

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan Industri Pariwisata di era globalisasi ini dinilai sebagai salah satu sektor industri yang semakin maju dan berkembang. Di Indonesia, selain sektor maritim, sektor pariwisata menjadi salah satu fokus yang dioptimalkan potensinya karena pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi cukup besar pada perekonomian. Maka saat ini pemerintah Indonesia tengah giat mengoptimalkan potensi wisata di setiap daerah di dalam negeri. Berdasarkan data yang dihimpun dari beberapa sumber, tercatat DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Bali termasuk dalam destinasi favorit baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Letak geografis Jawa Barat yang strategis merupakan salah satu kelebihan yang dimiliki Jawa Barat. Letak Geografis tersebut jelas menjadi keuntungan tersendiri, karena memungkinkan wisatawan dapat dengan mudah mendapatkan akses menuju Jawa Barat. Letaknya yang berbatasan langsung dengan ibukota Indonesia yaitu DKI Jakarta, sehingga menjadi salah satu pintu gerbang menuju DKI Jakarta. Tidak hanya dengan Jakarta, Jawa Barat dikelilingi provinsi-provinsi yang notabene merupakan provinsi dengan kunjungan wisata yang tinggi, diukur dari berbagai data dari Badan Pusat Statistik Indonesia. Provinsi-provinsi yang mengitari Jawa Barat tersebut antara lain yaitu DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, Banten, Bali, dan lain-lain. Didukung pula dengan keragaman daya tarik wisata, seperti wisata belanja, wisata kuliner, wisata sejarah, wisata olah raga, wisata alam dan lain-lain. Keragaman variasi wisata tersebut tersebar memberikan banyak pilihan bagi wisatawan. Kondisi ini menjadikan Jawa Barat memiliki potensi yang strategis bagi pengembangan pariwisata. Potensi-potensi tersebut tersebar diseluruh kota/kabupaten yang ada di Jawa Barat.

Kabupaten Ciamis merupakan salah satu kota di Jawa Barat. Potensi pariwisata di Kabupaten Ciamis terbilang potensial. Mengingat letak geografisnya strategis dilintasi jalur provinsi dan berbatasan langsung dengan

Provinsi Jawa Tengah. Selain letaknya strategis Ciamis memiliki beberapa destinasi wisata unggulan.

TABEL 1.2
JUMLAH KEDATANGAN WISATAWAN KE KABUPATEN CIAMIS
TAHUN 2010-2014

Obyek	2010	2011	2012	2013	2014
Pangandaran	703.093	729.684	936.616	1.187.662	X
Batu Hiu	48.952	58.793	71.115	61.953	X
Batu Karas	73.050	140.012	169.406	140.572	X
Cukang Taneuh	63.610	87.655	118.231	137.136	X
Karangkamulyan	25.319	26.036	28.588	23.389	24.762
Tirta Winaya	18.753	13.836	12.632	8.615	2.749
Situ Lengkong	30.0793	330.129	247.834	359.216	258.790
Karapyak	X	X	X	34.941	X
Astana Gede	X	X	X	2.472	5.622
Jumlah	1.241.871	1.386.145	1.584.422	1.955.956	291.923

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kab. Ciamis

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan wisatawan mengalami peningkatan dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2013, namun mengalami penurunan tingkat kunjungan di tahun berikutnya yaitu tahun 2014. Dari table diatas dapat dilihat bahwa daya tarik wisata pantai menjadi sector andalan pariwisata Kabupaten Ciamis. Tercatat Pantai Pangandaran, Batu Hiu, Batu Karas, dan Cukang Taneuh memberikan kontribusi paling besar pada jumlah kunjungan ke Kabupaten Ciamis. Namun sejak tahun 2014 Daerah Ciamis selatan resmi berpisah dari pemerintahan Kabupaten Ciamis menjadi Kabupaten Pangandaran. Maka secara geografis Kabupaten Ciamis sejak tahun 2014 tidak memiliki wilayah perairan laut. lepasnya pangandaran dari pemerintahan Ciamis tentu memberikan efek yang cukup besar, tidak hanya kehilangan sector kelautan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah, lebih dari itu lepas pula beberapa obyek wisata andalan yang berada di wilayah Pangandaran, meliputi Pantai Pangandaran, Batu Hiu, Batu Karas, Karang Nini, dan Cukang Taneuh yang

notabene memiliki kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan pariwisata di Kabupaten Ciamis. Seperti yang dapat dilihat pada data statistik diatas terjadi kemerosotan yang signifikan pada tingkat kunjungan wisatawan ke Kabupaten Ciamis berdasarkan obyek wisata.

Setelah lepasnya wilayah Pangandaran, kini Kabupaten Ciamis selama tahun 2014 jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata diatas hanya mencapai 291.923 kunjungan. Sadar akan kemunduran tersebut, kini pemerintah Kabupaten Ciamis berupaya memaksimalkan potensi yang ada. Mengacu pada buku panduan wisata yang dirilis oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Ciamis tahun 2015, pemerintah kini berupaya mengembangkan beberapa destinasi wisata baru berupa enam wisata alam dan tiga wisata buatan terdiri dari lima danau, dua air terjun, dan tiga taman air (*water park*) yaitu, Situ Wangi, Situ Rancamaya, Situ Cibubuhan, Situ Cekdam Kadupandak, Curug Panganten, Curug Cipatahunan, *Waterboom* Tirta Sumber Jaya Cipangalun, *Waterboom* Sukahaji Cihaurbeuti, dan Tirta Sejuk Rancah. Selain itu pemerintah mengoptimalkan destinasi yang sudah beroperasi sebelumnya yaitu Cagar Budaya Karangkamulyan, Situ Lengkong, Astsana Gede, satu desa wisata (Kampung Kuta), satu air terjun (Curug Tujuh Cibolang), dua situs sejarah Situs Gunung Susuru, Situs Tambaksari, dan satu destinasi wisata buatan yaitu Mega Wisata Icaikan.

Dari beberapa destinasi yang ada, Mega Wisata Icaikan menjadi salah satu yang paling menyita perhatian. Mega Wisata Icaikan merupakan destinasi wisata buatan yang dibangun di dataran tinggi di kaki gunung syawal di Dusun Cikacang, Desa Sukamulya, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis dengan luas kurang lebih tujuh puluh hektar dan baru di gunakan 30% dari luas wilayah yang ada. Mega Wisata Icaikan merupakan kawasan wisata yang mulai dibangun sejak tahun 2007, dan mulai beroperasi pada tahun 2011, dan masih terus melakukan pembangunan atraksi wisata baru hingga saat ini. Icaikan menyuguhkan pemandangan alam dan hamparan kota Ciamis, danau, dan dilengkapi berbagai wahana hiburan. Membangun destinasi baru ditengah hutan dan pedesaan memang bukan hal yang mudah. Pengembangannya perlu kreatifitas untuk menyuguhkan hal yang baru, dalam pembangunannya memerlukan waktu yang

relatif lama dan perlu didukung promosi yang gencar. Target wisatawan yang berkunjung ke destinasi ini selain menyoasar masyarakat lokal Ciamis, targetnya adalah kota disekitar Ciamis khususnya kota-kota di Priangan Timur. Mega Wisata Icahan sendiri diklaim sebagai destinasi wisata terbesar se-Priangan Timur. Sehingga dengan julukan tersebut diharapkan turut mendongkrak animo wisatawan yang lebih luas lagi seperti Jakarta, Cirebon, Kuningan, Cilacap, dan lain-lain. Namun sangat disayangkan, kemegahan Mega Wisata Icahan ini tidak berbanding lurus dengan jumlah kunjungan wisatawannya.

TABEL 1.3
JUMLAH KEDATANGAN WISATAWAN KE MEGA WISATA ICAKAN
TAHUN 2010-2014

Tahun	Jumlah Wisatawan
2011	14.532
2012	16.446
2013	13.685
2014	13.368

Sumber: Manajemen Mega Wisata Icahan

Data pada tabel adalah data kunjungan wisatawan ke Mega Wisata Icahan dari tahun 2011-2014, sedangkan data tahun 2015 sebagai periode terbaru tidak diperoleh dikarenakan terjadi perubahan pada tubuh manajemen di Mega Wista Icahan, sehingga data kunjungan terbaru belum dapat diakses oleh peneliti. Dapat dilihat dari table kunjungan diatas, terjadi kenaikan kunjungan di tahun 2012. Lonjakan ini terjadi karena berkembangnya informasi dari mulut ke mulut mengenai Icahan khususnya di kalangan masyarakat Ciamis. Karena menurut manajemen Icahan pengunjung pada tahun 2012 tersebut didominasi oleh wisatawan lokal masyarakat Ciamis dan sekitarnya. Sayangnya pada saat yang bersamaan kondisi dari Icahan itu sendiri masih dalam kondisi belum siap karena belum banyak wahana yang dapat beroperasi. Untuk merespon animo permintaan tersebut, barulah pihak Icahan terus menyempurnakan wahana yang ada dan membuka wahana-wahana baru di tahun 2012. Namun sayangnya pada tahun berikutnya justru terjadi kemerosotan tingkat kunjungan yang signifikan. Tercatat terjadi penurunan pada periode tahun 2012 ke tahun 2013 dengan penurunan

sebesar 2.761 pengunjung, dan terjadi penurunan di tahun berikutnya yaitu pada periode tahun 2013 ke tahun 2014 sebesar 317 pengunjung.

Faktor yang mempengaruhi penurunan kunjungan tersebut diduga karena beberapa faktor. Termasuk semakin banyaknya daya Tarik wisata di daerah Ciamis dan sekitarnya sehingga memberikan banyak pilihan untuk berwisata khususnya bagi masyarakat Ciamis dan sekitarnya. Banyaknya pilihan tersebut memungkinkan terjadinya penyebaran wisatawan. Wisatawan tidak terkonsentrasi di satu destinasi, melainkan tersebar ke berbagai destinasi. Penyebaran tersebut terjadi tergantung pada minat dan kemampuan wisatawan itu sendiri dalam memilih jenis wisata yang akan dinikmatinya. Selain faktor internal wisatawan, tren dan sugesti orang sekitar turut menjadi pertimbangan dalam proses keputusan. Tren yang terjadi saat ini, pilihan wisatawan untuk menghabiskan waktu luang cenderung memilih jenis wisata yang ringan. Ringan dalam arti tidak memakan waktu terlalu banyak, dan tidak melakukan aktifitas yang terlalu berat, seperti mengunjungi bioskop, restaurant, *coffee shop*, mall, tempat karaoke, dan lain-lain. Sehingga cukup sulit saat ini bersaing dengan tren yang sedang terjadi. Selain harus bersaing dengan usaha pariwisata berikut yang perkembangannya semakin menjamur. Icaikan sebagai taman rekreasi harus bersaing dengan daya tarik wisata sejenis yang ada di sekitar Ciamis dan sekitarnya.

Untuk meraebut perhatian wisatawan dan memenangkan persaingan tersebut tentu Icaikan mengambil langkah strategis, yaitu dengan melakukan promosi, memberikan potongan harga, dan meningkatkan kualitas produk wisata. Terdapat berbagai promosi yang dilakukan Icaikan dalam rangka membangun kesadaran masyarakat terhadap icakan, yaitu dengan memasang baligho di jalur-jalur menuju Kabupaten Ciamis, memasang stiker di angkutan umum baik angkutan umum di Ciamis maupun angkutan umum diluar kota. Selain itu, Icaikan melakukan *direct selling* pada instansi, perusahaan, dan sekolah. Menurut manajemen Icaikan hal ini dilakukan dalam rangka “jemput bola” agar wisatawan dapat berkunjung dalam jumlah banyak. Selain Direct selling, program potongan harga dilakukan agar lebih memotivasi wisatawan untuk berkunjung. Namun sebelum itu Icaikan sadar betul pada kualitas produk wisatanya. Sehingga agar

dapat lebih menarik wisatawan untuk berkunjung maka Icahan terus gencar membangun dan memperbaiki produk wisatanya tersebut. Sehingga dalam kasus yang dihadapi icakan saat ini, kualitas produk wisata menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan terlebih dahulu.

Kualitas produk wisata menurut Bodlender (1991) adalah Persepsi terhadap daya tarik wisata serta harapan atas kepuasan-kepuasan yang akan diperoleh dari atraksi wisata tersebut berakumulasi menjadi kekuatan yang besar untuk mendorong untuk menentukan pilihan atas Destinasi yang akan dikunjungi.

Sementara itu, kualitas produk wisata di Icahan justru belum pada kondisi optimal sehingga menyebabkan kunjungan menurun di dua tahun terakhir. Mengacu pada teori dan penelitian dilapangan menunjukkan, bahwa kualitas produk wisata yang di analisis menyebabkan kunjungan di Icahan menurun disebabkan oleh produk wisata yang kurang bersinergi antara satu dengan yang lainnya. Produk wisata yang sudah beroperasi sebetulnya sudah dalam kondisi baik dan layak. Namun karena Icahan mengusung nama Mega Wisata, sehingga calon wisatawan perlu informasi lebih detil mengenai atraksi dan aktifitas apa saja yang dapat dilakukan disana. Mengingat saat ini baru tersedia kurang lebih sebelas atraksi wisata yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Sementara pengunjung mengharapkan wahana yang lebih banyak dan variatif sebagai opsi yang bisa dipilih oleh pengunjung karena latar belakang usia yang berbeda. Kurang variatifnya atraksi tersebut berkaitan dengan akses menuju Icahan.

Akses menuju kawasan destinasi yang cukup jauh dan tidak dapat dijangkau oleh kendaraan umum. Kondisi ini tentu menyulitkan wisatawan yang ingin berkunjung namun tidak menggunakan kendaraan pribadi. Selain tidak dilintasi kendaraan umum, akses menuju Icahan melalui perkampungan penduduk dengan kondisi jalan berkelok, dengan aspal berlubang dan berbatu di beberapa titik, dan kontur bergelombang. Sepanjang perkampungan menuju icakan tidak terdapat petunjuk arah sehingga mengharuskan pengunjung mencari tahu sendiri jalan menuju Icahan. Sehingga menyulitkan pengunjung untuk menjangkau lokasi tersebut. Kondisi tersebut tentu menyisakan sejumlah permasalahan yang mengakibatkan kunjungan di Icahan terus merosot. Sehingga ketiga aspek dari

kualitas produk wisata tersebut, yaitu mutu destinasi wisata, mutu atraksi wisata dan mutu aksesibilitas menjadi pertimbangan tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung.

Merespon permasalahan tersebut, kini Icaikan terus berupaya menyempurnakan destinasi tersebut dengan membuat sarana baru dan membenahi sarana yang sudah ada, baik aspek atraksi wisata, fasilitas pendukung, dan aksesibilitasnya. Guna meningkatkan mutu produk wisata, icakan berupaya memberikan pilihan atraksi dan aktivitas lebih banyak lagi, dengan membuat beberapa atraksi wisata baru. Sejauh ini kurang lebih terdapat sebelas atraksi wisata antara lain, *water park*, kolam ombak, *cinema 3 dimensi*, *cinema 4 dimensi*, bebek air, kereta wisata, *monster rat (mini roller coaster)*, *flying fox*, terapi ikan, kolam ikan koi, dan taman burung. Menurut manajemen Icaikan, pihaknya akan segera merealisasikan rencana pembangunan besar dalam waktu dekat. Mega Wisata Icaikan berencana membangun tiga atraksi wisata baru, yaitu kereta gantung, sirkuit *motocros* standar internasional, dan kebun binatang. Ketiganya direncanakan mulai dibangun awal tahun 2016 dan direncanakan selesai pada tahun 2019. Guna meningkatkan mutu atraksi wisata tersebut Icaikan meningkatkan standar keamanan tinggi di setiap atraksinya, yaitu dengan menggunakan teknologi yang mendukung dan sumber daya manusia ahli pada bidangnya masing-masing. Selain beragam wahana tersebut, pengembangan sarana lainnya pun terus disempurnakan termasuk membuka akses jalan baru menuju kawasan objek wisata yang semula melalui perkampungan penduduk, kini Icaikan membuat jalur khusus dari jalan utama menuju langsung ke lokasi dengan jarak kurang lebih 7 kilometer dengan kondisi aspal mulus. Upaya tersebut diharapkan dapat memudahkan dan memberi kenyamanan bagi wisatawan untuk menjangkau kawasan destinasi. Sehingga secara keseluruhan, pembenahan dengan membuat sarana baru dan membenahi sarana yang sudah ada tersebut guna meningkatkan kualitas produk wisata di Icaikan, yang diharapkan memberikan umpan balik positif terhadap meningkatnya jumlah kunjungan ke Icaikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perlu diadakan penelitian untuk mengukur sejauh mana pengaruh kualitas produk wisata terhadap keputusan

berkunjung, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI MEGA WISATA ICAKAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian diatas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran Kualitas Produk Wisata di Mega Wisata Icahan?
2. Bagaimana gambaran Keputusan Berkunjung di Mega Wisata Icahan?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Mega Wisata Icahan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulis mengadakan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Gambaran Kualitas Produk Wisata di Mega Wisata Icahan.
2. Gambaran Keputusan Berkunjung di Mega Wisata Icahan.
3. Pengaruh Kualitas Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Mega Wisata Icahan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian keilmuan di bidang manajemen pemasaran pariwisata serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Kualitas Produk Wisata serta pengaruhnya terhadap Keputusan Berkunjung di Mega Wisata Icahan.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Manajemen Mega Wisata Icahan yang berperan dalam mempengaruhi keputusan berkunjung di Mega Wisata Icahan.