

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berbagai organisasi internasional antara lain PBB, Bank Dunia dan *United Nation World Tourism Organization* (UN-WTO), telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak asasi manusia.

UN-WTO mengemukakan bahwa kegiatan pariwisata pada hakekatnya adalah berupa perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan secara bebas, sukarela dan memiliki kaitan yang erat dengan kehidupan dan eksistensi manusia itu sendiri. Hak yang sangat mendasar adalah kebebasan untuk bergerak dan untuk memperoleh istirahat, mengisi waktu senggang dengan berlibur. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang termasuk pula Indonesia. Pariwisata sebagai suatu kegiatan perubahan tempat tinggal sementara dari seorang di luar tempat tinggalnya sehari-hari dengan suatu alasan apapun selain bukan tujuan melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji.

Perkembangan pariwisata internasional selama dua dekade terakhir terus meningkat, meskipun perkembangan ekonomi dunia menghadapi ketidakpastian. Sektor pariwisata telah menjadi suatu industri penggerak perekonomian dunia saat ini. Berdasarkan data yang dikutip dari UN-WTO tahun 2008, pada tahun 2008 wisatawan mancanegara (wisman) internasional mencapai jumlah 798 juta

orang yang mampu menciptakan pendapatan sebesar USD 576 milyar. Pertumbuhan jumlah wisatawan pada dekade awal milenium sebesar 6,2% sedangkan pertumbuhan penerimaan dari wisman sebesar 8,6%, bahkan di 28 negara pendapatan tumbuh 16 % per tahun.

Berdasarkan angka-angka tersebut maka pantaslah apabila pariwisata dikategorikan ke dalam kelompok industri terbesar di dunia. Sekitar 15% dari ekspor barang dan jasa, pada umumnya berasal dari sektor pariwisata. Pariwisata telah menjadi penyumbang terbesar dalam perdagangan internasional dari sektor jasa, kurang lebih 37 persen, termasuk *five top exports categories* di 83% negara UN-WTO, sumber utama devisa di 38% negara dan di Asia Tenggara pariwisata dapat menyumbangkan 12 –15 % dari GDP serta 7% – 8% dari total *employment*.

Melihat peluang pariwisata tahun 2020, perjalanan wisata dunia akan mencapai 1,6 milyar orang, diantaranya 438 juta orang akan berkunjung ke Kawasan Asia-Pasifik, dan 100 juta orang ke Cina. Melihat jumlah wisatawan yang sedemikian besar, maka Indonesia dapat menawarkan segala daya tariknya untuk mendatangkan wisatawan dan merebut pangsa pasarnya. Dengan perolehan sebesar USD 4, 496 miliar pada tahun 2002, penerimaan devisa dari pariwisata Indonesia baru memperoleh 0,95 % dari pengeluaran wisatawan dunia (USD 474 miiiar).

UN-WTO memprediksikan bahwa Kawasan Asia Pasifik akan menjadi Kawasan destinasi wisata utama yang diperkirakan akan mengalami pertumbuhan yang sangat tinggi di sektor pariwisata di antara Kawasan-Kawasan lainya di belahan dunia. Indonesia sendiri melihat peluang yang

dinyatakan UN-WTO dengan memasang target 7,5 juta wisatawan mancanegara (wisman).

Indonesia merubah *taglinenya* “*Ultimate in Diversity*” menjadi “*Visit Indonesia Years*” perubahan ini dikarenakan Indonesia sudah memposisikan diri sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang mempunyai beragam destinasi yang menarik dan sudah siap dengan industri pariwisata. Indonesia sendiri memprediksikan penerimaan devisa selama 2008 sebanyak 6,2 miliar dolar AS dari 6,4 juta wisman. Berikut ini adalah adalah tabel kunjungan wisman di Indonesia.

TABEL 1.1
STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA
DI INDONESIA TAHUN 2005-2009

Tahun	Jumlah Wisatawan Mancanegara	Rata-Rata Pengeluaran /orang (US \$)		Rata-Rata Lama Tinggal	Devisa (Juta US \$)
		Per Kunjungan	Per Hari		
2005	5.002.101	904,00	99,86	9,05	4.521,89
2006	4.871.351	913,09	100,48	9,09	4.447,98
2007	5.505.759	970,98	107,70	9,02	5.345,98
2008	6.429.027	1.178,54	137,38	8,58	7.377,39
2009	6.452.259	995,93	129,57	7,69	6.302,50

Sumber : www.budpar.go.id (2010)

Jumlah kunjungan wisman tahun 2009 mengalami kenaikan 2% dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 6,4 juta wisman dan Indonesia juga mengalami penurunan devisa sebesar 15% dari tahun sebelumnya dengan jumlah 6,3 Juta (US\$). Hal ini terjadi karena krisis ekonomi yang melanda Indonesia akibat resesi ekonomi dunia tahun 2009 dan kasus bom bunuh diri di Hotel Ritz Charlton dan Hotel JW Marriot pada bulan Juli 2009 ini merupakan pengalaman yang sangat berharga bagi masyarakat pariwisata Indonesia untuk melakukan *re-positioning* sekaligus *re-vitalization* kegiatan pariwisata Indonesia.

Berdasarkan Undang-Undang No. 25 Tahun 2000 tentang program perencanaan nasional pariwisata mendapatkan tugas baru untuk ikut mempercepat pemulihan ekonomi nasional dan memulihkan citra Indonesia di dunia internasional. Adanya peristiwa dan dampak-dampak yang terjadi seperti krisis ekonomi berkepanjangan dan kasus Bom (*Terorisme*) di Indonesia yang memberikan dampak besar bagi pariwisata Indonesia maka Departemen Kebudayaan dan Pariwisata (DEPBUDPAR) melakukan beberapa rencana strategis jangka panjang. Rencana strategis Depbudpar 2005-2009 yaitu mewujudkan amanat Peraturan Presiden RI No.7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2005-2009, bahwa setiap Departemen diwajibkan untuk menyusun rencana strategis sesuai dengan tugas dan fungsi Lembaga tersebut.

Sejalan dengan Instruksi Presiden RI No.7 tahun 1999 tentang Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah serta Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional dalam kurun waktu lima tahun. Berkaitan dengan hal tersebut, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata telah menyusun Rencana Strategis Departemen Kebudayaan dan Pariwisata 2005-2009 (Renstra Depbudpar, 2005-2009) yang memuat visi, misi, nilai-nilai, keberhasilan serta strategi Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dari tahun 2005-2009 sebagai upaya memberikan informasi yang akuntabel dan terpercaya menyangkut program dan kegiatan untuk mencapai target dan sasaran pembangunan kebudayaan dan kepariwisataan nasional.

Berpedoman pada Rencana Strategis (Renstra) ini, seluruh satuan kerja di lingkungan Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dapat menyelenggarakan kegiatan secara lebih sistematis, konsisten, dan seimbang sehingga pencapaian

kinerja rencana strategis yang telah ditetapkan ini dapat dengan mudah diukur dan efektif. Pariwisata Indonesia dengan adanya Renstra Depbudpar 2005-2009 diharapkan dapat meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia, karena penurunan jumlah wisatawan sangat mempengaruhi aktivitas pariwisata di Indonesia. Di bawah ini adalah jumlah kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) di Indonesia.

TABEL 1.2
STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
DI INDONESIA TAHUN 2005-2009

TAHUN	WISNUS (000 orang)	PERJALANAN (000 orang)	RATA-RATA PERJALANAN	TOTAL PENGELUARAN (Trilyun Rp)
2005	112.701	198.359	1,76	74,72
2006	114.270	204.553	1,79	88,21
2007	115.335	222.389	1,93	108,96
2008	117.213	225.042	1,92	123,17
2009	118.971	229.093	1,92	125,63

Sumber : Pusat Pengelolaan Data dan Sistem Jaringan (P2DSJ)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2009 jumlah kunjungan wisnus mengalami kenaikan jumlah kunjungan sebesar 1,5% menjadi 119 ribu wisnus/hari dan kenaikan devisa menjadi 2% menjadi 125 triliun. Kenaikan tersebut terjadi karena pada tahun 2009 walaupun terjadi krisis ekonomi secara global tetapi tidak berdampak secara signifikan terhadap perekonomian di Indonesia sehingga ekonomi di masyarakat relatif stabil. Kenaikan tersebut membuka harapan terhadap peningkatan di bidang investasi, penyerapan tenaga kerja, peningkatan kontribusi kegiatan pariwisata terhadap pendapatan masyarakat dan pemerintah.

Pariwisata sebagai suatu industri menghasilkan berbagai elemen jasa yang dibutuhkan wisatawan pada khususnya dan wisatawan pada umumnya. Paket wisata salah satunya, merupakan barang-barang persediaan pariwisata

yang disediakan oleh kelompok-kelompok industri pariwisata sebagai kebutuhan yang dikehendaki wisatawan. Menurut Medlik dan Middleton (Oka A. Yoeti, 1996:13) yang dimaksudkan dengan elemen jasa dalam Industri pariwisata adalah “Semua jasa (*service*) yang dibutuhkan wisatawan semenjak ia berangkat meninggalkan tempat kediamannya, sampai ia kembali ke rumah di mana ia tinggal”.

Merujuk pada pemahaman konseptual terhadap industri pariwisata sebagai sebuah industri yang terdiri dari berbagai kombinasi di dalamnya, maka hakekatnya industri pariwisata merupakan kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Kapasitas dan bentuk dari ketersediaan barang dan jasa tidak terlepas sumber potensial yang berada pada suatu wilayah antara lingkungan dengan daya tarik dengan unsur-unsur pendukungnya berada lebih dikenal dengan daerah tujuan wisata atau destinasi pariwisata. Daerah tujuan wisata biasanya terdiri dari berbagai daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Daya tarik wisata (DTW) merupakan salah satu bentuk usaha pariwisata. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu Kawasan yang menjadi daerah tujuan wisata di Indonesia. Banyaknya potensi yang dimiliki oleh Jawa Barat baik berupa sumber daya alam, budaya dan adat istiadat serta keramah-tamahan masyarakatnya seharusnya bisa menjadikan Jawa Barat sebagai salah satu destinasi utama di

Indonesia. Potensi pasar yang ada serta tingginya angka kunjungan wisatawan untuk pergi berwisata membuat potensi wisata yang ada di Jawa Barat bisa tergali dan terus berkembang lebih baik lagi.

Potensi keindahan alam dan seni budaya di Jawa Barat banyak tersebar di berbagai daerah, terutama panorama di sepanjang Pantai Selatan Pangandaran sampai Pantai Binuangen di Kabupaten Sukabumi, sedangkan di sepanjang Pantai Utara membentang hamparan pantai dari kabupaten Bekasi sampai Kabupaten Cirebon, dan juga terdapat potensi alam lainnya, yang jumlahnya kurang lebih terdapat 346 daya tarik wisata. Pengembangan potensi wisata di Jawa Barat bukan tanpa alasan, ini didukung oleh banyaknya potensi wisata yang ada di Jawa Barat meliputi daya tarik wisata dan keanekaragaman budaya di berbagai tempat di Jawa Barat.

Provinsi Jawa Barat memiliki 360 daya tarik wisata diantaranya 214 daya tarik wisata alam, 73 wisata budaya dan 73 daya tarik wisata khusus. Potensi di atas belum termasuk berbagai potensi wisata yang belum tergali. Potensi wisata ini harus terus dikembangkan lebih baik lagi agar bisa menjadi daya tarik wisata bagi para wisatawan sehingga dapat meningkatkan dan memajukan industri pariwisata di Jawa Barat. Berikut ini merupakan data jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara yang berkunjung ke daya tarik wisata di Provinsi Jawa Barat.

TABEL 1.3
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE DAYA TARIK WISATA
DI PROVINSI JAWA BARAT TAHUN 2005-2008

Wisatawan	Tahun				
	2005	2006	2007	2008	2009
Mancanegara	207.935	227.068	338.959	342.854	350.000
Nusantara	16.890.316	23.859.547	23.782.302	25.684.886	30.000.000
Jumlah	17.098.251	24.086.615	24.121.261	26.057.740	30.350.000

Sumber : www.pikiran-rakyat.com (2010)

Berdasarkan Tabel 1.4 bisa dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan tahun 2009 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Wisatawan lokal mengalami peningkatan 17% dari tahun sebelumnya menjadi 30 juta wisnus dan wisman mengalami peningkatan sebesar 3% menjadi 350 ribu wisman. Wisnus masih menjadi salah satu wisatawan yang banyak mengunjungi DTW di Jawa Barat dibandingkan dengan wisman yang tahun 2009 mengalami peningkatan jumlah kunjungan. Pertumbuhan kunjungan wisatawan di Jawa Barat tidak lepas dari banyak sekali DTW khususnya wisata alam dan ini dapat dilihat dari jumlah wisata alam yang ada di Jawa Barat.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang terjadi di Jawa Barat berdampak pada meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan di daya tarik wisata alam. Salah satunya adalah DTW di Kawasan Bandung Selatan yang memiliki berbagai macam daya tarik wisata alam yang terkenal dan cukup diminati oleh wisatawan lokal. DTW yang meliputi wana wisata dan Kawasan pelestarian alam yang ada di Kawasan Bandung Selatan dapat dijelaskan dalam tabel di bawah ini :

TABEL 1.4
DAFTAR DAYA TARIK WISATA ALAM

No	Jenis	Nama Lokasi	Market Share (%)
1	WW	Kawah Putih	34%
2	TWA	Cimanggu	20%
3	WW	Ranca Upas	8%
4	TWA	Situ Pateggang	20%
5	PAP	Ciwalini	18%

Sumber : KBM WBU Perum Perhutani UNIT III Jawa Barat & Banten (2009)

Jumlah kunjungan yang selalu meningkat membuat Kawasan Bandung Selatan merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Kawasan Jawa Barat dengan segala potensi alam dan keindahan alaminya. Kawasan Bandung selatan

sendiri terdiri dari berbagai Kawasan yaitu Soreang, Ciwidey, Banjaran dan Pangalengan. Khusus di Kawasan Ciwidey, daya tarik wisata alam berada pada satu *cluster* di Kawasan Rancabali, Ciwidey sehingga wisatawan dimudahkan untuk berwisata ke daya tarik wisata alam yang ada karena lokasi yang berdekatan seperti Wana Wisata Kawah Putih (WW Kawah Putih), Pemandian Air Panas Cimanggu, Bumi Perkemahan Rancaupas dan Patuha Resort, Pemandian Air Panas Ciwalini dan Situ Patenggang. Berikut di bawah ini adalah jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata yang dikelola oleh KBM WBU UNIT III wilayah Distrik Manager III Bandung Selatan.

TABEL 1.5
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
DI DTW KAB. BANDUNG TAHUN 2004-2008

No	Nama Lokasi	Pengunjung				
		2005	2006	2007	2008	2009
1	WW. Cibolang	111.972	54.716	51.462	63.493	65.162
2	TWA. Cimanggu	115.552	102.824	77.612	89.567	147.494
3	WW. Gunung Puntang	72.563	31.880	15.972	20.426	10.076
4	WW. Ranca Upas	32.022	18.367	6.455	5.078	11,458
5	WW. Kawah Putih	78.447	145.671	200.342	249.458	275.065

Sumber : KBM WBU Perum Perhutani UNIT III Jawa Barat & Banten (2010)

Berdasarkan data jumlah kunjungan di atas ada kenaikan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2009 dari tahun sebelumnya di setiap daya tarik wisata alam di Kawasan Rancabali-Ciwidey. WW Kawah Putih mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 9% dari tahun sebelumnya dengan peningkatan hampir 25 ribu wisatawan. Fenomena ini terjadi karena adanya program paket wisata yang ditawarkan oleh pihak pengelola dan kerjasama dengan travel agent, sehingga meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kawah Putih. Dengan kembalinya minat wisatawan untuk kembali

berwisata di daya tarik wisata alam yang ada di Kabupaten Bandung membuat wisata alam dan daya tarik wisata Kawah Putih menjadi salah satu pilihan wisatawan. Melihat bahwa jumlah kunjungan tahun ini mengalami peningkatan di daya tarik wisata di Kawasan Bandung Selatan menjadikan Wana Wisata Kawah Putih sebagai andalan selain daya tarik wisata lain yang ada.

Salah satu program yang dipakai oleh WW Kawah Putih untuk menarik minat wisatawan untuk berwisata di Kawah Putih adalah dengan menawarkan *tourism package* dalam bentuk paket wisata untuk ditawarkan kepada wisatawan. *Package* di industri pariwisata merupakan sebuah kumpulan jasa-jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan, oleh karena itu barang dan jasa yang dihasilkan dari industri pariwisata salah satunya adalah paket wisata.

Menurut Medlik dan Middleton dalam Oka A. Yoeti, 1996:13, bahwa *tourism package* merupakan gabungan dari bermacam-macam unsur dalam industri pariwisata yang tidak terpisah. Pendapat Medlik dan Middleton tentang *package* sejalan dengan pengertian industri pariwisata yaitu industri pariwisata sebagai "Suatu industri tidaklah berdiri sendiri, tetapi terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan bermacam-macam jasa, yang dibeli oleh wisatawan dalam bentuk paket wisata".

Tourism package yang dibuat oleh di WW Kawah Putih adalah dalam bentuk paket wisata. Paket wisata yang dibuat bertujuan untuk menarik minat wisatawan untuk berwisata di Kawah Putih. Paket wisata yang dibuat dalam bentuk *Outdoor Activity Program* yang memfokuskan pada pembelajaran untuk meningkatkan kompetensi sumberdaya manusia dengan memanfaatkan media luar ruang (*outdoor*).

Berikut di bawah ini ditampilkan pendapatan dari paket wisata di Kawah Putih di bawah pengelolaan Kesatuan Bisnis Mandiri Wisata, Benih dan Usaha Lain Perum Perhutani UNIT III Jawa Barat & Banten.

TABEL 1.6
PENDAPATAN DAN PENGGUNA PAKET WISATA
TAHUN 2008-2009

No	Lokasi / Obyek	Pendapatan (Rp)		Pengguna Paket Wisata		Jumlah Wisatawan	
		2008	2009	2008	2009	2008	2009
1		300.400.000	324.938.500	7.484	13.753	249.458	275.065

Sumber : KBM WBU Perum Perhutani UNIT III Jawa Barat & Banten (2010)

Data di atas merupakan penghasilan WW Kawah Putih dari paket wisata dan jumlah wisatawan yang menggunakan paket wisata, di mana dari pendapatan tahun 2009 mengalami peningkatan 9% dari tahun sebelumnya. Jumlah pengguna paket wisata tahun 2009 juga mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 2% di mana persentase pengguna paket wisata berjumlah 3% pada tahun 2008 dan 5% pada tahun 2009 dari keseluruhan jumlah wisatawan. Pengguna paket wisata yang masih di bawah 10% dari total jumlah wisatawan membuat pengelola WW Kawah Putih yaitu KBM WBU UNIT III untuk terus berinovasi dan dalam melakukan kegiatan pemasaran dalam menawarkan program paket wisata di WW Kawah Putih.

Wana Wisata Kawah Putih menjadi salah satu daya tarik wisata unggulan dengan panorama pegunungan dan keindahan alamnya dan lokasi yang berdekatan dengan daya tarik wisata alam lainnya membuat WW Kawah Putih begitu cocok untuk dijadikan tempat berwisata. Melihat trend wisata sekarang yang lebih diarahkan pada *nature attraction*, WW Kawah Putih melengkapi dirinya dengan paket-paket wisata alam yang bisa mengenalkan dan mendekatkan wisatawan dengan alam. Paket-paket wisata itu didukung dengan memadainya perlengkapan serta diselaraskan dengan kondisi daya tarik wisata

setempat. Letak sosial geografis WW Kawah Putih dan berada di Kawasan Bandung Selatan yang memiliki banyak sekali daya tarik wisata unggulan, menjadikan WW Kawah Putih menjadi salah satu tujuan destinasi wisata baik bagi keluarga, grup, atau individual. Dukungan dari pemerintah dan swasta berupa aksesibilitas dan informasi yang memadai turut membantu kemajuan dan berkembangnya WW Kawah Putih dalam menawarkan paket wisata yang ditawarkannya.

TABEL 1.7
PENGGUNA PAKET WISATA (PER SEGMENT)
TAHUN 2008-2009

<i>Segment</i>	%
Grup (Organisasi dan perusahaan)	34
Family	30
Grup (Individual)	36

Sumber : KBM WBU Perum Perhutani UNIT III Jawa Barat & Banten (2010)

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa pengguna paket wisata di WW Kawah Putih paling banyak berasal dari segmen Grup (*individual*) dengan 36%, kemudian segmen *group* (perusahaan dan organisasi) dengan 34% dan segmen *family* dengan 30%. Grup *Individual* lebih banyak menggunakan paket wisata perorangan sehingga lebih fleksibel dan mudah dalam menggunakannya dan cocok digunakan bersama teman dan pasangan. Segmen *group* lebih banyak menggunakan paket yang penggunaannya 2-3 hari dengan program *outdoor* sebagai kegiatannya. Segmen *family* sendiri banyak yang memakai paket untuk perorangan dan juga grup. Segmen ini lebih banyak memakai paket wisata ketika libur panjang tiba yaitu liburan sekolah dan liburan akhir tahun. WW Kawah Putih mendapat keuntungan penjualan paket wisata paling banyak dari segmen *group* karena jumlah peserta dan harga paket yang lebih besar dari segmen lainnya.

Tourism package yang dimaksud dan ditawarkan adalah dalam bentuk paket wisata yang bertujuan untuk menarik minat wisatawan dan untuk memudahkan wisatawan dalam berwisata. Paket-paket wisata yang dibuat menjadi sebuah salah satu strategi andalan KBM WBU UNIT III untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke WW Kawah Putih. Program paket-paket wisata yang dijual di WW Kawah Putih adalah sebagai berikut terdiri dari tiga kategori yaitu kategori Outdoor *Experiential Learning*, *Outdoor Pursuit Modul*, dan *Jungle Exploring Guide*. Berikut ini adalah daftar-daftar paket wisata yang ditawarkan di Kawah Putih.

TABEL 1.8
NATURE ATTRACTION PACKAGE
WANA WISATA KAWAH PUTIH

No	Nama Paket	Kegiatan & Fasilitas	Harga
1	PATUHA Tour 1	Akomodasi Patuha ; Makan 3x, snack 2x,Kawah Putih, Situ Patengan, Wisata Air, Terapi Air Belerang, Flying Fox, Fun Game, Api Unggun, Jagung Bakar, Strowbery. Guide, Asuransi	Rp. 330.000,-/orang (min. 20 orang)
2	PATUHA Tour 2	Akomodasi Cimanggu ; Makan 3x, snack 2x,Kawah Putih, Situ Patengan, Wisata Air, Terapi Air Belerang,Flying Fox, Fun Game, Api Unggun, Jagung Bakar.Tour Guide, Asuransi	Rp. 295.000,-/orang (min. 20 orang)
3	PATUHA Tour - 3	Akomodasi : Tenda Dome + Sleeping Bag, Makan 3x, snack 2x, Jungle Track.Flying Fox, Fun Game, Api Unggun, Jagung Bakar, Petik Strowbery, Tour Guide, Asuransi	Rp. 200.000,-/orang (min. 20 orang)
4	CEMARA Trip 1	Makan 1x, snack 1x, Kawah Putih Tour, Situ Patengan Tour, Wisata Air, Berenang Air Panas Alam. Tour Guide, Asuransi	Rp. 80.000,-/orang
5	CEMARA Trip 2	Makan 1x, snack 1x, Kawah Putih Tour, Situ Patengan Tour, Wisata Air, Berenang Air Panas Alam. Tea Walk, Flying Fox, Petik Strowbery, Tour Guide, Asuransi	Rp. 120.000,-/orang
6	CEMARA Trip 3	Makan 1x, snack 1x,Kawah Putih Tour, Situ Patengan Tour, Wisata Air, Berenang Air Panas Alam. Outbond, Jungle Track, Petik Strowbery.Tour Guide, Asuransi	Rp. 140.000,-/orang
8	Paket Komersil (Syuting)	Foto Pra Wedding Syuting film, iklan, video dll	Rp. 300.000- Rp. 1.000.000,-/hari
9	Jungle Exploring Guide	<i>Mini expedition, War game, Ecological Education, Bird/Animalk, Plant Watching, Forest Village Recreation, Trekking, Camping, Forest Expedition, Jeep Touring, Tea Walk</i>	(Pesan terlebih dahulu ke KBM WBU UNIT III)

Sumber : KBM WBU Perum Perhutani UNIT III Jawa Barat & Banten (2009)

Selain paket wisata yang ditawarkan oleh Wana Wisata Kawah Putih, wisatawan juga dapat merancang dan membuat paket wisata akan keinginannya sendiri, hal ini biasa dinamakan *customize package*. *Customize package* dibuat berdasarkan permintaan wisatawan sendiri sehingga waktu perjalanan wisata disesuaikan dengan program yang dibuat oleh wisatawan. Berdasarkan hasil data penelitian di Wana Wisata Kawah Putih ternyata *customize package* paling banyak diminati oleh wisatawan, oleh karena itu jenis paket wisata di Wana Wisata Kawah Putih yang ditampilkan dalam penelitian ini adalah paket patuha tour 1, 2 dan 3 yang dimodifikasi menjadi paket patuha tour kemudian paket cemara trip 1, 2 dan 3, paket komersil dan *jungle exploring guide* dimodifikasi menjadi paket wisata lainnya, selain jenis paket *customize package* dan patuha tour.

Berdasarkan program-program paket wisata yang ditawarkan oleh Wana Wisata Kawah Putih melalui KBM WBU UNIT III Jawa Barat dan Banten sebagai pengelola, diharapkan dapat menarik minat wisatawan nusantara untuk berwisata dan membeli paket wisata yang ditawarkan. Melihat *trend* wisata saat ini yang lebih memilih wisata alam, maka paket wisata alam merupakan solusi untuk menarik minat wisatawan berkunjung, oleh karena itu dengan pernyataan-pernyataan dan data-data di atas, maka perlu diadakan sebuah penelitian dengan judul **“Program Tourism Package Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Wana Wisata Kawah Putih Kabupaten Bandung”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

- 1 Bagaimana gambaran program *tourism package* di Wana Wisata Kawah Putih Kabupaten Bandung.
- 2 Bagaimana gambaran proses keputusan berkunjung wisatawan di Wana Wisata Kawah Putih Kabupaten Bandung.
- 3 Bagaimana pengaruh program *tourism package* terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Kawasan Wana Wisata Kawah Putih Kabupaten Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk memperoleh temuan mengenai :

1. Program *tourism package* yang di Kawasan Wana Wisata Kawah Putih Kabupaten Bandung.
2. Proses keputusan berkunjung wisatawan di Wana Wisata Kawah Putih Kabupaten Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh program *tourism package* terhadap proses keputusan berkunjung baik secara simultan maupun parsial pada wisatawan di Wana Wisata Kawah Putih Kabupaten Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan :

1.4.1 Kegunaan Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi keilmuan dan memberikan nilai tambah pengetahuan serta wawasan berkaitan dengan bahasan penelitian ini di bidang manajemen pemasaran

pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran pariwisata, pemasaran destinasi pariwisata, *tourism package* pada sebuah destinasi pariwisata pengaruhnya terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan, sehingga penelitian ini dapat berguna bagi para akademisi dan umum dalam mengembangkan teori kepariwisataan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi pengelola Wana Wisata Alam Kawah Putih, Kesatuan Bisnis Mandiri Wisata, Benih dan Usaha Lain Perum Perhutani UNIT III Jawa Barat & Banten, dalam meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan melalui usaha jasa paket wisata, dalam meningkatkan kualitas dan mengembangkan potensi wisata yang dimilikinya dan mengatahu paket-paket wisata apa yang diinginkan dari wisatawan dan menilai seberapa pengaruhnya paket wisata yang digunakan dalam keputusan berkunjung wisatawan di Wana Wisata Kawah Putih Kabupaten Bandung.