai media sosial, selain itu Kawah Putih menurut saya Wisata Alam yang unik karena terlihat kawah yang saat atau surut dan warna air nya kadang berubah. |
| 3 | Menurut saudara, apa kekurangan dari Wisata Kawah Putih yang harus segera dipecahkan ? harapan saudara untuk Wisata Kawah Putih nantinya ? | - Menurut saya kekurangan yang ada di Wisata Kawah Putih yang saya rasakan sendiri sewaktu saya berkunjung kesana yaitu akses untuk menuju titik kawah yang tidak bisa ditempuh dengan kendaraan roda 2 membuat saya membayar tiket 2 kali lipat yaitu tiket masuk perorang dan tiket kendaraan ontang-anting untuk menuju titik kawah, selain itu terbatasnya pendopo atau rumah istirahat, kemudian tidak adanya spot selfie buatan yang ditambah untuk menarik pengunjung. - Harapan saya untuk Kawah Putih kedepannya yaitu memperbaiki akses |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>jalan menuju titik kawah, membuat tambahan pendopo atau rumah istirahat, membenahi rumah galeri yang ada di sekitar titik kawah, membuat atau membangun spot selfie dengan baik dan bagus agar dapat meningkatkan wisatawan yang berkunjung ke Kawah Putih.</p> |
|--|--|--|

Sumber: Peneliti Berdasarkan Wawancara dengan Salah Satu Wisatawan (Di Akses Pada Tanggal 12 November 2017 Pukul 14.30 WIB).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti ini akan berusaha mengetahui, menguji dan menganalisis tentang produk wisata (atraksi, amenitas dan aksesibilitas) terhadap kepuasan wisatawan. Dimana peneliti mengambil objek penelitian di Wana Wisata Kawah Putih terhadap wisatawan atau pengunjung dikarenakan agar lebih mudah mendapatkan data-data, dikarenakan peneliti pernah melaksanakan magang selama 1 bulan di KBM Wisata Perum Perhutani Divisi Regional Jabar dan Banten dan sudah mengenal para pekerja yang ada di kantor KBM wisata itu sendiri maupun yang ada di lapangan sehingga besar kemungkinan banyak pihak yang membantu dalam melakukan penelitian ini agar cepat terselesaikan. Oleh karena itu peneliti memilih judul **“Pengaruh Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Wana Wisata Kawah Putih Bandung)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang ada diatas, maka identifikasi masalah nya ialah sebagai berikut:

1. Tidak setiap tahun jumlah wisatawan Kawah Putih mengalami kenaikan.

2. KBM Wisata Perum Perhutani belum mengolah dengan maksimal potensi-potensi yang ada di wisata Kawah Putih.
3. Dari ketiga indikator produk wisata dan kualitas pelayanan jasa di Kawah Putih belum bisa memuaskan wisatawan yang berkunjung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang terjadi pada produk wisata terhadap kepuasan wisatawan di Wana Wisata Kawah Putih Ciwidey, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Atraksi terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih?
2. Apakah ada pengaruh Amenitas terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih?
3. Apakah ada pengaruh Aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih?
4. Apakah ada pengaruh Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas secara simultan terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada diatas, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Atraksi terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Amenitas terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas secara simultan terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis
 - a. Memperluas wawasan penulis terhadap fenomena yang terjadi dalam bidang pemasaran khususnya dalam Produk Wisata dan Kualitas Pelayanan Jasa.
 - b. Mengetahui sulitnya dalam pembuatan skripsi
 - c. Merupakan latihan bagi penulis untuk mendefinisikan masalah, menganalisa serta mengadakan penelitian yang bersifat formal.
2. Bagi Objek Wisata Kawah Putih
 - a. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi Wana Wisata Kawah Putih untuk merumuskan kebijakan pemasaran.
 - b. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengantisipasi permasalahan Wana Wisata Kawah Putih Ciwidey di bidang pemasaran pariwisata.

3. Bagi Jurusan

- a. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pihak jurusan yang tertarik dengan bidang ini.
- b. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

F. Kerangka Pemikiran

Philip Kotler, John T. Brown, James C. Makens menjelaskan dalam bukunya *Marketing for Hospitality and Tourism* (2009:304) pengertian dari produk ialah:

“A product is anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need”. It includes physical objects, services, places, organizations, and ideas.

Pengertian yang dimaksud adalah bahwa suatu produk atau barang diciptakan dan ditawarkan ke pasar untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar dan dari produk tersebut pasar atau konsumen mendapatkan kepuasan.

Kaitan pengertian produk dengan produk wisata ialah produk wisata merupakan suatu produk yang nyata, produk ini merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat social, psikologis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkah laku ekonomi, dikemukakan oleh Gamal Suwanto dalam *Dasar-Dasar Pariwisata* (2004:48).

Middleton (2001:122) memberikan pengertian produk wisata lebih dalam yaitu:

“The tourist products to be considered as an amalgam of three main components of attraction, facilities at the destination and accessibility of the destination”.

Dari pengertian di atas kita dapat melihat bahwa produk wisata secara umum terbentuk disebabkan oleh tiga komponen utama yaitu atraksi wisata, fasilitas di daerah tujuan wisata dan aksesibilitas.

Middleton (2001:124) mengungkapkan ada tiga komponen utama dari produk wisata, diuraikan sebagai berikut.

1. Atraksi

Elemen-elemen di dalam suatu atraksi wisata yang secara luas menentukan pilihan konsumen dan mempengaruhi motivasi calon-calon pembeli diantaranya :

- a. Atraksi wisata Alam, meliputi bentang alam, pantai, iklim dan bentukan geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya.
- b. Atraksi wisata buatan / Binaan Manusia, meliputi bangunan dan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, monument, trotoar jalan, taman dan kebun, pusat konvensi, marina, ski, tempat keurbakalaan, lapangan golf, toko-toko khusus dan daerah yang bertema.
- c. Atraksi Wisata Budaya, meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni ,teater music, tari dan pertunjukkan lain, dan museum. Beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi even khusus, festival, dan karnaval.

- d. Atraksi Wisata Sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial.

2. Amenitas / Fasilitas

Terdapat unsur-unsur di dalam suatu atraksi atau berkenaan dengan suatu atraksi yang memungkinkan pengunjung untuk menginap dan dengan kata lain untuk menikmati dan berpartisipasi di dalam suatu atraksi wisata. Hal tersebut meliputi :

a. Fasilitas Wisata

- 1) Akomodasi meliputi hotel, desa wisata, *apartment*, villa, caravan, hostel, *guest house*, dan sebagainya.
- 2) Restoran, meliputi dari makanan cepat saji sampai dengan makanan mewah.
- 3) Aktivitas, seperti sekolah ski, sekolah berlayar dan klub golf.
- 4) Fasilitas-fasilitas lain, misalnya pusat-pusat bahasa dan kursus keterampilan.
- 5) *Retail Outlet*, seperti toko, agen perjalanan, *souvenir*, produsen *camping*.

b. Fasilitas Umum

- 1) Toilet
- 2) Mushola
- 3) Gazebo
- 4) Pelayanan-pelayanan lain, misalnya salon kecantikan, pelayanan informasi, penyewaan perlengkapan dan kebijaksanaan pariwisata.



3. Aksesibilitas

Elemen-elemen ini adalah yang mempengaruhi biaya, kelancaran dan kenyamanan terhadap seorang wisatawan yang akan menempuh suatu atraksi.

Elemen-elemen tersebut ialah :

- a. Infrastruktur
- b. Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, marina.
- c. Perlengkapan, meliputi ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum.
- d. Faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan.
- e. Peraturan Pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai” (Tjiptono, 2011:291). Menurut Kotler (Kotler dan Armstrong, 2009:164) kepuasan

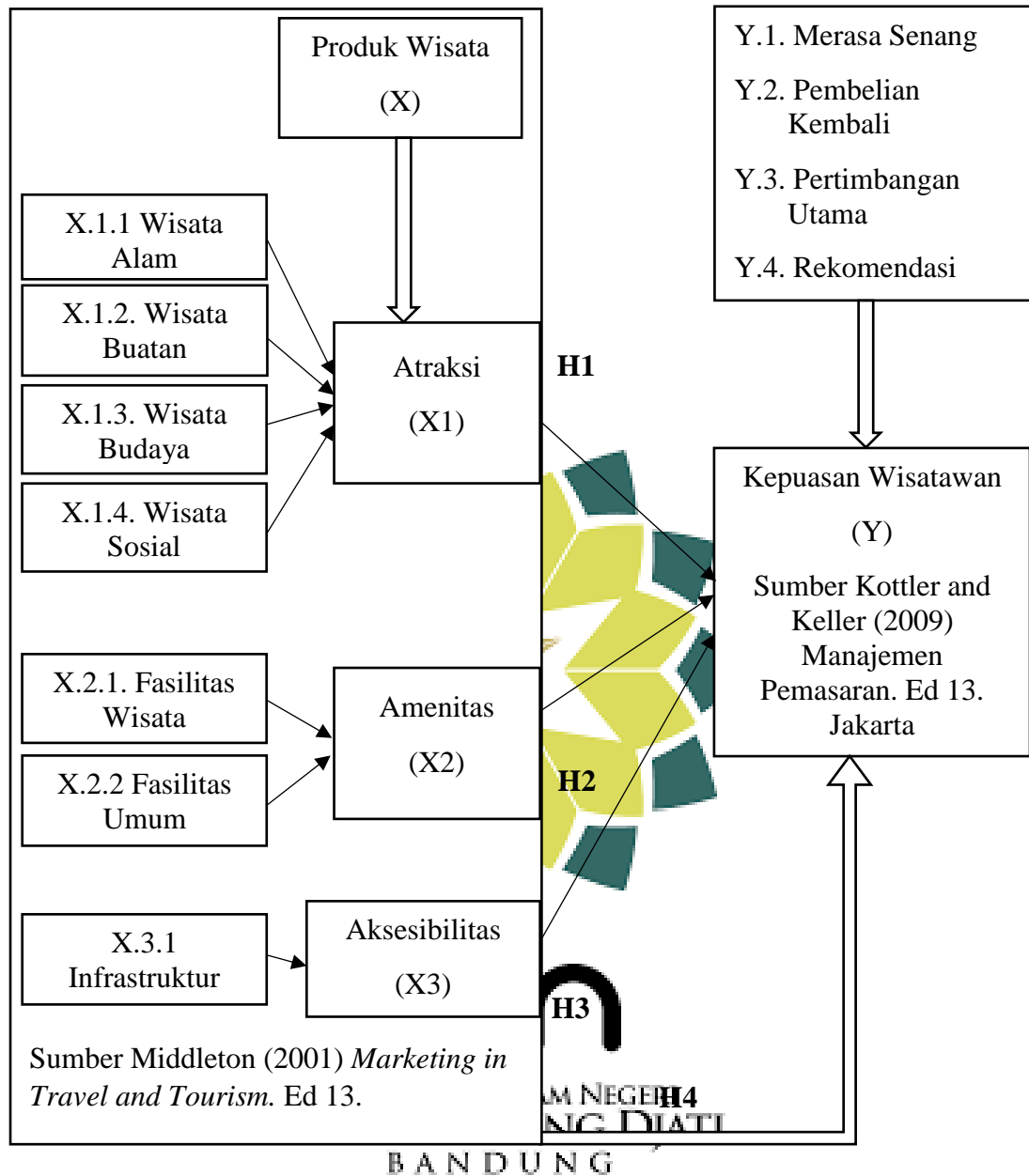
ditentukan oleh ekspektasi dan persepsi pelanggan. Jika manfaat lebih kecil dari harapan maka pelanggan tidak akan puas dan tidak senang. Begitu juga ketika manfaat sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa senang.

Kotler dan Keller (2008:117) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Jika jasa yang dipersepsikan kinerjanya lebih rendah dari yang diharapkan, maka konsumen akan merasa kecewa. Jika persepsi jasa memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan ada kecenderungan konsumen akan mempergunakan penyedia jasa tersebut.

Kotler dan Keller (2008:136-137) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) tergantung pada anggapan kinerja (*perceived performance*) produk dalam memberikan nilai dalam hitungan relatif terhadap harapan pembeli (*customer expectation*). Bila kinerja produk jauh lebih rendah daripada harapan pelanggan, pembeli tidak puas. Namun bila kinerja produk sesuai dengan harapan maka pembeli akan merasa sangat puas.

Beberapa penelitian di atas memberikan suatu model kerangka pemikiran yang dikembangkan dari penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka peneliti mengambil ketiga dimensi dari produk wisata yaitu atraksi, amenitas, dan aksesibilitas. Kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.2.
Kerangka Pemikiran Penelitian
 Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2017)

Tabel 1.4
Penelitian Terdahulu

| NO | PENELITI/ TAHUN | JUDUL | VARIABEL | HASIL | ANALISIS PERBANDINGAN |
|----|-------------------------------------|--|--|---|--|
| 1 | Andri Wahyu Ramdani (2015) | Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata Di Floating Market Lembang | Independen: Produk Wisata. Dependen: Kepuasan Wisatawan | Hasil dari penelitian ini menunjukkan tanggapan wisatawan terhadap tingkat kepentingan dari produk wisata berada pada kategori penting atau memenuhi ekspektasi tinggi guna mendukung kegiatan wisata. | Dalam penelitian terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan terdapat beberapa persamaan terutama di Variabel X dan Variabel Y nya sedangkan perbedaannya terdapat di objek penelitiannya. |
| 2 | Israul Khairi (2017) | Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata di Pantai Tanjung Kelayang Kabupaten Belitung Studi Pada Pengunjung Pantai Tanjung Kelayang Kabupaten Belitung | Independen: produk wisata. Dependen: kepuasan wisatawan | Variabel Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. | Dalam penelitian terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan terdapat beberapa persamaan terutama di Variabel X dan Variabel Y nya sedangkan perbedaannya terdapat di objek penelitiannya. |
| 3 | Ilham Ramdani (2017) | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Studi Pada Konsumen Pantai Wisata | Independen: Kualitas Pelayanan. Dependen: Kepuasan Konsumen | variabel Tangible, Reliability, dan Resvonsiveness berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. | Dalam penelitian terdahulu yang sedang dilakukan terdapat kesamaan dalam variabel X dan Y sedangkan perbedaannya terdapat di objek penelitiannya. |

| | | | | | |
|---|----------------------|--|--|--|---|
| | | Karang Song Indramayu. | | | |
| 4 | Nur Fadilah (2012) | Pengembangan Atraksi Pantai Tanjung Kelayang Belitung Berdasarkan Persepsi wisatawan | Independen: Atraksi. Dependen: Persepsi Wisatawan | Hasil penelitian ini menunjukkan perlu adanya pengembangan atraksi wisata yang dapat menarik para wisatawan | Dalam penelitian terdahulu yang sedang dilakukan terdapat satu indikator dalam variabel X sedangkan perbedaannya terdapat di variabel Y dan di objek penelitiannya. |
| 5 | Pandu Riyanto (2017) | Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Studi Pada Wisatawan Atau Pengunjung di Pandai Pangandaran Kabupaten Pangandaran | Independen: bauran pemasaran. Dependen: minat berkunjung kembali | Mengemukakan bahwa secara simultan, produk, promosi, harga, dan tempat berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Secara parsial produk, promosi, harga dan tempat berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali tetapi tidak signifikan. | Dalam penelitian terdahulu yang sedang dilakukan terdapat satu indikator dalam variabel X sedangkan perbedaannya terdapat di variabel Y dan di objek penelitiannya. |
| 6 | Ita Septianti (2017) | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Pengguna Jasa Kereta Api Argo | Independen: Kualitas Pelayanan dan Harga. Dependen: Kepuasan Pelanggan. | Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. | Dalam penelitian terdahulu yang sedang dilakukan terdapat kesamaan dalam variabel X_1 dan Y sedangkan perbedaannya terdapat di variabel X_2 dan di objek penelitiannya. |

| | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|
| | | Parahyangan DAOP II Bandung. | | | |
| 7 | Rizka Anindita Pangesti (2016) | Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Pada Uni Beach Hotel Pangandaran. | Independen: Kualitas Pelayanan Jasa dan Harga. Dependen: Kepuasan Konsumen. | Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. | Dalam penelitian terdahulu yang sedang dilakukan terdapat kesamaan dalam variabel X_1 dan Y sedangkan perbedaannya terdapat di variabel X_2 dan di objek penelitiannya. |

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2017)

G. Hipotesis

Hipotesis 1: Atraksi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih.

Hipotesis 2: Amenitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih.

Hipotesis 3: Aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih.

Hipotesis 4: Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Kawah Putih.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG