

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku wisatawan merupakan serangkaian tindakan yang diambil oleh individu, kelompok atau organisasi. Serangkaian tindakan tersebut terdiri dari input, proses, dan output. Input merupakan stimulus bagi wisatawan dalam memunculkan sebuah minat berkunjung yang terdiri dari pengenalan akan kebutuhan wisata.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang cukup potensial untuk dikembangkan menjadi sumber pendapatan asli daerah. Industri pariwisata telah membuktikan dirinya mengenai sebuah alternatif kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

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 tujuan wisata yang ada di Kabupaten Tasikmalaya.

Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 :

TABEL 1.1
PERTUMBUHAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA KE
DESTINASI WISATA DI KABUPATEN TASIKMALAYA 2010-2014

Tahun	2010	2011	2012	2013	2014
Wisatawan Nusantara/Orang	521.052	525.624	530.231	548.226	638.666
%	-	8,6	0,86	3,28	14,16

Sumber: Modifikasi Disbudpar Kabupaten Tasikmalaya, 2015

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan Nusantara ke destinasi yang ada di Kabupaten Tasikmalaya dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014 mengalami fluktuasi. Pada tabel 1.1 tampak bahwa pada tahun 2014 jumlah kunjungan wisatawan Nusantara ke destinasi yang ada di Kabupaten Tasikmalaya mencapai 638.666 dengan tingkat persentase sebesar 14,16%.

Salah satu destinasi tujuan wisata budaya di Jawa Barat, Khususnya di Kabupaten Tasikmalaya yaitu suatu perkampungan yang dihuni oleh sekelompok masyarakat keturunan Sunda di Jawa Barat, yang sangat kuat dalam memegang adat istiadat peninggalan leluhurnya, dalam hal ini adalah kebudayaan Sunda khususnya, itulah yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya. Hal ini dapat dilihat pada pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan ke Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya pada tahun 2010 s.d 2014 pada tabel 1.2 :

TABEL 1.2
DATA KUNJUNGAN DAN PERSENTASE KENAIKAN
WISATAWAN NUSANTARA DI KAMPUNG NAGA
TAHUN 2010-2014

Tahun	2010	2011	2012	2013	2014
Wisatawan Nusantara/Orang	38.555	51.861	70,751	38.675	32.703
Persentase	<i>Not Available</i>	34,5%	36,4%	-45%	129%

Sumber : Modifikasi Disbudpar Kabupaten Tasikmalaya, 2015

Pada tabel 1.2 diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014 mengalami pluktuasi. Pada tahun 2013 jumlah kunjungan wisatawan Nusantara ke Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya mengalami penurunan, dimana pada tahun 2012 jumlah kunjungan wisatawan Nusantara mencapai 70,751 dengan tingkat persentase 36,4%.

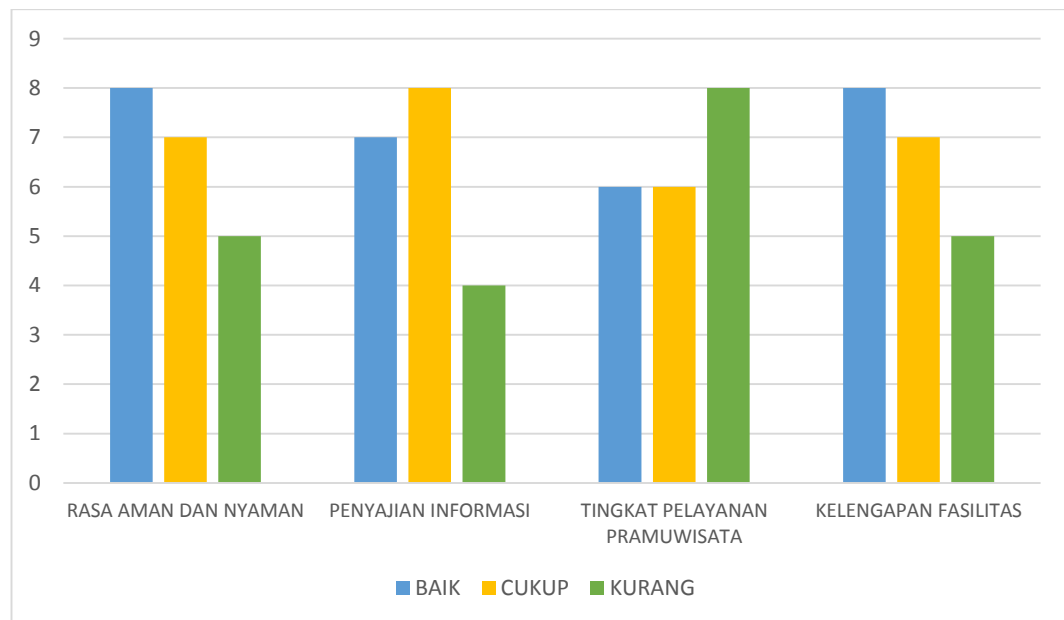
Tingkat kunjungan wisatawan yang diharapkan Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya tidaklah selamanya akan berlangsung sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini disebabkan adanya destinasi tujuan wisata budaya yang saat ini sudah mulai melakukan pembenahan dalam berbagai hal mengingat Jawa Barat adalah salah satu tujuan wisata budaya di Indonesia.

Ketua Himpunan Pramuwisata Kampung Naga (HIPANA), mengatakan perlu campur tangan dari pemerintah setempat khususnya Dinas Pariwisata untuk meningkatkan pelayanan kepada wisatawan yang mengunjungi obyek tujuan wisata di wilayahnya, dengan harapan angka kunjungan wisatawan dapat terus meningkat.

Berdasarkan sudut pandang pemasaran maka yang menjadi pertanyaannya adalah, sebagai obyek tujuan wisata, apakah kualitas pelayanan di Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya menciptakan kepuasan bagi wisatawan.

Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya dituntut untuk terus memberikan pelayanan yang baik terhadap wisatawan, sebagai destinasi tujuan wisata yang mengutamakan kepuasan pada wisatawan guna memperoleh kepercayaan, sehingga wisatawan akan menjadi puas dan loyal sehingga Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya akan memperoleh keunggulan yang maksimal. Wisatawan yang merasa puas akan datang berkunjung kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain, dan wisatawan akan merasa nyaman bila dilayani dengan baik sehingga wisatawan akan merasa terpuaskan (Sarah, 2013). Hasil pra penelitian yang dilakukan untuk mengetahui masalah dominan faktor penyebab ketidakpuasan wisatawan di Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya pada tahun 2015:

GAMBAR 1.1
MASALAH DOMINAN KETIDAKPUASAN WISATAWAN
DI DTW KAMPUNG NAGA KABUPATEN TASIKMALAYA TAHUN 2015



Sumber: Hasil pra penelitian, 2015

Berdasarkan data pada gambar 1.1 hasil survey pra penelitian yang dilakukan pada bulan April 2015 dengan jumlah informan sebanyak 20 orang wisatawan yang pernah berkunjung ke Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya mengenai kualitas pelayanan pramuwisata, dapat diketahui bahwa mayoritas wisatawan yang datang ke Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya merasa tidak puas akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pramuwisata. Faktor pelayanan menjadi hal utama penyebab ketidakpuasan wisatawan yang berkunjung ke Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya pelayanan yang diberikan oleh pramuwisata belum cukup untuk memberikan nilai kepuasan terhadap wisatawan, dalam hal ini kualitas pelayanan yang diberikan akan memberikan dampak yang sangat besar terhadap wisatawan.

Adapun strategi-strategi pengelola Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya dalam hal ini adalah Himpunan Pramuwisata Kampung Naga (HIPANA) sebagai operator yaitu meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan, memberikan informasi mengenai kawasan wisata melalui publikasi internal maupun eksternal, melakukan pelatihan kepada anggota pramuwisata sehingga dapat menciptakan pelayanan yang baik bagi wisatawan.

Strategi yang dilakukan Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya pada dasarnya bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan menjadi sebuah ukuran yang mutlak diberikan oleh setiap destinasi tujuan wisata dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pada setiap wisatawan yang berkunjung.

Menurut Kotler dan Keller (2013:164) definisi kepuasan konsumen :

Pengertian menurut Kotler dan Keller (2013:164) menjelaskan bahwa tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Sebaliknya jika persepsi terhadap kinerja bisa memenuhi harapan konsumen akan merasa sangat puas.

Menurut Tilden (2014) dalam bukunya *“Interpreting Our Culture”* interpretasi pramuwisata merupakan bina cinta lingkungan yang khusus ditunjukkan kepada pengunjung daerah tujuan wisata melalui 6 hal, yaitu pelayanan informasi, pelayanan pemandu, pendidikan, hiburan, inspirasi dan promosi. Jika dikaitkan dengan keadaan Kampung Naga yang hanya memfasilitasi wisatawan yang berkunjung dengan kualitas pelayanan melalui interpretasi dari pramuwisata saja, itu pun jumlah pramuwisata di Kampung Naga sangat terbatas.

Hal lain yang memperkuat permasalahan pada kepuasan wisatawan adalah pramuwisata yang mengenyam pendidikan secara formal sehingga informasi yang disampaikan kepada wisatawan berdasarkan pengalamannya di Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya tanpa dukungan faktor lain yang bermuatan pengetahuan secara akademik. Di bawah ini adalah tabel 1.3 yang menunjukkan latar belakang pendidikan pramuwisata di Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya:

TABEL 1.3
LATAR BELAKANG PENDIDIKAN PRAMUWISATA
DI KAMPUNG NAGA KABUPATEN TASIKMALAYA

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah
1.	SD	10
2.	SMP	8
3.	SMA	1
4.	Sarjana (S1)	1
TOTAL		20

Sumber: Himpunan Pramuwisata Kampung Naga (HIPANA), 2015

Berdasarkan tabel 1.3 latar belakang pendidikan pramuwisata di Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya masih sangat rendah, yaitu pramuwisata pendidikan terakhir SD 10 orang, SMP 8 Orang, SMA 1 Orang, dan Sarjana (S1) 1 orang dengan total keseluruhan sebanyak 20 orang yang tergabung dalam organisasi Himpunan Pramuwisata Kampung Naga (HIPANA).

Menurut Kotler Keller (2013:408) orang yang berkomunikasi informal yang berhubungan dengan produk dan menawarkan nasihat atau informasi tentang produk atau produk kategori tertentu. Kualitas Jasa yang baik hanya dapat diberikan oleh pramuwisata yang profesional berorientasi terhadap kepuasan wisatawan berdasarkan kemampuan baik secara teoritis maupun teknis. Selain itu, seorang pramuwisata yang harus memiliki pengetahuan yang didukung oleh kemampuan dan keyakinan diri untuk menciptakan pelayanan yang menyenangkan, keunikan, manfaat, dan memberikan kebutuhan, kepuasan dan kenyamanan.

Parasuraman et.al (Kertajaya 2013:9) mengatakan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari lima elemen, yaitu *reability*, *assurance*, *tangible*, *emphaty*, dan *responsiveness*.

Adapun implementasi mengenai kelima elemen tersebut dapat diaplikasikan oleh pramuwisata terhadap pelayanan yang diberikan kepada wisatawan Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya adalah :

Reability yang dapat dirasakan oleh wisatawan yaitu ketika berhadapan dengan pramuwisata yang mempunyai kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji-janji yang ditawarkan.

Assurance, meliputi kemampuan pramuwisata atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan dan keterampilan dalam memberikan informasi.

Tangible, pramuwisata di Kampung Naga menggunakan pakaian dan alat penunjang kerja yang sederhana, sehingga tidak terjadi kesenjangan sosial di kalangan wisatawan. Dengan itu wisatawan dapat merasakan dipandu oleh pramuwisata secara harmonis dengan kultur dan kearifan lokal yang sangat khas.

Emphaty perhatian secara individu yang diberikan pramuwisata kepada wisatawan seperti kemudahan untuk menghubungi, kemampuan pramuwisata untuk berkomunikasi dengan wisatawan, dan usaha pramuwisata dalam memahami keinginan dan kebutuhan wisatawan.

Responsiveness, pramuwisata mendampingi wisatawan yang ingin mengetahui bagaimana proses kehidupan di Kampung Naga berlangsung, misalnya cara menumbuk padi menggunakan *lisung* yaitu alat tradisional pengolahan gabah.

Berdasarkan implementasi kualitas pelayanan tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja yang dilakukan senantiasa mengacu pada dimensi kualitas pelayanan pramuwisata yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya. Beberapa data diatas menjelaskan permasalahan yang timbul di Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya adalah kurangnya pelayanan yang diberikan, kualitas pelayanan pramuwisata yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan wisatawan, maka diperlukan suatu penelitian yang mendalam mengenai perancangan dan pengembangan kualitas pelayanan yang dihasilkan sesuai dengan keinginan wisatawan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka perlu diadakan suatu penelitian tentang **“Analisis Kualitas Pelayanan Pramuwisata dan Kepuasan Wisatawan di Destinasi Wisata Budaya Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan di Kampung Naga.
2. Bagaimana gambaran kepuasan wisatawan di Kampung Naga.

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, maka penelitian ini adalah mendeskripsikan, menganalisis dan menjelaskan hasil temuan tentang:

1. Kualitas pelayanan di Kampung Naga.
2. Kepuasan wisatawan di Kampung Naga.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah perluasan kajian ilmu pemasaran pariwisata di bidang jasa khususnya kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan. Diharapkan dapat berguna bagi akademis dalam mengembangkan teori kepariwisataan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak pengelola Kampung Naga dengan melakukan fokus teradap usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam upaya mewujudkan kepuasan wisatawan. Dimana peningkatan ini memberikan dampak yang positif bagi keberlangsungan ekowisata di Kampung Naga.