

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Kabupaten Bandung Barat merupakan Kabupaten hasil pemekaran dari Kabupaten Bandung, yang secara administratif Kabupaten Bandung Barat ini berbatasan langsung dengan Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang di bagian Barat, Kabupaten Bandung dan Kota Cimahi di bagian Timur, Kota Bandung di bagian selatan dan Kabupaten Cianjur di bagian Timur dan Barat. Kabupaten Bandung Barat mewarisi sekitar 1.400.000 penduduk dari 42,9% wilayah lama dari Kabupaten Bandung. Dengan luas area 1.311,31 km<sup>2</sup> ini terdiri dari 16 kecamatan yaitu: Batujajar, Cikalongwetan, Cihampelas, Cipendeuy, Cipongkor, Cisarua, Gununghalu, Cililin, Cipatat, Cisarua, Lembang, Ngamprah, Padalarang, Parongpong, Rongga, Sindangkerta dan Saguling. Dari 16 Kecamatan yang ada Kabupaten Bandung Barat memiliki 165 desa dan Kecamatan Lembang memiliki jumlah desa terbanyak yaitu 16 Desa.

***Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung Ke DTW(Daya Tarik Wisata) Kabupaten Bandung Barat***

Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Jumlah
2015	1.278.179	278.027	1.556.206
2016	1.289.657	278.027	1.567.684

*Sumber: Disbudpar Jabar Barat 2017*

Jika dilihat pada tabel diatas jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Bandung Barat terlihat ada kenaikan pada tahun 2016. Hal tersebut menunjukkan bahwa kawasan Kabupaten Bandung Barat memiliki cukup daya tarik untuk dapat menarik wisatawan datang berkunjung. Karena Kabupaten Bandung Barat memiliki banyak potensi wisata baik alam maupun budaya. Ini terlihat dari

**Adrika Triyoga, 2018**

**ANALISIS KEPENTINGAN DAN KINERJA TERHADAP PRODUK WISATA DI DAGO DREAMPARK LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

cukup banyaknya objek destinasi wisata di wilayah Kabupaten Bandung Barat.

Lembang adalah sebuah kecamatan yang berada di Kabupaten Bandung Barat berada pada ketinggian antara 1.312 hingga 2.084 meter diatas permukaan laut. Sebagai daerah yang berada di pegunungan, Lembang merupakan tempat yang memiliki suhu dingin sekitar 17<sup>o</sup>- 27<sup>o</sup>C.

Kecamatan Lembang memiliki 16 Desa yaitu Gudang Kahuripan, Wangunsari, Pagerwangi, Mekarwangi, Langensari, Kayuambon, Lembang, Cikahuripan, Sukajaya, Jayagiri, Cibogo, Cikole, Cikidang, Wangunharja, Cibodas dan Suntenjaya. Lembang memiliki potensi yang begitu besar yang dapat dikembangkan, khususnya dari segi pariwisata karena bentuk lanskap pegunungan dan hutan serta suhunya yang dingin.



**Gambar 1.1** Gerbang Dago Dreampark Lembang

*Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017*

Dago DreamPark merupakan salah satu destinasi wisata yang baru di kawasan Lembang, dibuka pada tahun 2016 Dago DreamPark memiliki konsep yang terbilang unik karena memadukan wisata *family adventure* dengan budaya sunda dan bali terlihat dari desain arsitekturnya, pengelola membuat hamparan sawah buatan yang dihiasi oleh rumah-rumah adat tradisional serta danau buatan untuk mempertegas konsep alam. Tempat ini juga menawarkan keindahan alam berupa hutan tropis hijau yang sejuk, selain itu wahana yang terdapat di Dago DreamPark

**Adrika Triyoga, 2018**

**ANALISIS KEPENTINGAN DAN KINERJA TERHADAP PRODUK WISATA DI DAGO DREAMPARK LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

ditujukan untuk semua kalangan umur. Wahana yang ada di Dago *DreamPark* dibagi menjadi 2 kategori untuk anak-anak dan untuk orang dewasa. Restoran yang berada disana memiliki konsep tradisional pengunjung disuguhkan makanan serta minuman yang berbagai macam jenisnya dari traditional hingga *modern*.

Dengan *tagline* “*fun in nature*” ditempat ini wisatawan dapat merasakan wahana atraksi wisata yang beragam jenis dan baru dikemas dengan unsur alam dan budaya yang kental untuk menarik wisatawan dan memberikaan kepuasan terhadap pengunjung. Dago *Dreampark* merupakan destinasi wisata yang baru di Kabupaten Bandung Barat dengan menawarkan permainan yang baru dan unik dengan memadukan konsep wisata petualangan keluarga dengan unsur budaya tradisional.

Menurut Basu Swastha (1984 :127-132) mengenai Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*) terbagi menjadi 4 tahap daur hidup produk yaitu tahap pengenalan (*introduction*), tahap pertumbuhan (*growth*), tahap kedewasaan (*maturity*), dan tahap kemunduran (*decline*). Pada tahap pengenalan memiliki beberapa ciri yaitu peluncuran produk baru pada harga tinggi dengan tingkat promosi yang tinggi. Perusahaan berusaha menetapkan harga tinggi untuk memperoleh keuntungan yang mana akan digunakan untuk menutup biaya pengeluaran dari pemasaran. Dago *Dreampark* dapat dimasukan kedalam tahap pengenalan (*introduction*) peneliti melakukan pra-penelitian sederhana dengan mencari informasi terkait destinasi wisata Dago *Dreampark* Lembang dan menemukan bahwa, Dago *Dreampark* Lembang baru dibuka pada tahun 2016, pengelola menetapkan harga tiket yang cukup tinggi pada setiap permainan dan dikenakan biaya tiket masuk pada setiap pengunjung adapun paket-paket permainan yang disediakan oleh pengelola, pengelola juga melakukan promosi berkala melalui situs jejaring sosial maupun melalui *website* milik Dago *Dreampark*. Peneliti juga menemukan beberapa komentar dan keluhan pengunjung terhadap Dago *Dreampark* Lembang dalam situs *tripadvisor.com* sebagai berikut :

**Adrika Triyoga, 2018**

**ANALISIS KEPENTINGAN DAN KINERJA TERHADAP PRODUK WISATA DI  
DAGO DREAMPARK LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

**Tabel 1.2 Komentar Pengunjung Dago *DreamPark***

**Adrika Triyoga, 2018**

*ANALISIS KEPENTINGAN DAN KINERJA TERHADAP PRODUK WISATA DI  
DAGO DREAMPARK LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) |  
[perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

No	Nama Akun	Komentar
1.	Nss68	<b>Menunggu terlalu lama untuk "ontang anting mobil"</b> menunggu ontang anting mobil yang membuang-buang waktu. Mereka harus menambahkan beberapa lebih banyak mobil untuk kenyamanan pengunjung
2.	Doddy F	<b>Butuh energi ekstra untuk eksplor seluruh area</b> Lokasinya yang sangat berkонтur menyulitkan pengunjung. Shuttle yang disediakan jumlahnya sangat terbatas, sehingga membuat lama menunggu Halte wara-wiri-nya pun sangat tidak nyaman, Tidak disediakan peta, hanya terpampang di beberapa lokasi.
3.	Widdi U	<b>Sayangnya banyak wahana yang belum siap ..</b> disana kami pesan bandros, lama sekali sampe 25 menit kami menunggu, Bandros pun datang, duh sama sekali kurang matang, di dalamnya masih basah. Sebaiknya jika memang belum siap jangan dahulu dibuka. Yaa kalo sudah buka semua wahananya saya akan kembali :)
4	Kresna S	<b>Perlu perbaikan</b> Perlu lebih banyak perbaikan untuk bisa bertahan dalam bisnis ini. Tapi yang satu ini baik average pilihan untuk liburan keluarga di Bandung
5.	Indah R	<b>Banyak hal yang harus dilakukan untuk anak-anak, tetapi perbaikan yang diperlukan</b> Namun di Desember banyak orang datang, tempat mendapat kotor, toilet berbau mengerikan, dan tempat tidak ada aturan tertulis. Pinehouse, ada bus gratis yang kurang sirkulasi sehingga ada antrian panjang orang yang ingin naik. Tempat ini memiliki potensi tetapi membutuhkan lebih banyak staf dan pemeliharaan dan pembersihan

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2017

Berdasarkan Tabel 1.2 beberapa pengunjung merasa harapan mereka terhadap Dago Dreampark Lembang tidak terpenuhi karena masih banyak wahana yang belum siap, menunggu terlalu lama untuk transportasi bus wara-wiri selama berada di Dago DreamPark, tidak adanya denah lokasi, toilet yang

Adrika Triyoga, 2018

ANALISIS KEPENTINGAN DAN KINERJA TERHADAP PRODUK WISATA DI DAGO DREAMPARK LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dirasa kurang bersih dan kurang-nya staff yang melayani di Dago *DreamPark*. Hal tersebut menunjukkan masih ada pengunjung yang merasa kurang puas dengan kinerja dari pengelola Dago *DreamPark*.

Karena Dago Dreampark Lembang adalah destinasi yang baru sehingga produk menjadi hal inti yang akan di pasarkan ke konsumen. Produk yang ditawarkan kepada konsumen haruslah dalam keadaan optimal sehingga pengunjung merasa puas dan nyaman setelah mengunjungi Dago *Dreampark* Lembang. Menurut Middleton (2001:122) ada tiga komponen utama dalam produk wisata yaitu "*The tourist products to be considered as an amalgam of three main components of attraction, facilities at the destination and accessibility of the destination*". Teori ini menjelaskan bahwa ada tiga komponen utama dalam produk wisata yaitu atraksi,amenitas/fasilitas dan aksesibilitas. Setiap pengelola destinasi wisata tentu harus bisa mengoptimalkan kinerja dari ketiga komponen produk wisata tersebut jika ingin mendapatkan kepuasan konsumen apabila ketiga komponen itu dapat dioptimalkan maka pada tahapan *Product Life Cycle* (PLC) berikutnya pengelola akan mendapatkan kepercayaan oleh konsumen untuk kembali berknjung ke Dago *Dreampark* Lembang.

Kemudian fasilitas yang disediakan belum cukup memadai untuk menampung pengunjung dalam jumlah yang banyak seperti toilet yang kurang bersih, tidak tersedianya denah lokasi serta kurang nya staff untuk melayani pengunjung. Kenyamanan fasilitas serta pelayanan terhadap pengunjung ketika berada di Dago *Dreampark* Lembang sangat penting untuk memenuhi kepuasan dari pengunjung

Pada segi aksesibilitas, untuk menuju ke Dago *Dreampark* Lembang tidak tersedianya moda transportasi umum yang menuju kesana sehingga menyulitkan pengunjung yang tidak memiliki kendaraan pribadi, serta akses jalan yang berlubang. Dengan komentar atau keluhan pengunjung yang peneliti dapatkan bahwa pengunjung yang datang ke Dago *Dreampark* Lembang tidak merasa puas terhadap produk wisata yang ada di Dago *Dreampark* Lembang.

Untuk mengetahui apa yang perlu dibenahi, pengelola harus mengetahui upaya stragis untuk meningkatkan kualitas

**Adrika Triyoga, 2018**

**ANALISIS KEPENTINGAN DAN KINERJA TERHADAP PRODUK WISATA DI DAGO DREAMPARK LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

terhadap produk wisata yang ada di Dago *DreamPark*, Jika pengunjung merasa puas terhadap suatu produk wisata, maka produk wisata tersebut perlu diefektifkan bukan untuk diprioritaskan. Beda hal jika ada sebuah produk wisata yang pengunjung rasakan tidak puas, maka produk wisata tersebut perlu diprioritaskan. Menurut Supranto.J (2011:224) menjelaskan bahwa pada dasarnya, pengertian kepuasan/ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan.

Untuk itu penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Dago Dreampark Lembang yang nantinya bis menjadi tolak ukur bagi pengelola untuk lebih meningkatkan kinerja dari produk wisata yang pengelola tawarkan kepada konsumen. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kepentingan dan Kinerja Terhadap Produk Wisata di Dago Dreampark Lembang Kabupaten Bandung Barat”**

#### **B. Rumusan Maslah**

1. Bagaimana tingkat kepentingan pengunjung terhadap produk wisata di Dago *DreamPark* Lembang?
2. Bagaimana tingkat kinerja pengelola terhadap produk wisata di Dago *DreamPark* Lembang?
3. Bagaimana upaya meningkatkan kinerja terhadap produk wisata di Dago *DreamPark* Lembang?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis kepentingan produk wisata di Dago *DreamPark* Lembang.
2. Menganalisis tingkat kinerjaproduk wisata di Dago *DreamPark* Lembang.
3. Menganalisis upaya meningkatkan kinerja terhadap produk wisata di Dago *DreamPark* Lembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

**Adrika Triyoga, 2018**

**ANALISIS KEPENTINGAN DAN KINERJA TERHADAP PRODUK WISATA DI DAGO DREAMPARK LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pengetahuan, serta menjadi tambahan referensi pustaka bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta pengalaman sebagai bentuk aplikasi dari perkuliahan yang telah dilaksanakan.

b. Bagi Pengelola

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola dalam membuat inovasi baru yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung untuk berkunjung ke Dago *DreamPark* Bandung.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk dapat menjaga dan mengembangkan wisata yang berada di kabupaten Bandung.

d. Bagi pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan untuk lebih mengetahui mengenai kepentingan dan kinerja.

e. Bagi pembaca

Menjadi salah satu pemberi informasi mengenai sarana rekreasi yang ada di Kabupaten Bandung.

**E. Sistematika Penulisan**

Urutan penulisan dalam penelitian ini meliputi :

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini berisikan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, struktur penulisan penelitian.

BAB II : Kajian Pustaka

Dalam bab ini berisikan kajian teori, hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

**Adrika Triyoga, 2018**

**ANALISIS KEPENTINGAN DAN KINERJA TERHADAP PRODUK WISATA DI DAGO DREAMPARK LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu



Dalam bab ini berisikan lokasi penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional, instrumen penelitian, pengembangan instrument penelitian, dan jenis dan teknik analisis data.

**BAB IV** : Hasil Penelitian dan Pembahasan  
Dalam bab ini berisikan pemaparan data dan pembahasan data hasil penelitian.

**BAB V** : Kesimpulan dan Saran.

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**Adrika Triyoga, 2018**

*ANALISIS KEPENTINGAN DAN KINERJA TERHADAP PRODUK WISATA DI  
DAGO DREAMPARK LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) |  
[perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)