

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata adalah salah satu jenis industri yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan serta transportasi.

Pariwisata diberi makna, "Mereka yang meninggalkan rumah untuk mengadakan perjalanan tanpa mencari nafkah di tempat-tempat yang dikunjungi sambil menikmati kunjungan mereka" (Nyoman S.Pendit, 2003:1).

Pariwisata merupakan penghasil devisa utama pada banyak negara yang sudah maju, menurut organisasi pariwisata dunia, *WTO (World Tourism Organization)*, 90% seluruh pendapatan dari sektor pariwisata terkonsentrasi pada 15 negara di Amerika Utara dan Eropa. Prospek pariwisata untuk masa yang akan datang sangat menjanjikan bahkan memberikan peluang yang sangat besar, berdasarkan perkiraan *UNWTO (United World Tourism Organization)* jumlah wisatawan internasional (*inbound tourism*) yakni, sebesar 1.046 milyar orang (tahun 2010) dan 1.602 milyar orang (tahun 2020), diantaranya masing-masing 231 juta dan 438 juta orang berada di kawasan Asia Timur dan Asia Pasifik serta akan mampu menciptakan pendapatan dunia sebesar USD 2 triliun pada tahun 2020.

Kepariwisataan Indonesia dapat dikatakan mengalami kemajuan, hal ini dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang datang ke Indonesia ditunjukkan Tabel 1.1 sebagai berikut :

TABEL 1.1
STATISTIK JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA KE
INDONESIA TAHUN 2001-2008

TAHUN	JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA	RATA-RATA PENGELUARAN PER ORANG (USD)		RATA-RATA LAMA TINGGAL (HARI)	PENERIMAAN DEvisa (JUTA USD)
		PER KUNJUNGAN	PER HARI		
2001	5.153.620	1.053,36	100,42	10,49	5.396,26
2002	5.033.400	893,26	91,29	9,79	4.305,56
2003	4.467.021	903,74	93,27	9,69	4.037,02
2004	5.321.165	901,66	95,17	9,47	4.797,88
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	7.035.896	1.215,42	139,22	9,74	7.455,59

Sumber: *Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia, 2009*

Berdasarkan Tabel 1.1 mengenai statistik jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tahun 2001 hingga tahun 2009 mengalami fluktuasi. Penurunan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia paling drastis adalah pada tahun 2003 yaitu sebanyak 566.379 orang atau sebesar 16%. Sedangkan untuk kenaikan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia yang paling tinggi terjadi pada tahun 2008 yaitu sebanyak 923.268 orang atau sebesar 26%.

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang cukup signifikan pada tahun 2003 dan 2006 disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya, bencana alam yang sempat melanda Indonesia, perekonomian yang tidak stabil, ancaman teroris yang sempat melanda Indonesia sehingga wisatawan mancanegara merasa takut dan tidak aman untuk melakukan perjalanan wisata ke Indonesia. Stabilitas sosial dan politik serta adanya larangan untuk berkunjung ke Indonesia atau *Travel Warning* dari beberapa negara juga menjadi salah satu faktor pendorong terjadinya penurunan jumlah wisatawan.

Sedangkan untuk jumlah wisatawan nusantara yang melakukan kegiatan kepariwisataan ditunjukkan pada Tabel 1.2 sebagai berikut :

TABEL 1.2
STATISTIK JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
TAHUN 2001 - 2008

TAHUN	WISNUS (000 orang)	PERJALANAN (000 orang)	RATA-RATA PERJALANAN	TOTAL PENGELUARAN (Trilyun Rp)
2001	103.884	195.770	1,88	58,71
2002	105.379	200.589	1,90	68,82
2003	110.030	207.119	1,88	70,87
2004	111.353	202.763	1,82	71,70
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	120.213	275.335	1,97	165,03

Sumber: Pusat Pengelolaan Data dan Sistem Jaringan (P2DSJ), 2009

Berdasarkan Tabel 1.2 jumlah kunjungan wisatawan nusantara mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan jumlah wisatawan nusantara yang paling

tinggi terjadi pada tahun 2003 yaitu sebanyak 4.651.000 orang atau sebesar 35%. Peningkatan jumlah wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan wisata dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, adanya motivasi untuk melakukan perjalanan wisata seperti rekreasi, pendidikan, kesenangan dan keluarga.

Berdasarkan data tersebut diharapkan pariwisata di Indonesia dapat terus ditingkatkan dan dikembangkan dari tahun-tahun sebelumnya, dan wisatawan nusantara dapat lebih memilih berwisata di dalam negeri dibandingkan ke luar negeri. Salah satu hal pendukung mengapa wisatawan diharapkan berwisata di dalam negeri karena Indonesia memiliki berbagai jenis usaha pariwisata yang ditawarkan.

Undang-Undang No 10 tahun 2009 menjelaskan bahwa, jenis usaha pariwisata di Indonesia antara lain: daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta dan spa.

Menurut Undang-Undang No 10 tahun 2009, 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.

Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di

dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam objek wisata adalah Jawa Barat. Pariwisata Jawa Barat dari tahun ke tahun dapat dikatakan berkembang pesat. Hal tersebut terbukti dengan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke objek wisata di Jawa Barat, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

Sejak tahun 2003 hingga tahun 2009, Jawa Barat terus mengalami kenaikan jumlah wisatawan. Kenaikan tertinggi wisatawan mancanegara terjadi pada tahun 2008 yang mengalami kenaikan sebesar 69.45% wisatawan sedangkan untuk wisatawan nusantara kenaikan tertinggi wisatawan terjadi pada tahun 2009 sebesar 29.21% wisatawan. Pada tahun 2008 angka kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara juga mengalami peningkatan sebesar 37.5% wisatawan. Jumlah Kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara pada tahun 2004 hingga 2008 terdapat pada Tabel 1.3 berikut:

TABEL 1.3
PERTUMBUHAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE
JAWA BARAT TAHUN 2004-2009

No.	Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Total
1.	2003	25.090.712	198.474	25.289.186
2.	2004	16.611.680	239.113	16.850.793
3.	2005	16.890.316	207.935	17.098.251
4.	2006	17.115.501	245.512	17.361.013
5.	2007	17.326.073	229.113	17.555.186
6.	2008	20.000.000	750.000	27.500.000
7.	2009	32.000.000	700.000	32.700.000

Sumber: *West-Java Indonesia.com*

Sebagai ibukota Provinsi Jawa Barat, Bandung merupakan salah satu daerah yang memiliki beragam objek dan daya tarik wisata. Banyak wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bandung untuk melakukan kegiatan wisata. Berikut ini adalah data statistik jumlah wisatawan mancanegara dan nusantara di Kota Bandung Tahun 2003 – 2009 sebagai berikut:

TABEL 1.4
KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DAN
WISATAWAN NUSANTARA KE KOTA BANDUNG 2003-2009

Tahun	Wisatawan Nusantara	Persentase Peningkatan Wisnus	Wisatawan Mancanegara	Persentase Peningkatan Wisman	Total	Total Persentase Peningkatan
2003	1.537.272	62.00%	81.388	8.00%	1.618.660	-
2004	1.750.000	14.00%	87.000	7.00%	1.837.000	11.89%
2005	1.837.500	5.00%	91.350	5.00%	1.928.850	4.76%
2006	1.925.000	4.76%	94.600	4.00%	2.019.600	4.49%
2007	2.420.105	11.60%	137.268	14.40%	2.557.373	21.03%
2008	2.662.115	10.00%	150.995	10.00%	2.813.110	9.09%
2009	7.515.255	64.60%	185.076	18.40%	7.700.331	63.47%

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2010

Jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara di Kota Bandung tahun 2003 hingga 2009 berdasarkan Tabel 1.2 di atas terus mengalami peningkatan yang signifikan. Kenaikan tertinggi jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bandung terjadi pada tahun 2009 sebanyak 4.887.221 atau sebesar 63.47% wisatawan.

Kenaikan untuk wisatawan mancanegara sebanyak 34.081 wisatawan atau sebesar 18.40% sedangkan untuk wisatawan nusantara sebesar 64.60% atau sebanyak 4.853.140 wisatawan.

Tingginya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bandung dikarenakan oleh adanya beberapa faktor penyebab atau daya tarik yang mendukung Bandung sebagai daerah tujuan wisata di Indonesia. Faktor-faktor pendukung tersebut antara lain adalah keindahan dan panorama yang indah, beriklim sejuk, keramahmatan masyarakat dan memiliki berbagai jenis atraksi pariwisata.

Objek wisata yang berada di Bandung sangat beraneka ragam, seperti wisata alam (gunung, kawah, danau, air terjun, hutan, area perkemahan, perkebunan), wisata sejarah dan edukasi (museum, monumen, patung), wisata belanja (butik, *factory outlet*, distro mall, toko souvenir), wisata kuliner, serta wisata buatan (taman dan kebun binatang).

Selain objek wisata tersebut, Kota Bandung pun memiliki objek wisata lain yang lebih menarik lagi. Saat ini di Kota Bandung banyak menawarkan aktivitas *outdoor recreation* (rekreasi di alam terbuka) yang dibuka sebagai alternatif tempat wisata di Kota Bandung. Menurut Clawson dan Knetsch *outdoor recreation* atau rekreasi di alam terbuka merupakan “Rekreasi yang dilakukan di alam terbuka yang membutuhkan ruang (*space*) dan sumber daya alam (*natural resources*) dalam jumlah yang relatif besar”.

Rekreasi alam terbuka adalah rekreasi yang dilakukan di tempat-tempat yang tidak dibatasi (Douglas dalam Kumpulan Makalah Peranan Rekreasi dalam Kehidupan Sosial, 30 Desember 2009). Bentuk kegiatan rekreasi alam di alam terbuka meliputi: (a) rekreasi perjalanan seperti bersepeda, jalan-jalan, berkuda, pendakian dan berlayar, (b) rekreasi sosial seperti piknik dan berkemah, (c) rekreasi estetik seperti fotografi, melukis, menikmati pemandangan dan studi alam, (d) petualangan seperti memanjat tebing dan mendaki gunung, (e) *survival replay* seperti memancing, berburu dan berkemah.

Salah satu daerah kawasan wisata di Bandung yang banyak menawarkan aktivitas *outdoor recreation* adalah Kabupaten Bandung Barat. Bisnis *outdoor recreation* di Bandung Barat mulai berkembang khususnya pada empat tahun terakhir ini, hal ini menunjukkan bahwa pengelola *outdoor recreation* berusaha memanfaatkan peluang yang ada untuk bersaing memperebutkan pangsa pasar. Saat ini *outdoor recreation* di Bandung Barat semakin banyak jenis dan peminatnya. Potensi wisata *outdoor recreation* yang berada di Bandung Barat antara lain: *All About Strawberry*, Alam Sejuk, *Battlefield Paintball*, Cikole, Ciwangun Indah Camp, *De Ranch*, Katumiri *Outdoor Activities*, *Little Farmers*, Paku Haji, Sindang Reret, dan Taman Kupu-Kupu. Hal ini menunjukkan bahwa Bandung Barat sangat berpotensi untuk mengembangkan wisata *outdoor recreation*.

Katumiri *Outdoor Activities* merupakan salah satu *outdoor recreation* yang ada di Bandung Barat, tepatnya di daerah Cihanjuang yang di dalamnya terdapat berbagai jenis atraksi wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Katumiri *Outdoor Activities* dibangun pertama kali pada tahun 2003 yang dimulai dengan kegiatan beberapa permainan diantaranya *Flying Fox*, *High Ropes*, berkuda dan jelajah alam menuju Curug Panganten. Penambahan beragam permainan terus diupayakan oleh pihak Katumiri untuk dapat menarik pengunjung.

Katumiri *Outdoor Activities* merupakan perintis kegiatan permainan di alam terbuka di Bandung Barat. Seiring perkembangan waktu dari tahun ke tahun *outdoor recreation* yang menyajikan permainan *outbound* semakin banyak peminatnya. Hal ini menjadi faktor pemicu bermunculannya *outdoor recreation* di Bandung Barat sehingga keberadaan Katumiri *Outdoor Activities* sedikit demi sedikit mulai tergeser oleh adanya para pesaing sejenis. Hal tersebut berdampak pada menurunnya jumlah kunjungan di Katumiri *Outdoor Activities*. Berikut ini adalah Tabel 1.5 mengenai jumlah kunjungan ke beberapa *outdoor recreation* di Bandung Barat:

TABEL 1.5
OUTDOOR RECREATION PARK DI BANDUNG BARAT

No.	<i>Outdoor Recreation</i>	2007	2008	2009
1.	Ciwangun Indah Camp	49.965	59.958	45.953
2.	Little Farmers	40.588	28.185	16.169
3.	Katumiri Outdoor Activities	44.450	47.870	28.999
4.	Battlefield Paintball	35.872	41.260	26.575
5.	Paku Haji	50.526	48.918	39.774

Sumber: Pengolahan berbagai sumber, 2010

Sejak dibukanya Katumiri *Outdoor Activities* untuk umum, setiap tahunnya jumlah kunjungan wisatawan ke Katumiri *Outdoor Activities* mengalami peningkatan walaupun tidak terlalu besar, tetapi pada tahun 2009 jumlah kunjungan wisatawan ke Katumiri *Outdoor Activities* mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Berikut ini adalah data statistik jumlah pengunjung Katumiri *Outdoor Activities* dari tahun 2006 hingga tahun 2009:

TABEL 1.6
STATISTIK JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KATUMIRI *OUTDOOR ACTIVITIES*
TAHUN 2006-2009

Bulan	Tahun			
	2006	2007	2008	2009
Januari	3.790	4.016	5.792	6.268
Februari	1.415	1.246	2.113	1.150
Maret	2.099	3.598	4.443	2.403
April	3.525	3.184	2.111	1.850
Mei	2.880	2.861	3.413	2.154
Juni	2.649	4.776	4.009	1.841
Juli	4.929	7.827	7.063	3.608
Agustus	4.145	4.036	3.007	750
September	1.984	2.127	23	4.929
Oktober	4.583	4.583	8.553	861
November	1.888	1.888	1.773	1.088
Desember	4.308	4.308	5.570	2.097
Total	38.195	44.450	47.870	28.999

Sumber : Katumiri *Outdoor Activities* Bandung, 2010

Berdasarkan tabel statistik angka kunjungan wisatawan ke Katumiri *Outdoor Activities*, dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Katumiri pada

tahun 2007 mengalami kenaikan yang cukup tinggi sebesar 14.07% pengunjung, selanjutnya pada tahun 2008 angka pertumbuhan kunjungan wisatawan menurun menjadi 7.14% pengunjung dan pada tahun 2009 jumlah pengunjung mengalami penurunan yang signifikan sebanyak 18.871 atau sebesar 65.07% pengunjung.

Menurunnya jumlah pengunjung Katumiri *Outdoor Activities* pada tahun 2009 dikarenakan semakin banyaknya tempat-tempat *outdoor recreation* di Bandung Barat yang menawarkan produk-produk serupa bahkan tempat-tempat *outdoor recreation* tersebut hanya berjarak sekitar beberapa meter saja dari *outdoor recreation* yang satu ke yang lainnya, faktor cuaca juga bisa menjadi salah satu kendalanya karena pada saat musim hujan sepi akan pengunjung.

Hal tersebut menggambarkan bahwa tingkat keputusan berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities* semakin rendah. Menurunnya jumlah kunjungan ke Katumiri *Outdoor Activities* salah satunya, dikarenakan adanya penutupan beberapa permainan di tahun 2009 yang sebenarnya merupakan daya tarik bagi wisatawan datang ke Katumiri *Outdoor Activities* serta tingkat kejenuhan wisatawan terhadap wahana permainan yang ditawarkan.

Tingkat kejenuhan wisatawan terhadap produk dari sebuah *outdoor recreation* merupakan hal penting yang perlu diperhatikan karena harapan wisatawan berkunjung ke sebuah *outdoor recreation* yaitu wisatawan selalu ingin mendapatkan hal-hal baru baik melalui wahana permainan, hiburan yang menyenangkan maupun tema desain *outdoor recreation*.

Kejenuhan pengunjung ini diakibatkan oleh kurangnya wahana permainan atau produk yang tidak dilakukan pembaharuan atau pengembangan serta ditutupnya beberapa wahana permainan yang cukup banyak diminati oleh pengunjung pada tahun 2009. Hal ini dapat terlihat dari permainan *flying fox* dan *high ropes* yang sejak awal dibukanya belum mengalami pembaharuan rute atau *track* yang cukup signifikan dibandingkan dengan wahana lainnya. Pemenuhan harapan wisatawan tersebut diharapkan dapat menciptakan kepuasan bagi wisatawan, sehingga wisatawan akan melakukan kunjungan kembali ke Katumiri *Outdoor Activities*.

Pada tahun 2009 juga terdapat beberapa permainan yang ditutup atau tidak beroperasi dikarenakan kerusakan dan dalam masa perbaikan, bahkan terjadi pada saat wisatawan ingin menikmatinya. Kerusakan permainan ini disebabkan oleh masa pakai yang menurun dan perlu diperbaharui atau diperbaiki sehingga wisatawan tidak akan mengalami kekecewaan dalam menikmati permainan di Katumiri *Outdoor Activities*. Tingkat kejenuhan wisatawan dan kerusakan atau dalam masa perbaikan permainan ini disinyalir dapat berpengaruh negatif terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Fenomena tersebut dapat menjadi acuan pihak manajemen *Katumiri Outdoor Activities* untuk mengambil tindakan atau keputusan, agar keputusan berkunjung yang dilakukan oleh pengunjung *Katumiri Outdoor Activities* dapat meningkat kembali. Salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen *Katumiri Outdoor Activities* untuk meningkatkan kembali tingkat keputusan berkunjung wisatawan, yaitu dengan melakukan strategi pengembangan produk baik untuk menggantikan, melengkapi

maupun menambah beragam permainan dan beragam produk yang dapat memicu adrenalin pengunjung.

Pengembangan produk ini tidak hanya dilakukan pada permainan tetap tetapi juga pada paket permainan yaitu program *outbound*, *gathering* dan *outing*. Pengembangan permainan tersebut diharapkan dapat berdampak positif terhadap keputusan berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities*.

Produk dan jasa utama dari tempat *outdoor recreation* adalah permainan dan hiburan sehingga mereka harus melakukan penambahan, perbaikan maupun penyempurnaan wahana permainan yang ditawarkan dan fasilitas serta program hiburan lainnya untuk mempertahankan agar wisatawan memutuskan untuk datang kembali. Permainan dan hiburan merupakan produk utama dari sebuah *outdoor recreation* yang harus selalu dikembangkan baik melalui penyempurnaan produk maupun penciptaan produk baru, sehingga wisatawan tidak mengalami kejenuhan atau kebosanan.

Katumiri *Outdoor Activities* melakukan beberapa pengembangan produk dimulai dari pengembangan permainan tetap dan dibukanya kembali permainan yang ditutup karena masa perbaikan pada tahun 2009 serta pengembangan program permainan paket *outbound*, *gathering* dan *outing*.

Tabel 1.7 di bawah ini, menjelaskan tentang pengembangan produk yang dilakukan oleh Katumiri *Outdoor Activities*:

TABEL 1.7
PENGEMBANGAN PERMAINAN PADA
KATUMIRI *OUTDOOR ACTIVITIES*

No.	Nama Permainan	Waktu Pengembangan
1.	<i>Buggy Of Road</i>	Dibuka kembali pada awal bulan Januari tahun 2010
2.	<i>ATV Adventure</i>	Dibuka kembali pada awal bulan Januari tahun 2010
3.	<i>Mini Moto</i>	Dibuka kembali pada pertengahan bulan Januari tahun 2010
4.	<i>Paintball</i>	Dibuka pada bulan Januari tahun 2009
5.	Balon Darat	Dibuka pada bulan Agustus tahun 2009
6.	Edu Tani	Dibuka pada akhir bulan Desember tahun 2009

Sumber: Katumiri *Outdoor Activities* Bandung, 2010

Berdasarkan Tabel 1.7 dapat dilihat bahwa pihak manajemen Katumiri *Outdoor Activities* telah melakukan pengembangan produk baik dengan pembuatan permainan baru seperti *Paintball*, Balon darat dan Edu Tani juga perbaikan dan penyempurnaan permainan yang dibuka kembali seperti *buggy of road*, *ATV Adventure* dan *mini moto*.

Katumiri *Outdoor Activities* juga membuat program paket *Fun Game Outing* dengan tema *Personal & Adventure Challenge* yang berdurasi 8 jam dari pukul 07.00-16.00 dengan materi kegiatan *Games* minimal 9 media yang ditampilkan melalui penyajian yang menarik dan menyenangkan bagi wisatawan.

Produk-produk wisata yang ditawarkan diharapkan dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities*. Motivasi dari pengunjung dapat menentukan tipe produk wisata yang dibutuhkan oleh wisatawan yang pada akhirnya akan menentukan keputusan wisatawan dalam memilih objek wisata mana yang akan dikunjungi. Suatu *outdoor recreation* akan dapat menarik banyak wisatawan jika tempat wisata tersebut dapat menampilkan berbagai jenis

atraksi wisata yang beragam kepada wisatawan yang datang. Semakin banyak atraksi wisata yang beragam ditawarkan oleh suatu *outdoor recreation* maka akan dapat menarik banyak wisatawan untuk menikmati wahana permainan yang ditawarkan.

Strategi pengembangan produk baru ini diharapkan dapat diminati oleh wisatawan sehingga dapat memotivasi untuk melakukan kunjungan ke Katumiri *Outdoor Activities*. Dengan kata lain wahana permainan yang ditawarkan Katumiri *Outdoor Activities* yang dikemas dalam beragam atraksi yang menarik untuk wisatawan diharapkan dapat meningkatkan keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, menunjukkan bahwa permasalahan keputusan berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities* salah satunya dipengaruhi oleh kerusakan atau penutupan permainan dan tingkat kejenuhan pengunjung yang diperkirakan dapat diperbaiki melalui strategi pengembangan produk. Oleh sebab itu, perlu diadakan penelitian dengan topic "**Strategi Pengembangan Produk *Outdoor Recreation* Dalam Upaya Menciptakan Keputusan Berkunjung Ke Katumiri *Outdoor Activities***" (Survei pada pengunjung Katumiri *Outdoor*).

1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang akan dibahas pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai Strategi Pengembangan Produk pada Katumiri *Outdoor Activities*.
2. Bagaimana gambaran mengenai Keputusan Berkunjung pada Katumiri *Outdoor Activities*.
3. Bagaimana pengaruh Strategi Pengembangan Produk terhadap Keputusan Berkunjung pada Katumiri *Outdoor Activities*.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis mengadakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai Strategi Pengembangan Produk pada Katumiri *Outdoor Activities*.
2. Untuk memperoleh gambaran mengenai Keputusan Berkunjung pada Katumiri *Outdoor Activities*.
3. Untuk mengetahui pengaruh Strategi Pengembangan Produk terhadap Keputusan Berkunjung pada Katumiri *Outdoor Activities*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kegunaan teoritis maupun praktis :

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pemasaran mengenai Strategi pengembangan produk dan keputusan berkunjung pada *outdoor recreation*.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Katumiri *Outdoor Activities* dalam mempengaruhi keputusan berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities*.

