

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata berperan penting baik dalam perekonomian dunia maupun perekonomian suatu negara karena kebutuhan manusia terhadap pariwisata semakin tinggi. Pariwisata berkembang seiring dengan perubahan zaman. Pada era modern pariwisata banyak bertumpu pada logika dan rasionalitas dengan memanfaatkan secara berlebihan aset alam untuk mencari keuntungan. Namun kini kondisi tersebut telah berubah, produk pariwisata yang ditawarkan ternyata mengarah pada perhatian produk yang berorientasi kepada alam (*back to nature*). Wisatawan merasa jenuh dengan kemajuan teknologi dan pengetahuan yang seolah-olah tanpa batas, sehingga kembali menyadari begitu pentingnya kebutuhan keberlanjutan alam. (sumber: [http://staff.unud.ac.id/~nyoman\\_ariana](http://staff.unud.ac.id/~nyoman_ariana) di akses pada tanggal 17 maret 2011)

Provinsi Jawa Barat mempunyai peluang besar untuk mengembangkan dan memajukan sektor pariwisata karena memiliki potensi wisata alam dan budaya yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Mengelola dan mengembangkan potensi wisata alam dengan basis berkelanjutan, dan melakukan pemasaran yang baik adalah salah satu cara untuk mempertahankan eksistensi di bidang pariwisata. Berikut ini merupakan tabel mengenai tingkat kunjungan wisatawan provinsi Jawa Barat dari tahun 2006 sampai tahun 2010 yang tersaji pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
**Tingkat Kunjungan Wisatawan Provinsi Jawa Barat Tahun 2006 – 2010**

<b>Tahun</b>	<b>Wisatawan</b>	<b>Rata-Rata Pertumbuhan (%)</b>
2006	24.086.615	-
2007	24.124.261	0,16%
2008	25.714.229	6,59%
2009	24.075.527	-6,37%
2010	38.787.876	61,11%

Sumber: Pengolahan Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat 2011

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa terhitung dari tahun 2006 - 2010 Provinsi Jawa Barat mempunyai tingkat kunjungan wisatawan yang fluktuatif. Pada tahun 2006 – 2008 terjadi peningkatan jumlah wisatawan, dan pada tahun 2009 terjadi penurunan jumlah wisatawan sebesar -6,37% dengan jumlah 24.075.527 orang wisatawan. Pada tahun 2010 terjadi peningkatan jumlah wisatawan sebesar 61,11% dengan jumlah 38.787.876 orang wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Jawa Barat. Hal tersebut dikarenakan semakin berkembangnya wisata belanja maupun kuliner, potensi wisata alam, budaya serta minat khusus yang tersebar di seluruh kota maupun kabupaten di Provinsi Jawa Barat. Adapun mengenai data potensi daya tarik wisata yang tersebar di Provinsi Jawa Barat tersaji ke dalam Tabel 1.2.

**Tabel 1.2**  
**Data Potensi Daya Tarik Wisata  
di Provinsi Jawa Barat**

<b>No.</b>	<b>Kabupaten &amp; Kota</b>	<b>Jenis Daya Tarik Wisata</b>			<b>Jumlah Daya Tarik Wisata</b>
		<b>Alam</b>	<b>Budaya</b>	<b>Minat Khusus</b>	
1.	Kota & Kab. Bogor	19	3	66	88
2.	Kota, Kab. Bandung & Bandung Barat	64	27	10	101
3.	Kota & Kab. Sukabumi	36	7	5	48
4.	Kota & Kab. Cirebon	8	12	1	21

No.	Kabupaten & Kota	Jenis Daya Tarik Wisata			Jumlah Daya Tarik Wisata
		Alam	Budaya	Minat Khusus	
5.	Kota & Kab. Bekasi	4	3	3	10
6.	Kota & Kab. Tasikmalaya	9	2	1	12
7.	Kab. Cianjur	8	2	1	11
8.	Kab. Garut	28	5	5	38
9.	Kab. Ciamis	11	0	12	23
10.	Kab. Kuningan	15	6	2	23
11.	Kab. Majalengka	10	0	10	20
12.	Kab. Sumedang	11	7	6	24
13.	Kab. Indramayu	4	1	0	5
14.	Kab. Subang	27	9	20	56
15.	Kab. Purwakarta	16	12	23	51
16.	Kab. Karawang	12	8	3	23
17.	Kota Depok	6	0	0	6
18.	Kota Cimahi	0	0	0	0
19.	Kota Banjar	1	0	0	1
	Jumlah	289	104	168	561

Sumber: Pengolahan Data Disbudpar Propinsi Jawa Barat 2010

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa Propinsi Jawa Barat memiliki banyak daya tarik wisata yang tersebar di berbagai kota dan Kabupaten. Jumlah daya tarik wisata keseluruhannya mencapai 561 daya tarik wisata yang ada di Jawa Barat. Wisata alam merupakan jenis wisata terbanyak di Jawa Barat jumlahnya sebanyak 289 daya tarik wisata. Kota Bandung, Kabupaten Bandung, dan Kabupaten Bandung Barat memiliki jenis daya tarik wisata terbanyak dengan jumlah keseluruhan 101 daya tarik wisata.

Kabupaten Bandung yang memiliki potensi alam dan budaya, menawarkan berbagai daya tarik wisata. Salah satu daya tarik wisata adalah Taman Wisata Alam Telaga Patengan yang merupakan salah satu kawasan Pelestarian Alam dengan memiliki potensi flora, fauna dan ekosistemnya serta gejala dan keunikan alam yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata alam. Berdasarkan UU

No. 5 tahun 1990 pasal 31 tentang konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya disebutkan bahwa di dalam kawasan Pelestarian Alam dapat dilakukan kegiatan untuk kepentingan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budidaya, budaya dan wisata alam.

Taman Wisata Alam Telaga Patengan merupakan daya tarik wisata alam yang berada di bawah dua departemen yaitu merupakan kawasan konservasi Sumber Daya Alam yang berada di wilayah kerja Seksi Konservasi Wilayah III Bandung, Bidang Konservasi Wilayah II Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Barat dan Banten (untuk kawasan Cagar Alam dan Taman Wisata Alam) dan PTPN VIII (untuk kawasan perkebunan teh). Taman Wisata Alam Telaga Patengan ditetapkan sebagai Cagar Alam berdasarkan GB tanggal 11 Juli tahun 1919 dengan luas kawasan 150 Ha. Kemudian pada tanggal 11 Agustus tahun 1981 dengan keputusan Menteri Pertanian, sebagian Cagar Alam dengan seluas 65 Ha dinyatakan sebagai Taman Wisata Alam. (Sumber: BBKSDA Jawa Barat 2010)

Taman Wisata Alam Telaga Patengan mempunyai pemandangan yang indah dengan suasana alami, nyaman dan sejuk dan merupakan sebuah Telaga/Situ yang dibatasi oleh hutan yang lebat dan perkebunan teh yang hijau, dan terdapat sebuah batu legenda yang dinamakan batu cinta. Beberapa flora dan fauna unik dapat ditemui di kawasan Taman Wisata Alam Telaga Patengan. Secara Topografi merupakan kawasan bergelombang sedang hingga bergunung, berbukit landai dengan kemiringan bervariasi antara 15-40 °, dan termasuk ke dalam iklim hutan hujan pegunungan yang mempunyai temperatur suhu 17-19 ° C.

Akan tetapi hal tersebut belum menjadikan Taman Wisata Alam Telaga Patengan menjadi daerah tujuan wisata utama di Kabupaten Bandung, seperti yang terlihat pada Tabel 1.3 mengenai tingkat kunjungan wisatawan di Taman Wisata Alam Telaga Patengan yang mengalami fluktuasi.

**Tabel 1.3**  
**Tingkat Kunjungan Wisatawan di Taman Wisata Alam Telaga Patengan**  
**Pada Tahun 2006-2010**

Tahun	Target Pengunjung	Realisasi Pengunjung	Pencapaian Target (%)
2006	192.000	235.161	22%
2007	259.000	151.532	-41%
2008	167.000	116.663	-30%
2009	130.000	110.981	-15%
2010	154.000	140.311	-9%

Sumber : Pengolahan Data BBKSDA Jawa Barat 2011

Tabel 1.3 menjelaskan mengenai perbandingan antara target pengunjung dengan realisasi pengunjung pada tahun 2006-2010. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Mamat sebagai staff bidang Penyaji Bahan Perlengkapan Rumah Tangga, Pak Hermawan, S.Hut sebagai staff bidang Penelaah, Penyaji Bahan Pelayanan dan Promosi SDAH & E, dan Gunto Seno, SE sebagai staff bidang Penelaah dan Penyaji Bahan Kepegawaian bahwa setiap tahunnya BBKSDA Jawa Barat dalam menyusun target pengunjung dan penyediaan tiket masuk disesuaikan dengan jumlah pengunjung pada tahun sebelumnya.

Lebih lanjut diketahui mengenai Tabel 1.3 bahwa Taman Wisata Alam Telaga Patengan mempunyai tingkat kunjungan yang fluktuatif dari tahun 2006-2010. Pada tahun 2007-2009 mengalami penurunan tingkat kunjungan. Pada tahun 2010 terjadi kenaikan jumlah pengunjung sebesar 26,43% dengan jumlah 140.311 orang pengunjung. Akan tetapi, kenaikan tersebut belum memenuhi

target kunjungan yang telah ditentukan dengan target 154.000 orang pengunjung pada tahun 2010 dengan pencapaian target yang masih (-9%). Hal tersebut mengindikasikan bahwa terjadi persaingan yang tinggi dari jenis wisata lain yang lokasinya berdekatan dengan Taman Wisata Alam Telaga Patengan. Sehingga Taman Wisata Alam Telaga Patengan belum menjadi lokasi utama daerah tujuan wisata di Kabupaten Bandung.

Apabila jumlah realisasi pengunjung semakin menurun dari target kunjungan, hal tersebut dapat mengakibatkan Taman Wisata Alam Telaga Patengan semakin kurang dikenal, pendapatan daerah menjadi menurun, serta dapat menghambat perekonomian pengusaha kecil yang berjualan di Taman Wisata Alam Telaga Patengan. Terlebih pada tahun 2011, penancangan target kunjungan menjadi 170.000 orang pengunjung.

Menyikapi fenomena yang terjadi, pihak pengelola melakukan upaya melalui produk wisata yang terdiri dari *destination attractions*, *destination facilities and services*, *accessibilities of the destinations*, *image of the destinations*, dan *price to the consumers* dalam mempengaruhi keputusan berkunjung guna meningkatkan kunjungan dalam mencapai target kunjungan dan menjadikan Taman Wisata Alam Telaga Patengan sebagai lokasi utama daerah tujuan wisata di Kabupaten Bandung.

Adapun upaya melalui *destination attractions* Taman Wisata Alam Telaga Patengan dengan menawarkan kesejukan udara dan keindahan danau serta berbagai macam aktivitas wisata seperti berkeliling danau, bermain *flying fox* dengan panjang lintasan 50 meter, *outbound*, *hiking*, *tracking*, memancing,

*camping ground*, fotografi, memetik serta membeli *strawberry* sendiri di kebun, yang dapat menarik pengunjung untuk berkunjung ke Taman Wisata Alam Telaga Patengan.

*Destination facilities and services* yang ditawarkan di Taman Wisata Alam Telaga Patengan antara lain sebuah pesanggrahan/villa/penginapan yang menghadap ke danau tersedia bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan danau dan bermalam disana, kios-kios souvenir yang menjual berbagai macam oleh-oleh untuk dibawa pulang, warung-warung yang menjual makanan dan minuman, tersedia juga sepeda air, peahu dayung, dan perahu boat yang disewakan dalam mendukung aktifitas untuk mengelilingi danau dan menuju ke batu cinta yang terletak di Pulau Sasaka, lapangan untuk *camping*/bermain dalam mendukung aktifitas mini *outbound* atau *camping ground*.

*Accessibilities of the destinations* merupakan hal penting untuk perkembangan sebuah destinasi. Kondisi jalan menuju Taman Wisata Alam Telaga Patengan yang sebelumnya rusak, pada saat ini sudah dalam perbaikan sehingga memberikan kenyamanan kepada wisatawan yang akan berkunjung. Pembuatan website [bbksda-jabar.dephut.go.id](http://bbksda-jabar.dephut.go.id) yang memberikan informasi mengenai daya tarik wisata yang dikelola BBKSDA salah satunya Taman Wisata Alam Telaga Patengan, bekerjasama dengan salah stasiun televisi lokal di Bandung, membuat leaflet dan brosur, kemudahan dalam mengakses informasi mengenai Taman Wisata Alam Telaga Patengan melalui blog pribadi pengunjung yang pernah berkunjung secara tidak langsung ikut membantu dalam memperkuat

*image of the destinations* Taman Wisata Alam Telaga Patengan sebagai wisata alam.

Pihak pengelola melakukan *price to the consumers* dengan mengubah kebijakan mengenai harga tiket masuk yang terdiri dari tiket masuk unit koperasi dan PNBP (Pendapatan Negara Bukan Pajak). Pada saat ini hanya berlaku tiket masuk dari unit koperasi untuk semua jenis kendaraan, wisatawan nusantara, dan wisatawan mancanegara. Sedangkan tiket PNBP hanya berlaku untuk wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara, tetapi tidak berlaku untuk semua jenis kendaraan.

Produk wisata merupakan hal yang penting baik bagi pengunjung maupun pengelola Taman Wisata Alam Telaga Patengan. Pengunjung membutuhkan produk wisata untuk memenuhi kebutuhannya pada saat berkunjung, sedangkan bagi pengelola produk wisata alam merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada pengunjung. Mempertegas penjelasan sebelumnya I Gede Pitana dan Putu G. Gayatari (2005:66), mengatakan bahwa keputusan wisatawan melakukan perjalanan wisata salah satunya dipengaruhi oleh kuatnya faktor penarik. Faktor penarik merupakan *destination-specific attributes* yang dimiliki DTW (Daerah Tujuan Wisata) akan menyebabkan orang tersebut memilih DTW (Daerah Tujuan Wisata) tertentu untuk memenuhi *need* dan *wants*. Komponen dari produk wisata merupakan salah satu faktor penarik tersebut.

Produk wisata yang terdiri dari *destination attractions*, *destination facilities and services*, *accessibilities of the destinations*, *image of the destinations*, dan *price to the consumers* perlu dikelola dengan baik agar dapat

mempengaruhi keputusan pengunjung. Berdasarkan fenomena tersebut, maka perlu diadakan penelitian mengenai **"Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Taman Wisata Alam Telaga Patengan."**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah diungkapkan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai produk wisata di Taman Wisata Alam Telaga Patengan
2. Bagaimana gambaran mengenai keputusan berkunjung di Taman Wisata Alam Telaga Patengan
3. Bagaimana pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung di Taman Wisata Alam Telaga Patengan

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai produk wisata di Taman Wisata Alam Telaga Patengan
2. Untuk memperoleh gambaran mengenai keputusan berkunjung di Taman Wisata Alam Telaga Patengan
3. Untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung di Taman Wisata Alam Telaga Patengan

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan :

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi keilmuan di bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan produk wisata dan keputusan berkunjung, sehingga penelitian ini dapat berguna bagi para akademisi dalam mengembangkan teori kepariwisataan.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi BBKSDA Jawa Barat selaku pengelola Taman Wisata Alam Telaga Patengan dalam meningkatkan kunjungan dan mempengaruhi keputusan berkunjung melalui produk wisata di Taman Wisata Alam Telaga Patengan, sehingga nantinya bila sudah dilakukan evaluasi dapat mengetahui kekurangan dari strategi pemasaran yang dilakukan.
2. Bagi pihak-pihak terkait, diharapkan hasil penelitian ini dapat ikut membantu dalam mengembangkan produk wisata di Taman Wisata Alam Telaga Patengan.