

BAB I

PENDUHLUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Paradigma pembangunan di banyak negara kini lebih berorientasi kepada pengembangan industri jasa, termasuk di dalamnya adalah industri pariwisata. Sektor pariwisata saat ini semakin diperhitungkan sebagai kontributor penting dalam pertumbuhan ekonomi global. Tren global saat ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata rata-rata tumbuh sekitar 7% per tahun dan memberikan kontribusi 25% dari total nilai tren pertumbuhan pariwisata global tersebut yang tentunya akan memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Tren Pariwisata global diperkirakan akan pulih pada tahun 2010 setelah krisis ekonomi dan wabah H1N1 yang mengakibatkan salah satu tahun paling sulit bagi sektor pariwisata. Tahun 2010 akan menjadi tahun transformasi untuk dunia pariwisata. Menurut Sekretaris Jenderal *United Nation of World Tourism Organization* (UNWTO) Taleb Rifai, kedatangan wisatawan internasional turun sekitar 4,0% pada 2009 menjadi 880 juta, tetapi akan pulih dan tumbuh sekitar 3,0-4,0% pada 2010.

Pariwisata merupakan sektor industri yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang cepat dibandingkan dengan sektor industri lainnya dalam tiga dasawarsa terakhir, aktivitas sektor pariwisata telah didorong dan ditanggapi secara positif oleh pemerintah Indonesia dengan harapan dapat menggantikan sektor migas yang selama ini menjadi primadona dalam penerimaan devisa

negara. Sektor pariwisata memang cukup menjanjikan untuk turut membantu menaikkan cadangan devisa dan secara pragmatis juga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Prospek industri pariwisata Indonesia diprediksikan WTO akan semakin cemerlang, dengan perkiraan pada tahun 2010 akan mengalami pertumbuhan hingga 4,2% per tahun. Selain itu kepariwisataan berfungsi sebagai alat untuk melestarikan kebudayaan dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pada suatu daerah.

Undang-undang kepariwisataan nomor 10 tahun 2009 mengatakan bahwa bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu Provinsi yang turut serta mengembangkan kepariwisataannya guna meningkatkan kesejahteraan rakyat dengan salah satu program yang sedang digalakan adalah Visit Jawa Barat 2008. Perkembangan pariwisata Jawa Barat semakin tumbuh dan berkembang. Pada tahun 2004 sampai dengan tahun 2008 pertumbuhan kunjungan wisatawan ke objek wisata di Jawa Barat terus mengalami peningkatan selama 4 tahun berturut-turut hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini:

TABEL 1.1
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat Tahun 2004-2008

Wisatawan	Tahun					Total
	2004	2005	2006	2007	2008	
Mancanegara	239.113	207.935	227.068	338.959	262.189	1.275.264
Nusantara	16.661.680	16.890.316	23.859.547	23.782.302	25.452.040	106.645.885
Jumlah	16.850.793	17.098.251	24.086.615	24.121.261	25.714.229	107.871.149

Sumber : Disbudpar Kab./Kota di Jawa Barat Tahun 2009

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa pertumbuhan wisatawan ke Provinsi Jawa Barat Terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2004 hingga tahun 2008. Kunjungan wisatawan nusantara paling tinggi yaitu pada tahun 2008 yaitu sebesar 25.452.040 orang. Hal ini dapat membuktikan bahwa Provinsi Jawa Barat cukup berhasil dalam menarik wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara untuk berkunjung ke Provinsi Jawa Barat.

Provinsi Jawa Barat memiliki potensi yang sangat luar biasa untuk perkembangan pariwisata, secara umum kondisi alam Provinsi Jawa Barat terdiri atas dua bagian yaitu kawasan pantai dan pegunungan yang terletak di bagian utara yang merupakan daratan rendah dengan iklim pantai yang panas. Kawasan pegunungan meliputi sebagian besar bagian tengah dan selatan yang berudara sejuk serta memiliki kawasan pertanian yang subur dan dapat dijadikan daya tarik wisata seperti wisata agro atau wisata pertanian. Pada kawasan pegunungan terdapat beberapa gunung vulkanis yang sebagian diantaranya terletak di sekitar Bandung.

Selain daya tarik wisata alam, sebagai Provinsi terbesar Jawa Barat juga memiliki potensi pariwisata Budaya. Jawa Barat memiliki tradisi dan budaya

Sunda yang menarik, daerah ini juga memiliki banyak peninggalan sejarah yang dapat dijadikan daya tarik agar Wisatawan Domestik maupun Wisatawan Mancanegara dapat berkunjung ke Jawa Barat. Dengan demikian potensi wisata di Jawa Barat sangat mendukung Provinsi ini menjadi salah satu destinasi pariwisata unggulan di Indonesia.

Menurut undang-undang kepariwisataan pasal 1 ayat 6 mengatakan bahwa "Destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan".

Bandung merupakan salah satu daerah tujuan pariwisata atau destinasi yang berada di Provinsi Jawa Barat. Provinsi Jawa Barat memiliki potensi pariwisata yang sangat besar dan luas cakupannya. Selain terkenal akan wisata belanja dan kuliner, wisata alam di Bandung juga menjadi salah satu tempat tujuan berwisata, salah satu daerah atau kawasan yang mempunyai potensi wisata alam yang cukup baik berada di Kabupaten Bandung Selatan. Berikut ini data yang menunjukkan kawasan Pariwisata Kabupaten Bandung, yang disajikan pada

Tabel 1.2

TABEL 1.2
Potensi Objek dan Daya Tarik Wisata Kab. Bandung

No	Lokasi	Potensi Objek dan Daya Tarik Wisata		
		Alam	Budaya	Minat Khusus
1	Kec. Margaasih	-	Kampung Adat Mahmud	-
2	Kec. Pangalengan	-	Kampung Adat Cikondang	-
3	Kec. Ciwidey	Situ Patenggang	-	-
4	Kec. Ciwidey	Air Panas Cimanggu	-	-
5	Kec. Ciwidey	Air Panas Walini	-	-
6	Kec. Ciwidey	Kawah Putih	-	-
7	Kec. Paseh	Kawah Kamojang	-	-

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa Kawasan Cimanggu adalah salah satu objek wisata yang berada di Kawasan Bandung Selatan, Ciwidey. Kawasan Wisata Cimanggu merupakan kawasan yang memiliki potensi wisata alam yang cukup baik.

Taman Wisata Alam Cimanggu merupakan salah satu objek wisata yang berada di daerah Kabupaten Bandung Selatan, Ciwidey yang berada di bawah naungan PT. Perhutani. Pemandian air panas Cimanggu yang berketinggian 1.225-1.350 diatas permukaan laut, dengan suhu udara rata-rata 18-23° C, mempunyai pesona alam yang indah dan segar dengan jarak ± 56 Kilometer dari kota Bandung. Taman Wisata Alam Cimanggu mempunyai area lahan sebesar 65 ha adapun fasilitas yang tersedia di Taman Wisata Alam Cimanggu disajikan pada Tabel 1.3

TABEL 1.3
Fasilitas Di Taman Wisata Alam CIMANGGU

No	Fasilitas	Jumlah
1	Buah pos depan merupakan tempat penjualan tiket	1 unit
2	Buah kolam pemandian air panas dan kolam rendam VIP	2 unit
3	Buah pondok wisata	11 unit
4	Kamar bak rendam tertutup	8 unit
5	1 Buah mushola	1 unit
6	1 Buah kantor informasi	1 unit
7	1 Buah rumah dinas	1 unit
8	4 Buah bangunan mck	4 unit
9	10 Buah selter	10 unit
10	1 Buah panggung terbuka	1 unit
11	Arena Camping Ground	1 unit
12	Outbound Area	1 unit

Sumber: Modifikasi Pengelola Unit III Perhutani Jawa Barat dan Banten Tahun 2010

Fasilitas tersebut dibangun untuk melayani wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu. Adapun jumlah Kunjungan Wisatawan Taman Wisata Alam Cimanggu, terdapat pada Tabel 1.4 berikut ini:

TABEL 1.4
Jumlah Kunjungan Wisatawan Taman Wisata Alam Cimanggu

No	Tahun Kunjungan	Jumlah Wisatawan/Orang
1	1998	55.048
2	1999	75.159
3	2000	100.132
4	2001	134.944
5	2002	164.384
6	2003	114.643
7	2004	100.481
8	2005	10.849
9	2006	98.213
10	2007	91.225
11	2008	91.430

Sumber: Modifikasi Pengelola Unit III Perhutani Jawa Barat dan Banten Tahun 2009

Berdasarkan Tabel 1.4 Tingkat Kunjungan Wisatawan Taman Wisata Alam Cimanggu, tingkat kunjungan wisatawan mengalami kenaikan sejak tahun 1998 hingga tahun 2002, angka kunjungan wisatawan yang tertinggi berada pada tahun 2002 yaitu sejumlah 164.384 orang wisatawan yang berkunjung, namun pada tahun 2003 sampai tahun 2007 tingkat kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Alam Cimanggu terus mengalami penurunan yang cukup signifikan, namun pada tahun 2008 mengalami kenaikan kembali sebesar 91.430 orang wisatawan, walaupun mengalami peningkatan hal tersebut dirasa belum maksimal karena tingkat kunjungan Taman Wisata Alam Cimanggu masih rendah bila dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Pemandian Air Panas Ciwalani, hal tersebut

didukung oleh data dari Tabel 1.5 Total Frekuensi wisatawan Cimanggu dan Kunjungan Wisatawan Civalini Tahun 2006-2008, sebagai berikut:

TABEL 1.5
Data Tingkat Kunjungan Wisatawan Cimanggu dan Civalini Tahun 2006-2008

No	Nama Objek Wisata	Tahun Kunjungan			Total Jumlah wisatawan/Orang
		2006	2007	2008	
1	Civalini	114.838	121.783	116.348	352.969
2	Cimanggu	98.213	91.225	91.430	280.868

Sumber : Pengelola Unit III Perhutani dan Pengelola PT. Perkebunan Nusantara Tahun 2009

Berdasarkan data Tabel 1.5 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke pemandian air panas Civalini lebih tinggi dibandingkan dengan Cimanggu. Hal ini dikarenakan Pemandian Air Panas Civalini mempunyai fasilitas yang lebih lengkap, keunikan perkebunan teh yang tidak dimiliki oleh objek wisata lain di kawasan Ciwidey, sehingga dari tahun ke tahun tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Pemandian Air Panas Civalini semakin meningkat.

Dampak dari penurunan tingkat kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Alam Cimanggu yaitu: *image* perusahaan menjadi menurun, tingkat persaingan menjadi semakin tinggi, dan biaya promosi menjadi sangat tinggi. Untuk mengatasi hal-hal tersebut Taman Wisata Alam Cimanggu melakukan kegiatan pemasaran dengan melakukan strategi produk wisata yang didalamnya terdiri dari atraksi wisata, aksesibilitas dan amenitas.

Menurut Gamal Suwanto (2004:48) Produk wisata bukanlah suatu produk yang nyata. Produk ini merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya

mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat sosial, psikologis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkah laku ekonomi. Berdasarkan hal tersebut maka produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan (segi ekonomis), jasa masyarakat (segi sosial/psikologis) dan jasa alam.

- a. Jasa yang disediakan perusahaan antara lain jasa angkutan, penginapan, pelayanan makan minum, jasa *tour*, dan sebagainya.
- b. Jasa yang disediakan masyarakat dan pemerintah antara lain berbagai prasarana utilitas umum, kemudahan, keramah-tamahan, adat istiadat, seni budaya, dan sebagainya.
- c. Jasa yang disediakan alam antara lain pemandangan alam, pegunungan, pantai, gua alam, taman laut, dan sebagainya.

Menurut Gamal Suwanto (2004:48) produk wisata juga merupakan gabungan dari berbagai komponen, antara lain : (1) Atraksi suatu daerah tujuan wisata, (2) Fasilitas/amenitas yang tersedia, (3) Aksesibilitas ke dan dari daerah tujuan wisata.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, Taman Wisata Alam Cimanggu perlu melakukan upaya untuk mengatasi masalah yang ada, salah satunya yaitu melalui produk wisata yang dimiliki Taman Wisata Alam Cimanggu, yang terdiri dari atraksi, amenitas dan aksesibilitas

Atraksi wisata yang terdapat di Taman Wisata Alam Cimanggu seperti, setiap pengunjung bisa berendam air panas di kolam yang cukup luas, kolam

terbagi menjadi dua, kolam berendam dewasa dan kolam berendam anak. Hasil analisis biota perairan di kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu diperoleh komposisi *phytoplankton* yaitu terdiri atas species *chlorophyceae* (*mougeotea Sp*, *Netrium Sp*, *Gonatozygon Sp*, *Ulothrix Sp*) satu spesies masing-masing dari *cynophycere* (*choocsis Sp*) dan *bacillariophycere* (*syneda Sp*) dan *dinophyceae* (*gymnodinium Sp*). Jenis biota pada perairan Cimanggu tidak dijumpai jenis biota endemiki. Di kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu juga terdapat kamar rendam tertutup, terdapat juga arena bermain anak dimana arena yang tersedia sangat luas, dan *outbound area*.

Amenitas yang tersedia di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu seperti pos depan merupakan tempat penjualan tiket, 11 buah pondok wisata, 8 kamar bak rendam, 1 buah mushola, 1 kantor informasi, 1 buah rumah dinas, 4 buah bangunan MCK, 10 buah selter dan 1 buah panggung terbuka, arena bermain anak, arena *outbound* dan *cottage* dengan berbagai tipe kamar disertai fasilitas yang terdapat didalamnya.

Aksesibilitas menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu, dapat diakses dengan sangat mudah. Pengunjung bisa menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Bila dibandingkan dengan Ciwalini, Cimanggu lebih dekat sehingga pengunjung akan lebih mudah mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu. Jarak dari Kota Bandung menuju Taman Wisata Alam Cimanggu hanya berjarak sekitar 56 Km dari Kota Bandung dan dapat ditempuh sekitar 2 jam dengan menggunakan kendaraan pribadi atau umum. Dengan melakukan

strategi atribut produk wisata perusahaan berharap dapat menarik konsumen untuk mengunjungi Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.

Selain itu juga sumber daya alam yang dimiliki Taman Wisata Alam Cimanggu dapat dimanfaatkan untuk berwisata khususnya untuk kegiatan berenang dan berendam. Keadaan lingkungan yang masih segar alami dengan banyaknya ditumbuhi pepohonan yang menghasilkan udara yang segar dan sejuk menambah daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Oleh karena itu komponen produk wisata merupakan faktor penting bagi wisatawan maupun bagi Taman Wisata Alam Cimanggu.

Oleh karena itu penulis perlu mengadakan penelitian mengenai produk wisata dan proses keputusan berkunjung pada Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu, sehingga penelitian ini diberi judul ” *“Pengaruh Produk Wisata Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu”*”. Survei pada pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.

1.2 Rumusan Masalah

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

- 1 Bagaimana gambaran produk wisata yang terdiri dari atraksi, amenities, dan aksesibilitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu
- 2 Bagaimana gambaran proses keputusan berkunjung wisatawan di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

- 3 Bagaimana pengaruh produk wisata yang terdiri dari atraksi, amenitas, dan aksesibilitas terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai produk wisata yang terdiri dari atraksi, amenitas dan aksesibilitas di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.
2. Untuk memperoleh gambaran mengenai proses keputusan berkunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk wisata yang terdiri dari, atraksi, amenitas dan aksesibilitas terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan :

1.4.1 Kegunaan Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi keilmuan di bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan produk wisata dan proses keputusan

berkunjung sehingga penelitian ini dapat berguna bagi para akademisi dalam mengembangkan teori kepariwisataan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi pengelola Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dalam meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan melalui produk wisata yang dimilikinya.

