

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jawa Barat merupakan salah satu Provinsi terbesar di Indonesia yang letak geografisnya berbatasan dengan Ibu Kota Indonesia. Jawa Barat sendiri memiliki keanekaragaman daya tarik wisata yang cukup tinggi baik itu potensi alam, budaya, maupun buatan. Keanekaragaman itu dapat memberikan alternatif pilihan berwisata yang lebih bervariasi bagi wisatawan. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Pasal 1 bahwa 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 wisatawan. Adapun data kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi di Jawa Barat, yaitu:

TABEL 1.1
PERTUMBUHAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
YANG BERKUNJUNG KE DESTINASI DI JAWA BARAT 2005-2009

Tahun	2005	2006	2007	2008	2009
Wisatawan Nusantara/Orang	16.890.160	23.859.547	23.782.302	25.452.040	32.000.000
%	Not available	41,3	-0,3	7,02	25,72

Sumber: Modifikasi Disbudpar Kab/Kota di Jawa Barat, 2011

Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi yang ada di Jawa Barat selama dua tahun terakhir, yaitu tahun 2008 dan 2009 mengalami peningkatan setelah terjadi penurunan pada tahun 2007. Tabel 1.1 tampak bahwa pertumbuhan

jumlah kunjungan wisatawan nusantara pada tahun 2009 lebih besar dibandingkan tahun 2008, dimana pada tahun 2009 jumlah kunjungan wisatawan nusantara mencapai 32.000.000 dengan persentase kenaikan sebesar 25,72%.

Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan nusantara tidak terlepas dari beberapa destinasi unggulan yang ada di Jawa Barat karena keunggulan destinasi merupakan keunggulan yang dapat menarik minat wisatawan nusantara untuk berkunjung ke Jawa Barat. Kabupaten/Kota di Jawa Barat yang memiliki destinasi unggulan diantaranya, yaitu Kab. Subang, Kab. Cirebon, Kota Bandung, Kab. Bandung, Kota Bogor, Kab. Garut, Kab. Ciamis, Kab. Cianjur, Kab. Bogor, dan Kab. Tasikmalaya.

Kabupaten Tasikmalaya merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Barat yang memiliki potensi pariwisata cukup tinggi baik itu yang bersumber dari alam, budaya, maupun hasil buatan manusia yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi yang ada di Kabupaten Tasikmalaya (Disbudpar Kab/Kota di Jawa Barat, 2011). Hal ini terlihat pada tabel berikut:

TABEL 1.2
PERTUMBUHAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
YANG BERKUNJUNG KE DESTINASI DI KABUPATEN
TASIKMALAYA 2006-2010

Tahun	2006	2007	2008	2009	2010
Wisatawan Nusantara/Orang	535.619	606.303	580.740	580.207	624.743
%	Not available	13,20	-4,22	-0,09	7,13

Sumber: Modifikasi Disbudpar Kabupaten Tasikmalaya, 2011

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi yang ada di Kabupaten Tasikmalaya dari

tahun 2006 sampai dengan tahun 2010 mengalami fluktuasi. Pada Tabel 1.2 tampak bahwa pada tahun 2010 jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi di Jawa Barat mencapai 624.743 dengan tingkat persentase sebesar 7,13 %.

Sekian banyak potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Tasikmalaya yang sering dikunjungi oleh wisatawan nusantara sebanyak 11 destinasi, yaitu: Pamijahan, Syech Tubagus Anggaraji, Cipanas Galunggung, Cipanas Cigunung, Cipanas Cipacing, Pantai Karangtawulan, Pantai Cipatujah, Pantai Sindangkerta, Pantai Pamayangsari, Taman Bubujung Indah, dan Kampung Naga. Berikut data kunjungan wisatawan nusantara di 11 destinasi yang ada di Kabupaten Tasikmalaya, yaitu:

TABEL 1.3
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA YANG ADA DI
SETIAP DESTINASI KABUPATEN TASIKMALAYA 2006-2010

No	Destinasi	Jumlah Kunjungan				
		2006	2007	2008	2009	2010
Wisata Minat khusus						
1	Pamijahan	359.042	408.163	316.315	302.704	258.816
2	Syech Tubagus Anggaraji	7.047	7.970	6.478	4.665	3.575
Wisata Alam						
3	Cipanas Galunggung	113.981	123.857	144.555	148.002	103.691
4	Cipanas Cigunung	-	-	5.575	6.050	9.520
5	Cipanas Cipacing	-	-	-	11.753	11.710
6	Pantai Karangtawulan	9.405	9.066	10.325	13.106	10.208
7	Pantai Cipatujah	6.471	10.741	19.682	17.354	19.691
8	Pantai Sindangkerta	11.681	13.809	31.126	34.098	30.162
9	Pantai Pamayangsari	13.217	12.712	26.672	28.540	25.524
10	Taman Bubujung Indah	6.595	7.215	11.045	7.955	9.600
Wisata Budaya						
11	Kampung Naga	8.180	12.770	8.967	5.980	38.555
Jumlah		535.619	606.303	580.740	580.207	624.743

Sumber: Modifikasi Disbudpar Kabupaten Tasikmalaya, 2011

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan nusantara di 11 destinasi yang ada di kabupaten Tasikmalaya dari tahun 2006 sampai dengan 2010 rata-rata mengalami fluktuasi. Pada Tabel 1.3 tampak bahwa data kunjungan wisatawan nusantara Cipanas Galunggung dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2009 mengalami peningkatan, sedangkan pada tahun 2010 jumlah kunjungan wisatawan nusantara di Cipanas Galunggung mengalami penurunan.

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang terjadi di Cipanas Galunggung pada tahun 2010 dapat dilihat juga pada tingkat persentase yang diperoleh, yaitu:

TABEL 1.4
DATA KUNJUNGAN DAN PERSENTASE KENAIKAN
WISATAWAN NUSANTARA DI CIPANAS GALUNGGUNG 2006-2010

Tahun	2006	2007	2008	2009	2010
Wisatawan nusantara/Orang	113.981	123.857	144.555	148.002	103.691
%	Not available	8,66	16,71	2,38	-29,94

Sumber: Modifikasi Disbudpar Kabupaten Tasikmalaya, 2011

Pada Tabel 1.4 diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Cipanas Galunggung dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2009 mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2010 jumlah kunjungan wisatawan nusantara Cipanas Galunggung mengalami penurunan, dimana pada tahun 2010 jumlah kunjungan wisatawan nusantara mencapai 103.691 dengan tingkat persentase -29,94 %.

Berdasarkan data yang diperoleh juga bahwa penurunan jumlah kunjungan pada tahun 2010 jauh dari target yang diharapkan, dimana pada tahun 2010 pengelola Cipanas Galunggung menargetkan persentase kenaikan jumlah

kunjungan wisatawan nusantara sebesar 40%. (Disbudpar Kabupaten Tasikmalaya, 2011)

Selain itu berdasarkan data yang diperoleh dari pihak pengelola Cipanas Galunggung bahwa strategi yang lain untuk meningkatkan jumlah kunjungan, yaitu strategi promosi yang hanya sebatas pada penyebaran *booklet*, *leaflet* yang disebarakan pada saat pameran berlangsung. (Disbudpar Kabupaten Tasikmalaya, 2011)

Menurut Middleton dalam John I. Richardson dan Martin Fluker (2004:50) Faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung, yaitu *destination attractions*, *destination facilities*, *accessibility*, dan *images*. Selain itu menurut I Gede Pitana dan Putu G. Gayatari (2005:73) mengemukakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung seseorang, yaitu keunggulan daerah tujuan wisata, yang meliputi jenis dan sifat atraksi yang ditawarkan, layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik, aksesibilitas dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan.

Melihat dari fenomena yang ada, maka Cipanas Galunggung perlu melakukan upaya untuk meningkatkan persentase jumlah kunjungan wisatawan, yaitu melalui atribut produk wisata yang terdiri dari *destination attractions*, *destination facilities*, *accessibility*, dan *images*.

Cipanas Galunggung merupakan salah satu destinasi alam yang ada di Kabupaten Tasikmalaya yang berlokasi di Desa Linggarjati, Kecamatan Surakatau yang berjarak kurang lebih 17 km dari pusat Kota Tasikmalaya. Atraksi wisata yang dapat dinikmati atau dilakukan oleh wisatawan di Cipanas Galunggung,

yaitu berenang di air panas, dapat melihat keindahan danau, dan panorama alam pengunungan. Selain itu di Cipanas Galunggung juga wisatawan dapat melakukan berbagai macam atraksi wisata lainnya, yaitu seperti berendam di kamar rendam tertutup, jogging, melewati tangga sebanyak 620 untuk mencapai danau Galunggung, panjat tebing, mandi di air terjun, berkemah, botram (makan bersama), lintas alam, dan berbelanja di kios wisata.

Oleh karena itu untuk menunjang berbagai macam aktivitas yang akan dilakukan oleh wisatawan selama berwisata, Cipanas Galunggung telah memiliki beberapa fasilitas diantaranya: kolam renang air panas, adanya kamar rendam tertutup, kopel peneduh, mushola, toilet, kios wisata, dan area parkir wisata.

Adapun aksesibilitas pendukung untuk menuju Cipanas Galunggung, yaitu adanya transportasi umum menuju Cipanas Galunggung, terdapat dua jalur untuk menuju Cipanas Galunggung, yaitu jalan indihyang sekitar 17 km dan jalan cipasung 22 km, dan infrastruktur jalan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan beberapa wisatawan menyatakan bahwa berkunjung ke Cipanas Galunggung merupakan pilihan yang tepat untuk berwisata, wisatawan menganggap bahwa produk wisata yang dimiliki oleh Cipanas Galunggung berbeda dengan destinasi lain yang ada di Kabupaten Tasikmalaya. Selain wisata rekreasi, wisatawan juga menganggap Cipanas Galunggung merupakan wisata kesehatan.

Wisatawan percaya bahwa air Cipanas Galunggung yang pada umumnya mengandung *sulfur* dapat menyembuhkan penyakit seperti penyakit kulit, rematik, dan wisatawan percaya bahwa air Cipanas Galunggung berguna untuk

relaksasi ketegangan otot dan terapi penyembuhan penyakit *pasca stroke*. Selain itu mereka percaya bahwa Cipanas Galunggung merupakan salah satu destinasi yang cukup aman untuk dikunjungi oleh wisatawan walaupun keadaan Gunung Galunggung masih aktif.

Hal yang menyakinkan wisatawan bahwa Cipanas Galunggung aman untuk dikunjungi, yaitu terdapat informasi yang *update* yang diinformasikan oleh pihak pengelola Cipanas Galunggung dalam memberikan informasi mengenai keadaan Cipanas Galunggung, sehingga wisatawan tahu keadaan yang baik atau buruk mengenai Cipanas Galunggung. Selain itu disekitar kawasan terdapat papan informasi mengenai boleh tidaknya wisatawan mengunjungi area yang disekitar Cipanas Galunggung.

Menurut Nuryanti dalam I Gede Pitana (2005:64) *Image* terbentuk di pasar merupakan kombinasi antara berbagai faktor yang ada pada destinasi yang bersangkutan (seperti cuaca, pemandangan alam, keamanan, kesehatan, dan sanitasi, keramahtamahan, dan lain-lain) di satu pihak, dan informasi yang diterima oleh calon wisatawan dari berbagai sumber di pihak lain, atau dari fantasinya sendiri. Fantasi walaupun tidak *real*, sangat penting di dalam mempengaruhi keputusan calon wisatawan.

Berdasarkan uraian di atas, atribut produk wisata yang dimiliki oleh Cipanas Galunggung dapat dikelompokkan pada tabel di bawah ini:

TABEL 1.5
ATRIBUT PRODUK WISATA YANG DIMILIKI OLEH
CIPANAS GALUNGGUNG

No	Atribut Produk Wisata	Keterangan
1	<i>Destination attractions</i>	Berenang di air panas, danau, dan panorama alam pegunungan.
2	<i>Destination facilities</i>	Kamar rendam tertutup, kopel peneduh, mushola, toilet, kios wisata, taman bermain, dan area parkir wisata.
3	<i>Accessibility</i>	Adanya transportasi umum menuju Cipanas Galunggung, ada dua jalur untuk menuju Cipanas Galunggung, yaitu jalan indihyang sekitar 17 km dan jalan cipasung 22 km, infrastruktur jalan.
4	<i>Images</i>	Kepercayaan wisatawan terhadap manfaat produk dan kondisi keamanan di Cipanas Galunggung.

Sumber: Modifikasi Disbudpar Kabupaten Tasikmalaya, 2011

Tabel 1.5 merupakan daya tarik wisata yang dimiliki oleh Cipanas Galunggung untuk menarik minat wisatawan supaya berkunjung, mulai dari *destination attractions*, *destination facilities*, *accessibility* maupun *images*.

Klasifikasi wisatawan yang berkunjung ke Cipanas Galunggung, yaitu pelajar mulai dari sekolah dasar hingga mahasiswa, dan wisatawan umum mulai dari yang sudah berkeluarga maupun yang belum berkeluarga. Sebagian besar wisatawan melakukan aktifitas berwisata di Cipanas Galunggung pertama-tama mereka menikmati keindahan danau, dan panorama alam pegunungan, setelah itu mereka melanjutkan kegiatan berenang, berendam maupun kegiatan lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas maka perlu diadakan penelitian mengenai atribut produk wisata dan keputusan berkunjung di Cipanas Galunggung, sehingga penelitian ini di beri judul “Pengaruh Atribut Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara di Cipanas Galunggung Tasikmalaya” (Survei Pada Wisatawan Nusantara di Cipanas Galunggung Tasikmalaya).

1.2 Rumusan Masalah

- 1 Bagaimana gambaran atribut produk wisata yang meliputi *destination attractions*, *destination facilities*, *accessibility* dan *images* di Cipanas Galunggung Tasikmalaya;
- 2 Bagaimana gambaran keputusan berkunjung di Cipanas Galunggung Tasikmalaya;
- 3 Bagaimana pengaruh atribut produk wisata yang meliputi *destination attractions*, *destination facilities*, *accessibility* dan *images* terhadap keputusan berkunjung di Cipanas Galunggung Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

- 1 Untuk memperoleh gambaran atribut produk wisata yang meliputi *destination attractions*, *destination facilities*, *accessibility* dan *images* di Cipanas Galunggung Tasikmalaya;
- 2 Untuk memperoleh gambaran keputusan berkunjung di Cipanas Galunggung Tasikmalaya;
- 3 Untuk mengetahui pengaruh atribut produk wisata yang meliputi *destination attractions*, *destination facilities*, *accessibility* dan *images* terhadap keputusan berkunjung di Cipanas Galunggung Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi keilmuan di bidang manajemen pemasaran pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan atribut produk wisata yang terdiri dari *destination attractions*, *destination facilities*,

accessibility, images, dan keputusan berkunjung sehingga penelitian ini dapat berguna bagi para akademisi dalam mengembangkan teori kepariwisataan.

2. Secara Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan kepada Dinas Pariwisata Tasikmalaya dan Perum Perhutani II Jawa Barat mengenai atribut produk wisata dalam upaya peningkatan keputusan berkunjung wisatawan nusantara di Cipanas Galunggung Tasikmalaya.

