

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sumber penghasilan suatu daerah. Dengan pengelolaan yang baik, suatu obyek wisata dapat menjadi sumber pendapatan yang besar. Menurut UU No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan tertera pada pasal 3 kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

Dewasa ini pertumbuhan dan perkembangan Industri Pariwisata sangat pesat di Indonesia, Pariwisata sekarang telah menjadi sumber perolehan devisa. Pertumbuhan yang terjadi di sektor Pariwisata erat kaitannya dengan manusia atau wisatawan yang memiliki keinginan dan kebutuhan untuk berpergian atau berrekreasi ke suatu tempat guna meningkatkan kualitas hidupnya. Karena Pariwisata adalah suatu system terbuka dari unsur-unsur yang saling berinteraksi dalam suatu lingkungan yang luas, mulai dari unsur manusia seperti wisatawan, tiga unsur geografis: Negara asal wisatawan, negara yang dijadikan tempat transit, dan daerah tujuan wisata serta unsur ekonomi, yaitu industri pariwisata (MacIntosh, Leiper dalam Yoeti, 2009 hlm. 9-10). Setiap daerah di Indonesia memiliki potensi sumber daya alam dan budaya yang beragam dan dapat dijadikan potensi daya tarik wisata untuk dikembangkan menjadi sebuah daerah tujuan wisata, salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia adalah Jawa Barat. Jawa Barat merupakan salah satu Provinsi terbesar di Indonesia yang memiliki keanekaragaman daya tarik wisata yang cukup tinggi baik daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan, hal tersebut yang memberikan motivasi dan dorongan kepada wisatawan untuk berkunjung ke objek Wisata di Jawa Barat. Berikut ini dapat dilihat pertumbuhan kunjungan wisatawan ke Objek wisata di Provinsi Jawa Barat pada tabel 1.1, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat, Pada Tahun 2008-2012

Tahun	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Asing	Pertumbuhan %
2008	23.782.802	-0,3	338.959	49,3
2009	24.075.027	1,2	254.551	-24,9
2010	25.066.687	4,1	205.033	-19,5
2011	25.781.420	2,8	215.347	5,0
2012	26.021.223	4,8	221.410	2,8

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan pertumbuhan kunjungan wisatawan ke objek wisata di Jawa Barat cenderung fluktuatif, terlihat pada tahun 2009 terjadi penurunan pertumbuhan wisatawan asing mencapai -24,9%, dan pada tahun 2010 kembali terjadi penurunan pertumbuhan kemabali sebesar -19,5 %. Sebaliknya, wisatawan nusantara sendiri dari tahun – ketahun menunjukkan pertumbuhan yang membaik. Meningkatnya kecenderungan masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata tentunya berdampak positif bagi perkembangan sektor pariwisata di daerah – daerah yang ada di Provinsi Jawa Barat.

Pertumbuhan jumlah kunjungan wisata yang terjadi di Jawa Barat erat kaitannya dengan daerah tujuan wisata dengan keunggulannya yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Jawa Barat. Kabupaten Tasikmalaya merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang memiliki pertumbuhan objek daya tarik wisata dan berpotensi untuk dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata, daya tarik wisata di Kabupaten Tasikmalaya terdiri dari wisata alam, wisata budaya, wisata Argo dan wisata minat khusus. Terdapat beberapa objek wisata yang tercatat di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tasikmalaya Seperti:, Cipanas Galunggung, Pantai Karangtawulan, Lokasi Ziarah

Pamijahan, Kampung Naga, Pantai Cipatujah, Pantai Sindangkerta, Pantai Pamayangsari, Taman Bubujung Indah, Lokasi Ziarah Makam Syech Tubagus Anggariji dan Wanawisata Cipanas Galunggung. Berikut ini dapat data arus kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kabupaten Tasikmalaya dapat di lihat pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Arus Kunjungan Wisatawan ke objek wisata di Kabupaten Tasikmalaya pada tahun 2006-2011

NO	Dearah Tujuan Wisata	Jumlah Wisatawan					
		2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	Cipanas Galunggung	114,052	123,936	144,686	148,160	103,853	132,339
2	Pantai Karangtawulan	9,513	9,223	10,518	13,302	10,444	7,977
3	Pamijahan	359,042	408,163	316,315	302,704	258,816	258,479
4	Kampung Naga	12,320	17,046	13,053	8,349	45,373	58,811
5	Pantai Cipatujah	6,543	10,841	19,801	17,475	19,865	11,927
6	Pantai Sindangkerta	11,754	13,909	31,253	34,219	30,336	26,594
7	Pantai Pamayangsari	13,288	12,812	26,799	11,753	11,710	12,461
8	Taman Bubujung Indah	6,595	7,215	11,045	28,649	25,698	17,830
9	Makam Syech Tubagus Anggariji	7,047	7,970	6,478	7,955	9,600	6,360
10	Wanawisata Cipanas Galunggung	110,616	84,821	144,685	4,665	3,575	3,860
Jumlah		650,770	695,936	724,633	577,231	519,270	536,638

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya

Dari data diatas terjadi penurunan arus wisatawan yang berkunjung ke objek – objek wisata di Kabupaten Tasikmalaya terutama pada tahun 2008 – 2009 yaitu mengalami penurunan sebanyak 147,402 orang. Oleh karena itu Disbudpar Kabupaten Tasikmalaya perlu untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, dimana strategi pemasaran tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, sehingga intensitas kunjungan wisatawan yang masuk ke Kabupaten

Tasikmalaya meningkat, selain strategi pemasaran yang menjadi tolak ukur meningkatnya kunjungan wisatawan, kepuasan pengunjung terhadap produk – produk wisatapun menjadi salah satu acuan agar menghasilkan *repeater guest* dan menghindari terjadi resiko kehilangan pengunjung.

Menurut Solahuddin Nasution, M. Arif Nasution dan Janianton Damanik (2005, hlm. 83) gambaran kualitas ODTW di lapangan dari perspektif konsumen dan menghasilkan rekomendasi untuk perbaikan atau peningkatan secara nyata, kajian ilmiah juga akan dapat mengidentifikasi pandangan, harapan, dan kebutuhan – kebutuhan wisatawan terhadap ODTW. Gambaran kualitas ODTW ini mempunyai implikasi yang strategis dalam pengembangan produk yang disukai sesuai dengan kebutuhan wisatawan terutama wisatawan yang mayoritas mampu memberikan prioritas keamanan, kenyamanan, ketenangan dan pengalaman baru. Ditambahkan oleh Weiller dan Hall dalam Jurnal Studi Pembangunan (2005, hlm. 88) saat ini terjadi pergeseran preferensi perjalanan wisata dari bentuk “*organized mass tourism*” menuju bentuk “*organized individual tourism*”. mereka cenderung meninggalkan produk – produk wisata massal dan beralih menuju produk – produk wisata unik (*un-mainstream*) yang beragam dan berkualitas tinggi (*high quality*). Maka dari itu, inovasi – inovasi dan pengembangan produk baru juga sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas dan keberagaman produk wisata agar tingkat kepuasan semakin tinggi.

Kotler dan Keller (2003, hlm. 78) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Apabila penampilan produk yang diharapkan oleh konsumen tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, maka dapat dipastikan konsumen akan merasa tidak puas dan apabila penampilan produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan konsumen, maka kepuasan atau kesenangan akan dirasakan konsumen. Upaya yang telah dilakukan pemerintah untuk mengembangkan industri pariwisata di Indonesia diantaranya mengadakan

sarana akomodasi yang memadai, promosi, kemudahan perjalanan, penambahan dan pengembangan kawasan pariwisata, dan meningkatkan kualitas produk atau terus mengupayakan produk wisata baru. Pariwisata dapat dijadikan pemicu pembangunan pada berbagai sektor dan andalan dalam mengumpulkan sumber dana pembangunan daerah. Demikian juga dengan Kabupaten Tasikmalaya yang menyimpan potensi pariwisata yang cukup menjanjikan dengan keragaman daya tarik wisata baik wisata pantai maupun wisata pegunungan. Salah satunya yaitu objek wisata Gunung Galunggung. Gunung Galunggung adalah salah satu gunung berapi di Indonesia yang terletak di Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat. Gunung Galunggung merupakan gunung berapi dengan ketinggian 2.167 meter di atas permukaan laut, terletak sekitar 17 km dari pusat kota Tasikmalaya. Terdapat beberapa daya tarik wisata yang ditawarkan antara lain obyek wisata pemandian air panas dan daya tarik wana wisata dengan areal seluas kurang lebih 120 hektare di bawah pengelolaan Perum Perhutani. Obyek wisata pemandian air panas dibawah pengelolaan Pemda seluas kurang lebih 3 hektar berupa pemandian air panas (Cipanas) dengan fasilitas kolam renang, kamar mandi dan bak rendam air panas. Disamping itu, panorama kawah yang indah menjadi menjadi daya tarik untuk pada pendaki dan penggemar fotografi atau wisata keluarga yang hanya sekedar menikmati pemandangan alam Gunung Galunggung. 620 tangga yang menjadi salah satu tempat favorit untuk berfoto. Di kawasan ini terdapat berbagai fasilitas (Dinas Budaya dan Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya) seperti areal parkir, mesjid, kafe, sarana bermain anak – anak, kolam renang, bak rendam air panas, arena pertunjukan, camping ground, shelter – shelter dan sentra oleh – oleh dan jajanan.

Dari keterangan daya tarik, atraksi dan aksesibilitas berikut tabel pertumbuhan kunjungan wisatawan Gunung Galunggung Tahun 2006 – 2013:

Tabel 1.3
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya Tahun 2006-2013

Tahun	Wisatawan				Jumlah	Pertumbuhan (%)
	Cipanas Galunggung	Pertumbuhan (%)	Wana wisata Galunggung	Pertumbuhan (%)		
2006	114.052	-	110.616	-	224,668	-
2007	123.936	8,7	84.821	-25,8	208,757	-7,1
2008	144.686	16,7	144.685	70,5	289,371	38,6
2009	14.816	2,4	4.665	-96,8	152,825	-47,2
2010	103.853	-29	3.575	-23,3	107,428	-29,7
2011	132.339	27,4	3.860	7,97	136,199	26,8
2012	105.503	-11,2	45.305	84,2	150.808	9,6
2013	165.894	22,2	95.503	35,6	261.397	7,8

Sumber: Dinas Budaya dan Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan data pertumbuhan kunjungan wisatawan diatas pada tahun 2009 terjadi penurunan jumlah wisatawan yang signifikan yaitu -47,2 % dengan jumlah wisatawan sebanyak 152,825 orang dan pada tahun 2010 mengalami penurunan kembali sebesar -29,7 %. Hal ini disebabkan karena pada Februari 2009 status Gunung Galunggung aktif kembali, sehingga membuat wisatawan khawatir dan takut untuk mengunjungi KWGG. Kemudian terjadi kenaikan arus kunjungan wisatawan pada tahun 2011 – 2013 hal ini dikarenakan pada tahun 2010 Pemerintah setempat telah memperbaiki kualitas jalan menuju KWGG dan juga status Gunung Galunggung dinyatakan aman kembali sehingga wisatawan dapat mengunjungi KWGG. Maka dari itu pertumbuhan kunjungan wisatawan di KWGG cenderung fluktuatif.

Kawasan Wisata Gunung Galunggung sebagai salah satu aset pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya perlu di perhatikan mengingat kawasan wisata ini memiliki daya tarik alami yang tidak dimiliki oleh obyek wisata sejenis. Kawasan ini dihadapkan pada tantangan untuk menarik hati para wisatawan agar mau berkunjung baik dari keindahan alam, keindahan puncak gunung, atraksi wisata yang disuguhkan, kebudayaan masyarakat lokal dan curug juga pemandian air panas alami yang hanya satu – satunya (unsur *tengible*) dan juga pelayanannya (unsur *intengible*). Kawasan Wisata Gunung Galunggung sendiri mempunyai produk wisata yang sudah dibentuk, mulai dari jenis daya tarik wisata, aktivitas

wisata, fasilitas wisata dan aksesibilitas. Gamal Suwanto (2004: 48) Produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan (segi ekonomis), jasa masyarakat (segi sosial/ psikologis) dan jasa alam. Produk wisata juga merupakan gabungan dari berbagai komponen, antara lain: atraksi suatu daerah tujuan wisata, fasilitas/ amenities yang tersedia, dan aksesibilitas ke dan dari daerah tujuan wisata. Produk wisata di Kawasan Wisata Gunung Galunggung sendiri belum ditinjau lebih lanjut, apakah produk wisata tersebut sudah menimbulkan kepuasan pengunjung atau belum, timbulnya kepuasan pengunjung sendiri bereaksi positif terhadap peningkatan pengunjung, disamping akan terjadi strategi pemasaran *word of mouth* yang baik juga akan menimbulkan *repeater guests*. Karena itulah diperlukan suatu studi mengenai kajian terhadap kepuasan pengunjung terhadap kualitas produk wisata guna meningkatkan kunjungan wisata dan repeater guest yang telah disuguhkan oleh Kawasan Wisata Gunung Galunggung yang nantinya diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak yang terkait guna meningkatkan kualitas produk wisata yang menjadi tolak ukur kepuasan pengunjung dan menimbulkan repeater guests untuk Kawasan Wisata Gunung Galunggung.. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan wisatawan, kualitas memberikan dorongan kepada wisatawan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan objek wisata. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu: **“Pengaruh Kualitas Produk Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung di Kawasan Wisata Gunung Galunggung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Kawasan Wisata Gunung Galunggung merupakan salah satu kawasan wisata di Kabupaten Tasikmalaya. Kawasan Wisata Gunung Galunggung memiliki daya tarik alami yang berbeda dengan kawasan lain yang sejenis. Potensi yang dapat ditemukan di Kawasan Wisata Gunung Galunggung diantaranya pemandangan alam yang masih asri keanekaragaman jenis flora dan

fauna dapat ditemukan di sana, keindahan panorama kawah mati dan adanya pemandian air panas alami satu – satunya di Tasikmalaya. Jika potensi yang ada didukung dengan fasilitas dan aksesibilitas yang baik tentunya akan menimbulkan kepuasan berwisata di kawasan tersebut. Untuk itu perlu diketahui kualitas produk wisata yang saat ini berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, dengan hasil yang nantinya diperoleh dapat menjadi masukan bagi pihak yang berkepentingan dalam mengambil kebijakan untuk perencanaan dan pengelolaan yang tepat sehingga berdampak bagi kemajuan kawasan ini ke depannya. Dari uraian tersebut dapat dirumuskan:

1. Bagaimana kualitas produk wisata di Kawasan Wisata Gunung Galunggung?
2. Bagaimana kepuasan pengunjung Kawasan Wisata Gunung Galunggung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk wisata terhadap kepuasan pengunjung di Kawasan Wisata Gunung Galunggung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi produk pariwisata di Kawasan Wisata Gunung Galunggung
2. Menganalisis kualitas produk wisata terhadap kepuasan pengunjung di Kawasan Wisata Gunung Galunggung
3. Menganalisis pengaruh produk wisata Kawasan Gunung Galunggung terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, dapat menambah pengetahuan, wawasan, pengalaman, dan pemahaman tentang kepariwisataan.
2. Bagi masyarakat, sebagai sarana dalam menumbuhkan kesadaran dan

kepedulian akan lingkungan dan pariwisata serta sarana informasi dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia.

3. Bagi pemerintah, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah masukan untuk dapat memperhatikan kepuasan pengunjung Kawasan Wisata Gunung Galunggung yang ditinjau dari kualitas produk wisata yang ditawarkan sehingga mampu menghindari resiko kehilangan pengunjung dan menimbulkan *repeater guest* serta dapat bersaing dengan objek wisata lain yang telah dikemas secara profesional.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Dalam penyusunan skripsi mahasiswa Manajemen Resort dan Leisure dengan menginduk kepada sistematika penulisan yang tercantum dalam buku Pedoman Akademik terbitan Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut sistematika yang digunakan penulis.

1. Bab I : Pendahuluan
Berisi mengenai penjabaran latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.
2. Bab II : Kajian Pustaka
Berisi teori – teori para ahli yang mendukung penelitian dan kerangka pemikiran.
3. Bab III : Metode Penelitian
Penjabaran mengenai metode yang digunakan untuk penjelasan seperti: Lokasi, Populasi, Variabel, Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan data.
4. Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan
Penjelasan mengenai hasil penelitian berdasarkan data – data yang sudah terkumpul dan pembahasannya.
5. Bab V : Kesimpulan dan Rekomendasi

Berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan rekomendasi untuk pengelola objek penelitian.

6. Daftar Pustaka

Daftar sumber – sumber yang mendukung dalam pengumpulan data, pengumpulan teori, dan studi literatur dalam penulisan skripsi.