

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sendiri merupakan negara yang memiliki ribuan destinasi wisata yang sangat beragam, mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata belanja, wisata budaya, dan lain-lain. Berbagai destinasi wisata tersebut tersebar di hampir setiap daerah yang ada di Indonesia, salah satunya adalah Jawa Barat. Jawa Barat merupakan salah satu provinsi terbesar di Indonesia yang memiliki tingkat keragaman wisata yang cukup tinggi. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para Wisatawan untuk datang mengunjungi objek wisata yang ada di Jawa Barat. Hal ini dapat dilihat dari data tingkat pertumbuhan kunjungan Wisatawan ke berbagai objek wisata yang ada di Provinsi Jawa Barat pada tabel 1.1, sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Ke Jabar 2011 - 2015

Tahun	Wisawatan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Total
2011	760.438	26.259.341	27.019.779
2012	1.024.434	28.361.263	29.385.697
2013	916.553	31.702.138	32.618.671
2014	1.059.904	33.617.999	34.677.903
2015	960.358	38.286.230	39.246.588
Jumlah	4.721.667	158.226.971	162.948.638

Sumber : Dinas Kebudayaan dan pariwisata Provinsi Jawa Barat

pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah Wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat secara keseluruhan terus meningkat setiap tahunnya, terutama bagi Wisatawan nusantara. Tingkat kenaikan tersebut cukup konsisten yakni sebanyak

YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

2-3 juta orang setiap tahunnya. Sementara dari tahun 2014 ke tahun 2015, terjadi peningkatan yang signifikan yakni sebanyak 5 juta Wisatawan. Akan tetapi, untuk Wisatawan mancanegara terjadi fluktuasi tingkat kunjungan Wisatawan, hal ini bisa dilihat dari adanya kenaikan dari tahun 2011 menuju 2012, namun terjadi penurunan di tahun 2013, kemudian terjadi peningkatan lagi di tahun 2014, dan kemudian menurun lagi di tahun 2015. Namun, meskipun terjadi fluktuasi tingkat kunjungan Wisatawan mancanegara, hal ini dapat ditutupi oleh tingginya tingkat kunjungan Wisatawan nusantara.

Salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang menjadi salah satu destinasi wisata yang sering dikunjungi wisatawan di Jawa Barat adalah Kabupaten Ciwidey terutama daerah Ciwidey yang memiliki banyak potensi keindahan wisata alam yang dapat menarik kunjungan wisatawan untuk pergi berlibur kesana. Letak Ciwidey berada di daerah dataran rendah, berbukit dan dataran tinggi, dengan suhu udara rata-rata 23°C – 25°C sehingga banyak wisatawan berkunjung kesini karena memiliki wilayah yang sangat sejuk. Mayoritas wisatawan yang berkunjung ke ciwidey adalah wisatawan yang berasal dari luar Kota Ciwidey yaitu wisatawan yang berasal dari Jakarta yang paling banyak mendominasi untuk berlibur ke ciwidey terutama *Glamping* Legok Kondang Ciwidey..

Wilayah Ciwidey banyak sekali destinasi pariwisata yang menyatu dengan alam contohnya Ranca Upas, Kawah Putih, *Glamping Like Side*, *Glamping* Legok Kondang Ciwidey, dsb. Salah satu destinasi tersebut yang sedang booming atau ramai di kunjungi wisatawan yaitu *Glamping* Legok Kondang Ciwidey adalah sebuah lokasi wisata nan eksotis dan romantis yang berada di sebuah lembah dataran tinggi Ciwidey yang di sekitarnya dikelilingi oleh perbukitan hutan pinus, sangat mirip dengan objek wisata [The Lodge Maribaya](#) di Lembang Ciwidey Barat.

Menempati lahan sekitar 3 hektar, ada sekitar 24 tenda yang berdiri di Legok Kondang yang bisa menampung 108 orang. Ada lima jenis tenda yang dibangun semipermanen yaitu Standard Tent, Deluxe Tent, Family Tent, Luxury Tent, dan

YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Suites Tent. Di tempat ini juga menyuguhkan pemandangan sunrise, perbukitan dan hutan pinus. *Glamping* Legok Kondang Ciwidey ini menawarkan pemandangan alam yang sangat menarik dan destinasi ini menawarkan juga wisatawan untuk berkemah, yang sangat unik dari destinasi ini adalah memiliki konsep yang sangat menarik yaitu disana *Glamping* atau Glamour Camping yakni konsep berkemah dengan fasilitas yang mewah dan terinspirasi dari Negara Afrika. Di negara tersebut membuka konsep dengan Safari Camp di dalam tenda yang lebih mewah karena mereka melayani wisatawan dari negara Eropa dan Amerika. Berbeda dengan kemah biasa, tempat ini lebih mengutamakan kenyamanan dengan menyediakan kasur busa, TV, air panas, free wifi dan perlengkapan lainnya di setiap tenda. Fasilitasnya setara dengan hotel berbintang, termasuk, toilet dengan standar kebersihan yang tinggi. Selain itu di tempat ini di sediakan booth teh dan kopi secara gratis selama 24 jam. Selain menyediakan fasilitas untuk menginap, pemilik area kemah mewah ini juga menyiapkan sederet acara untuk para Wisatawannya, mulai dari api unggun, permainan, trekking, dan kegiatan-kegiatan petualangan alam.

Konsep yang baru yang ditawarkan oleh *Glamping* Legok Kondang Ciwidey ternyata menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, hal tersebut dapat dilihat dari data kunjungan wisatawan berikut:

Tabel 1.2 Data Tingkat Kunjungan di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey

No.	Tahun	Bulan	Jumlah
1	2016	Agustus	251
2	2016	September	227
3	2016	Oktober	303
4	2016	November	209
5	2016	Desember	522
6	2017	Januari	356
7	2017	Februari	287
8	2017	Maret	258

YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

9	2017	April	299
10	2017	Mei	278
11	2017	Juni	245
12	2017	Juli	346
13	2017	Agustus	250
14	2017	September	283

Sumber: Pengelola *Glamping* Legok Kondang

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa tingkat kunjungan wisatawan ke *Glamping* Legok Kondang pada kurun waktu 14 bulan terakhir mencapai 4.114 orang. Dalam kurun waktu 14 bulan tersebut, terjadi fluktuasi wisatawan. Artinya setiap bulan selalu terjadi perubahan jumlah Wisatawan yang datang, entah itu kenaikan maupun penurunan.

Menurut Koetler dan Keller (2008), kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara harapan dan kenyataan. Kepuasan sangat penting karena untuk mengetahui pelayanan yang kita berikan sudah baik atau belum. Berdasarkan hal tersebut jika pihak pengelola *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey ingin memberikan kepuasan terhadap wisatawan yang datang, mereka harus mampu memberikan mutu yang baik terhadap produk wisata yang mereka jual. Untuk mengetahui apa yang perlu dibenahi, pengelola harus mengetahui kepuasan wisatawan terhadap fasilitas wisata yang ada di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey. Jika pelanggan merasa puas terhadap suatu fasilitas wisata, maka fasilitas wisata tersebut perlu diefektifkan bukan untuk diprioritaskan, untuk itu perlu adanya analisis terhadap fasilitas yang mereka berikan kepada wisatawan, untuk mengetahui Berdasarkan hal tersebut, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey dengan judul **“ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI *GLAMPING* LEGOK KONDANG CIWIDEY KABUPATEN CIWIDEY”**

YOGA SURAPRANATA, 2019

ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI *GLAMPING* LEGOK KONDANG CIWIDEY KABUPATEN BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk dari permasalahan yang dipaparkan sebelumnya, maka hal yang paling mendasar dari permasalahan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepentingan produk wisata di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey?
2. Bagaimana tingkat kinerja produk wisata di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey?
3. Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk wisata di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey?
4. Bagaimana upaya meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap produk wisata di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu :

1. Menganalisis tingkat kepentingan produk wisata di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey.
2. Menganalisis tingkat kinerja produk wisata di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey.
3. Menganalisis tingkat kepuasan produk wisata di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey.
4. Menganalisis upaya meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap produk wisata di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pengetahuan khususnya mengenai kepuasan wisatawan dan produk wisata

YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

yang ada di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey, serta menjadi tambahan referensi pustaka bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan, dan pemahaman serta memiliki wawasan ilmiah mengenai kepuasan wisatawan dan produk wisata.

b. Bagi Pengelola

Sebagai bahan masukan untuk meningkatkan pelayanan bagi wisatawan berupa pengembangan atau perbaikan akan produk wisata yang sudah ada atau sedang dikembangkan di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Ciwidey.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana tambahan bagi pengetahuan pariwisata.

d. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan produk wisata dan kepuasan wisatawan.

1.5 Definisi Operasional

1. Kepuasan Wisatawan

Kotler dan Keller (2008:117) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Jika jasa yang dipersepsikan kinerjanya lebih rendah dari yang diharapkan, maka konsumen akan merasa kecewa. Jika persepsi jasa memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan ada kecenderungan konsumen akan mempergunakan penyedia jasa tersebut.

2. Produk Wisata

Middleton (2001:122) memberikan pengertian produk wisata lebih dalam yaitu:

YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

“The tourist products to be considered as an amalgam of three main components of attraction, facilities at the destination and accessibility of the destination”.

Dari pengertian di atas kita dapat melihat bahwa produk wisata secara umum terbentuk disebabkan oleh tiga komponen utama yaitu atraksi wisata, fasilitas di daerah tujuan wisata dan aksesibilitas.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri atas 5 (lima) bab. Uraian yang akan disajikan pada setiap bab adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini berisikan Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian.

BAB II : Kajian Pustaka

Dalam bab ini berisikan kajian teori, hipotesis dan kerangka pemikiran

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan Lokasi Penelitian Metode Penelitian, Populasi dan Sampel, Instrument Penelitian, Pengembangan Instrumen 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

YOGA SURAPRANATA,2019

ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI

GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY

KABUPATEN BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu