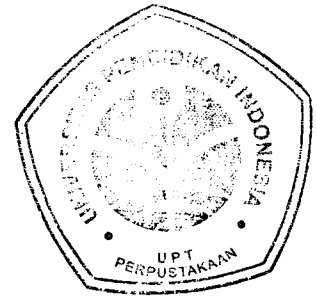




BAB I

PENDAHULUAN



1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu sektor perekonomian yang tumbuh menjadi industri yang memberikan devisa menguntungkan bagi suatu negara di dunia. Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Pariwisata Indonesia tumbuh mengesankan selama tahun 2011. Dari target wisatawan mancanegara 7,1 juta orang, Indonesia mampu mendatangkan sebanyak 7,6 juta orang tahun lalu. Perolehan jumlah wisatawan itu tumbuh 8,5 persen dibanding tahun 2010. Bahkan, kinerja pariwisata Indonesia mengalahkan dunia yang hanya tumbuh 4,5 persen. Perolehan devisa pariwisata selama 2011 tercatat mencapai US\$8,5 miliar, atau tumbuh 11,8 persen dibanding tahun sebelumnya US\$7,6 miliar. (<http://analisis.vivanews.com>, diakses pada 01 Februari 2012).

Pengembangan dan pembangunan sektor pariwisata seharusnya bisa dijadikan pendapatan asli daerah dengan cara mengembangkan potensi yang sudah ada seperti keindahan alam dan kebudayaan dengan tujuan menarik minat wisatawan nusantara yang selanjutnya bisa dikenal oleh wisatawan mancanegara.

Jawa Barat dikenal sebagai provinsi yang memiliki kekayaan budaya dan keragaman sumber daya pariwisata yang tinggi, meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata minat khusus.

Letak geografis Jawa Barat yang berbatasan langsung dengan ibukota negara Indonesia, DKI Jakarta, menjadikan Jawa Barat memiliki potensi yang strategis bagi pengembangan pariwisata. Selain merupakan pintu gerbang utama Indonesia, DKI Jakarta juga merupakan sumber pasar wisatawan. Disamping itu, keragaman daya tarik wisata yang dimiliki kabupaten/kota di Jawa Barat memberikan alternatif pilihan berwisata yang lebih bervariasi bagi wisatawan. Perkembangan dan pertumbuhan tersebut mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara di Provinsi Jawa Barat. Berikut ini Tabel 1.1 menunjukkan pertumbuhan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara di Provinsi Jawa Barat tahun 2006-2010.

TABEL 1.1
PERTUMBUHAN WISATAWAN MANCANEGARA DAN WISATAWAN
NUSANTARA KE OBJEK WISATA DI PROVINSI JAWA BARAT
TAHUN 2006-2010

Wisatawan	Tahun				
	2006	2007	2008	2009	2010
Wisatawan Mancanegara	227.068 orang	338.959 orang	330.369 orang	741.323 orang	729.987 orang
Wisatawan Nusantara	23.859.547 orang	23.782.302 orang	26.287.031 orang	24.138.855 orang	25.549.941 orang
JUMLAH	24.086.615 orang	24.121.261 orang	26.617.400 orang	24.880.178 orang	26.279.928 orang

Sumber : Disbudpar Provinsi Jawa Barat, 2011

Berdasarkan Tabel 1.1, pertumbuhan wisatawan mancanegara ke objek wisata di Provinsi Jawa Barat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, terutama pada tahun 2009. Pertumbuhan wisatawan mencapai 410.954 wisatawan. Sedangkan wisatawan nusantara meningkat dari tahun 2006 hingga 2008. Pada

akhir tahun 2009, tercatat pertumbuhan wisatawan nusantara mengalami penurunan sebanyak 2.148.176 wisatawan. Karena keragaman daya tarik wisata yang dimiliki kabupaten/kota di Provinsi Jawa Barat memberikan alternatif pilihan berwisata yang lebih bervariasi bagi wisatawan, pada akhir tahun 2010, pertumbuhan wisatawan nusantara kembali mengalami kenaikan.

Objek wisata di Jawa Barat memiliki keanekaragaman yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik wisata di Jawa Barat meliputi alam, gunung dan kawah, pantai, sungai dan danau, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata konvensi, museum, wisata belanja, menjadikan siapapun yang menikmati kepariwisataan dan kebudayaan Jawa Barat menjadi KATAJI yang mengandung arti terpesona, tertarik karena [Kreatifitas Senimannya andal Tempat Wisatanya Aman di Jelajahi dan (So Pasti) Indah].

Kabupaten Kuningan adalah salah satu daerah tujuan wisata yang memiliki banyak objek wisata berupa situs-situs peninggalan pada jaman dulu yang mempunyai nilai sejarah bagi Kabupaten Kuningan. Sejarah mencantumkan Kuningan sebagai salah satu tempat untuk memperjuangkan Indonesia menggapai kemerdekaan, karena di tempat inilah tepatnya 10-13 November tahun 1946 Sutan Syahrir sebagai perwakilan dari Indonesia, Schermerhorn, H.J. Van Mook dari Belanda, dan Lord Killearn merundingkan agar Indonesia bisa merdeka 100%. Kemudian perundingan ini dikenal sebagai Perundingan Linggarjati, karena terletak di Desa Linggarjati, Kecamatan Cilimus, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, kurang lebih 25 km dari Cirebon.

Selain ditinjau dari sejarahnya, Kabupaten Kuningan merupakan daerah yang bisa dikembangkan sebagai kawasan ekowisata. Bahkan, Kabupaten Kuningan sudah memiliki visi pariwisata yang jelas, yakni “Sektor pariwisata menjadi andalan perekonomian daerah yang berbasis sumberdaya alam, budaya yang lestari dan agamis”. Untuk mewujudkannya, pembangunan kepariwisataan diutamakan pada penggalan obyek dan pengembangan daya tarik wisata.

Kabupaten Kuningan memiliki sumberdaya alam yang tinggi dan merata. Setiap kecamatan umumnya berpotensi ekowisata. Potensi tersebut berupa air terjun (lembah Cilengkrang), air panas (Sangkanurip), danau/waduk (Waduk Darma, Talaga Remis), kolam renang alami (Cigugur, Cibulan, Linggarjati), dan pemandangan alam (Bumi Perkemahan Palutungan, Gunung Ciremai).

Kabupaten Kuningan merupakan salah satu daerah Provinsi Jawa Barat yang memiliki kesuburan dan keindahan alam, kekayaan seni budaya serta berhawa sejuk. Karena terletak di kaki Gunung Ciremai, sebuah gunung tertinggi di Jawa Barat. Objek wisata alam dan sumber air yang ada di beberapa tempat merupakan modal dasar yang tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai tradisi dan budaya yang telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang bercorak agraris. Sehingga objek pariwisata yang ada di Kabupaten Kuningan kebanyakan merupakan Objek Wisata Tirta (Air). Berikut Tabel 1.2 mengenai data pengunjung objek wisata di Kabupaten Kuningan tahun 2009-2011.

TABEL 1.2
DATA PENGUNJUNG OBJEK WISATA KABUPATEN KUNINGAN
TAHUN 2009-2011

NO.	ODTW	JUMLAH PENGUNJUNG WISNUS		
		2009	2010	2011 (Jan-Sep)
1	Talaga Remis	27510 orang	20302 orang	34.860 orang
2	Buper Paniis	12028 orang	16122 orang	43.555 orang
3	Buper Cibeureum	1599 orang	854 orang	-
4	G. Naskah Linggarjati	65298 orang	72068 orang	51.831 orang
5	PPGC Cibubur	10124 orang	11259 orang	-
6	Linggarjati Indah	103.169 orang	118175 orang	99.751 orang
7	Sangkanurip Alami	46916 orang	55980 orang	47.209 orang
8	Curug Sidomba	10298 orang	20140 orang	5.047 orang
9	Cilengkrang	13110 orang	18500 orang	24.941 orang
10	Cibulan	145220 orang	171013 orang	137.806 orang
11	Balong Dalem	978 orang	465 orang	3.387 orang
12	T. Purbakala Cipari	8040 orang	11706 orang	6.254 orang
13	Cigugur	17713 orang	32435 orang	79.402 orang
14	Waduk Darma	42750 orang	55848 orang	15.528 orang
15	Darmaloka	10180 orang	7665 orang	-
16	Buper Paiutungan	16814 orang	20998 orang	51.690 orang
17	K. R Sanggariang	35831 orang	32287 orang	20.108 orang
18	K.R Tirta Agung	75986 orang	56810 orang	24.794 orang
19	K.R ABN	17709 orang	12668 orang	-
JUMLAH		659503 orang	735295 orang	646.163 orang

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuningan, 2012

Berdasarkan Tabel 1.2, objek wisata yang paling banyak dikunjungi di Kabupaten Kuningan dari tahun 2009 hingga tahun 2011 adalah Cibulan. Tahun 2010, kunjungan wisatawan di Cibulan naik hingga 25.793 orang. Sedangkan Linggarjati Indah menempati posisi kedua setelah Cibulan di tahun 2009 dan 2010. Kunjungan di Linggarjati Indah naik hingga 16.776 wisatawan.

Tidak jauh dari Gedung Perundingan Linggarjati, tersedia objek wisata alam sebagai pelengkap wisata Gedung Perundingan Linggarjati. Tempat tersebut terdiri dari pohon-pohon yang rindang dan dilengkapi dengan fasilitas lain seperti kolam renang standar nasional dan dilengkapi 2 buah luncuran sepanjang 25 m, sepeda air, aneka mainan anak-anak, kolam pancing, *outbound*, *camping ground*,

sport center, restoran, karaoke, *billyard*, pondok-pondok penginapan bagi pengunjung yang ingin menginap dan kios-kios cenderamata.

Dari tahun 2009 hingga 2010, Objek Wisata Linggarjati Indah bertahan dalam urutan kedua objek wisata yang paling banyak dikunjungi di Kabupaten Kuningan. Tingkat kunjungan di Linggarjati pun meningkat dari tahun ke tahun. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Linggarjati Indah kebanyakan berasal dari wilayah III Cirebon, yaitu Cirebon, Indramayu, Majalengka, dan Kuningan. Berikut Tabel 1.3 mengenai data kunjungan wisatawan nusantara di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan tahun 2005-2011.

TABEL 1.3
DATA PENGUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA OBJEK WISATA
LINGGARJATI INDAH KABUPATEN KUNINGAN TAHUN 2005-2011

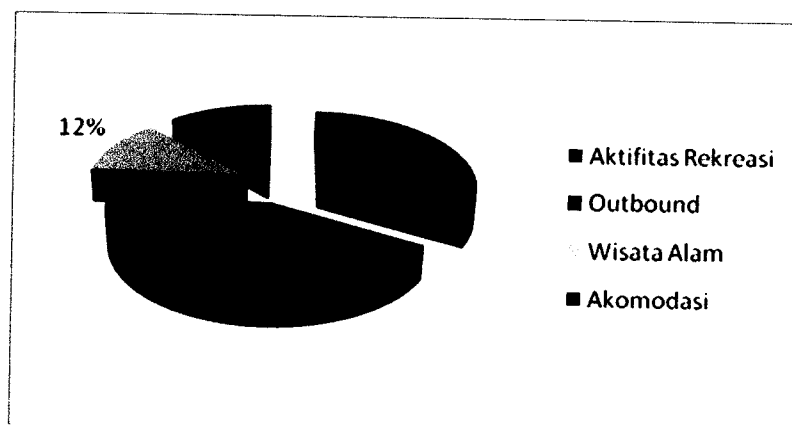
TAHUN	JUMLAH PENGUNJUNG
2005	69.347 orang
2006	88.105 orang
2007	93.693 orang
2008	93.447 orang
2009	103.169 orang
2010	118.175 orang
2011	121.828 orang

Sumber: Objek Wisata Linggarjati Indah, Kabupaten Kuningan. 2012

Dari Tabel 1.3, terlihat jelas bahwa Objek Wisata Linggarjati Indah mengalami kenaikan jumlah pengunjung dari tahun ke tahun. Tahun 2008, kunjungan di Linggarjati Indah mengalami sedikit penurunan, yaitu sebanyak 246 wisatawan. Namun tahun berikutnya kunjungan di Linggarjati Indah meningkat hingga tahun 2011. Kenaikan jumlah kunjungan tiap tahun dikarenakan Objek Wisata Linggarjati Indah menerapkan *one stop service* yaitu pengunjung dapat

melakukan berbagai kegiatan atau aktifitas wisata di satu tempat yaitu aktifitas rekreasi, wisata alam, *outbound*, serta akomodasi.

Dari tingkat kunjungan Objek Wisata Linggarjati Indah yang terus meningkat, salah satu atraksi wisata yang menarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Linggarjati Indah adalah paket *outbound*. Berikut Gambar 1.1 mengenai persentase kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Linggarjati Indah berdasarkan atraksi wisata yang tersedia.



Sumber : Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan, 2012

GAMBAR 1.1
PERSENTASE KUNJUNGAN WISATAWAN BERDASARKAN ATRAKSI
WISATA DI OBJEK WISATA LINGGARJATI INDAH

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas, sebanyak 43% dari total keseluruhan wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Linggarjati Indah menggunakan paket *outbound*. Sebanyak 33% wisatawan menggunakan aktifitas rekreasi seperti kolam renang, sepeda air, aneka permainan anak-anak serta kolam pancing. Sisanya, yaitu wisata alam dan akomodasi masing-masing 12%. Berdasarkan jumlah paket *outbound* yang merupakan atraksi wisata yang dominan, maka survey dilakukan hanya dalam paket *outbound*.

Paket *outbound* yang terdapat di Objek Wisata Linggarjati Indah terdiri dari berbagai aneka permainan, seperti jembatan elvis, *paintball*, rakit, *flying fox* dan *spider web*. Pihak Objek Wisata Linggarjati Indah memberikan beberapa paket untuk wisatawan yang berkunjung. Berikut Tabel 1.4 merupakan paket *outbound* yang ditawarkan oleh Objek Wisata Linggarjati Indah:

TABEL 1.4
PAKET *OUTBOUND* DI OBJEK WISATA LINGGARJATI INDAH

NO	PILIHAN PAKET	DESKRIPSI
1.	Paket 1 (<i>half day</i>) Pukul 09.00-13.00	Rp. 75.000,- (Net) per pax, min 25 orang, sudah termasuk makan 1x, snack 1x, instruktur, dan penakaaian fasilitas <i>outbound</i> .
2.	Paket 2 (<i>full day</i>) Pukul 09.00-15.00	Rp. 125.000,- (Net) per pax, min 25 orang, sudah termasuk makan 1x, snack 2x, instruktur, dan penakaaian fasilitas <i>outbound</i> .

Sumber: Linggarjati Indah, Kabupaten Kuningan, 2012

Kedua paket tersebut selalu menarik minat wisatawan untuk menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah karena harga yang ditawarkan sangat terjangkau. Dalam Tabel 1.5 berikut dapat dilihat persentase jumlah wisatawan yang menggunakan kedua paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah.

TABEL 1.5
PERSENTASE WISATAWAN YANG MENGGUNAKAN PAKET *OUTBOUND* DI OBJEK WISATA LINGGARJATI INDAH

NO	TAHUN	PERSENTASE PENGUNJUNG (<i>FULL DAY</i>)	PERSENTASE PENGUNJUNG (<i>HALF DAY</i>)
1.	2008	10 %	9 %
2.	2009	15 %	17 %
3.	2010	19 %	20 %
4.	2011	20 %	23 %

Sumber: Linggarjati Indah, Kabupaten Kuningan, 2012

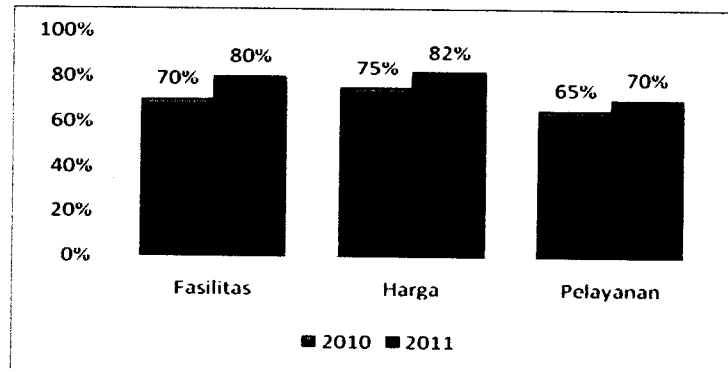
Dalam Tabel 1.5 di atas, terlihat jelas bahwa setiap tahunnya, wisatawan yang menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah mengalami peningkatan. Tingkat penggunaan paket *outbound* yang meningkat ini, tidak bisa dijadikan indikator kepuasan wisatawan yang menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.

Mempunyai pelanggan atau wisatawan yang puas merupakan hal yang penting bagi industri jasa. Kotler and Armstrong (2012:37) menyatakan bahwa *customer satisfaction is the extent to which a product's perceived performance matches a buyer's expectations*. Dalam mencapai kepuasan wisatawan harus dimulai dengan pandangan secara menyeluruh mengenai wisatawan. Yang perlu diingat disini bahwa wisatawan adalah aset strategis yaitu sesuatu yang berjumlah sedikit dan harus diperlakukan dengan hati-hati.

Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pengunjung atau pelanggan secara lebih baik, maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan. Pengunjung tidak hanya kecewa terhadap jasa yang diterima karena pengunjung pun ikut terlibat dalam proses penciptaan jasa.

Ketidakpuasan wisatawan meningkat pada kategori pelayanan yang diberikan, hal ini diidentifikasi dari adanya keluhan wisatawan yang diperoleh dari *guest comment* yang terbagi dalam tiga kategori yaitu fasilitas, harga dan pelayanan. Berikut ini Gambar 1.2 mengenai persentase kepuasan wisatawan dalam menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah

Kabupaten Kuningan hasil pengolahan pihak *marketing* Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.



Sumber : Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan, 2012

GAMBAR 1.2
PERSENTASE KEPUASAN WISATAWAN DALAM MENGGUNAKAN
PAKET *OUTBOUND* DI OBJEK WISATA LINGGARJATI INDAH
KABUPATEN KUNINGAN

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas pihak *marketing* Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan menyatakan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan wisatawan sudah cukup baik. Hal ini karena adanya perbaikan-perbaikan setiap tahunnya serta lengkapnya fasilitas-fasilitas atau alat-alat *outbound*. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa wisatawan yang menggunakan paket *outbound*, kepuasan wisatawan meningkat pada kategori harga. Harga paket yang ditawarkan pihak Objek Wisata Linggarjati Indah sangat terjangkau dengan fasilitas yang lengkap sehingga wisatawan merasa puas.

Salah satu indikator yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah pelayanan, pelayanan yang terdiri dari berbagai aspek baik secara langsung ataupun tidak langsung dapat memberikan suatu dampak yang besar terhadap kepuasan konsumen.

Seperti yang dikemukakan oleh pihak *marketing* Objek Wisata Linggarjati Indah, bahwa wisatawan yang memilih dan menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah dikarenakan harga yang ditawarkan sangat terjangkau dengan fasilitas yang lengkap jika dibandingkan dengan fasilitas *outbound* di objek wisata lain. Akan tetapi berdasarkan kinerja yang dirasakan belum cukup untuk memberikan kepuasan terhadap wisatawan yang berkunjung karena dalam hal ini kinerja yang dirasakan memberikan dampak yang sangat besar terhadap wisatawan. Pelayanan dalam hal ini adalah proses penyampaian jasa yang dirasakan kurang begitu baik sehingga wisatawan merasakan ketidakpuasan terhadap apa yang mereka rasakan.

Pada dasarnya, kepuasan merupakan 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. Harapan wisatawan dapat dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya, serta janji dan informasi pemasar dan saingannya.

Strategi yang dilakukan pihak Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan yaitu berfokus pada upaya untuk meningkatkan kepuasan wisatawan melalui sistem penyampaian jasa. *Service delivery* yang dilakukan oleh perusahaan pada dasarnya berfokus pada upaya untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari penyedia jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang

dipersepsikan wisatawan. Jika sistem penyampaian jasa kurang sesuai dengan keinginan wisatawan, maka perusahaan tersebut akan ditinggalkan pelanggannya dan memilih perusahaan lain.

Peranan instruktur *outbound* sangat penting sebagai ujung tombak kegiatan *outbound* khususnya di Objek Wisata Linggarjati Indah yang mempunyai tugas dan tanggung jawab sendiri dalam menyampaikan jasa kepada wisatawan. Pelayanan yang diberikan oleh instruktur *outbound* haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan kepada wisatawan. Hal ini dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat, memberi semangat dan profesional yang akan memberikan kepuasan kepada wisatawan.

Service delivery berkaitan dengan dimana, kapan, dan bagaimana jasa disampaikan kepada pelanggan. Strategi pelayanan yang diterapkan meliputi empat komponen, yaitu mencakup *service facilities*, *personnel*, *role* dan *scripts* yaitu mencakup kualitas dari orang yang memberikan pelayanan serta sentuhan fisik yang dapat membantu memproduksi jasa ataupun mengingatkan pelanggan akan keberadaannya. Kualitas dari penyampaian jasa berarti orang dan cara mereka menggunakan pengetahuannya menyampaikan jasa itu sendiri. Oleh karena itu kualitas jasa sangat tergantung pada kualitas dari orang yang memberikan jasa tersebut. Bukti fisik itu berupa *corporate image* yang terbentuk melalui warna, desain, logo, dekorasi, seragam pegawai, atau bahkan standarisasi pelayanan yang dapat menyediakan suatu *image* yang konkret akan suatu perusahaan penyedia jasa bagi konsumen.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul **PENGARUH *SERVICE DELIVERY* TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM MENGGUNAKAN PAKET *OUTBOUND* DI OBJEK WISATA LINGGARJATI INDAH KABUPATEN KUNINGAN.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *service delivery* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.
2. Bagaimanakah kepuasan wisatawan yang menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.
3. Bagaimana pengaruh *service delivery* terhadap kepuasan wisatawan yang menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai *service delivery* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.

2. Untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan wisatawan yang menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan .
3. Untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh *service delivery* terhadap kepuasan wisatawan yang menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan aspek teoritis (keilmuan) yaitu sebagai kajian pengembangan ilmu pemasaran dalam hal ini *service delivery*. Kegunaan lainnya yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan khususnya mengenai materi yang berkaitan dengan salah satu industri yang bergerak dalam bidang jasa yaitu destinasi.
2. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis (guna laksana) yaitu untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan serta Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuningan dalam memberikan persepsi mengenai *service delivery* terhadap kepuasan wisatawan.