

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil dan Pengunjung Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

4.1.1 Profil Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

4.1.1.1 Identitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

- Nama Objek : Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu
- Lokasi : Jalan Raya Rancabali-Patengan Km 13 Cimanggu Bandung Selatan
- Organisasi Pengelola : Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu berada di bawah naungan KBM Wisata Benih & Usaha Lain Perum Perhutani Unit III, Jawa Barat dan Banten
- Akses/Cara Tempuh : Kondisi jalan umumnya baik bisa di lalui oleh kendaraan beroda 6 sampai beroda 2, dapat juga di akses oleh kendaraan umum selain itu jarak tempuh dari kota Bandung hanya berjarak 56 Km dapat ditempuh dalam waktu 2 jam.
- Jadwal Kunjungan : Buka setiap Hari Senin-Minggu, 24 Jam
- Logo :



GAMBAR 4.1
LOGO PERUSAHAAN

Logo Perum Perhutani ditetapkan berdasarkan SK. Direksi No. 1116/Kpts/Dir/1981. Logo yang berbentuk lingkaran yang didalamnya terdiri dari pohon pada bagian sebelah kiri lingkaran, 17 bulirpadi dalam satu untaian, masyarakat yang digambarkan dalam bentuk shilouet ayah, ibu dan anak pada bagian kanan lingkaran. Logo ini berwarna dasar putih, pohon berwarna hijau dengan pinggirannya serta bayangan berwarna hitam, untaian bulir padi berwarna kuning dengan pinggirannya serta bayangan berwarna hitam serta tulisan Perum Perhutani terletak pada bagian luar lingkaran di sebelah bawah bagian tengah berjenis huruf pascal.

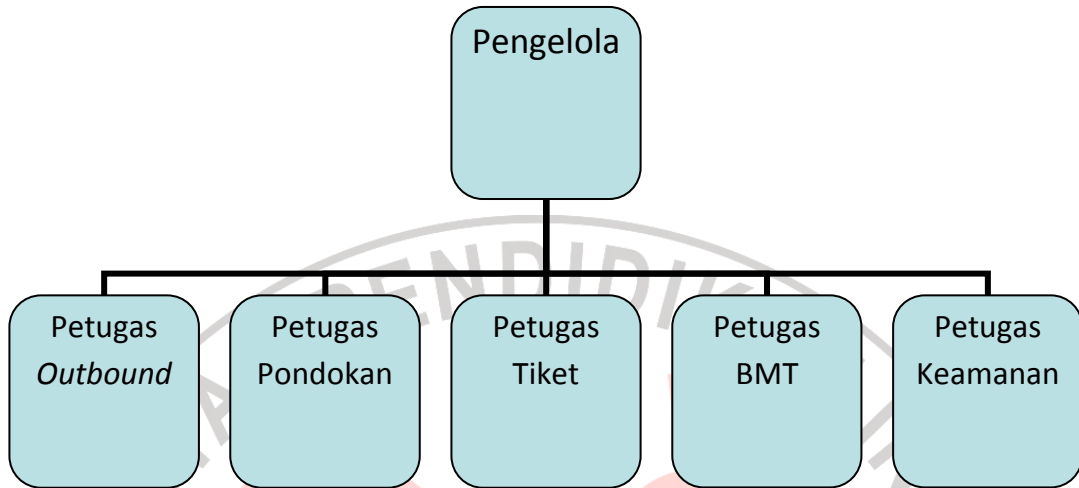
Artinya dari logo ini dapat disimpulkan bahwa Perum Perhutani bertugas mengelola hutan dan kehutanan dengan sebaik-baiknya untuk sebesar-besarnya demi kesejahteraan masyarakat, bangsa dan negara Indonesia di masa kini dan masa yang akan datang secara berkelanjutan dan berkesinambungan.

➤ Harga Tiket

TABEL 4.1
HARGA TIKET ORANG DAN KENDARAAN DI KAWASAN
TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

No	Tarif masuk orang dan kendaraan	<i>Week Day</i>	<i>Week End</i>
1	Dewasa/Orang	Rp 9.000,-	Rp 11.500,-
2	Anak-anak	Rp 6.500,-	Rp. 8.500,-
3	Manula	Rp 6.500,-	Rp. 8.500,-
4	Wisman	Rp. 30.000,-	Rp. 30.000,-
5	Roda 2	Rp. 2.000,-	Rp. 2.000,-
6	Roda 4	Rp 5.000,-	Rp. 6.000,-
7	Roda 6	Rp. 7.000,-	Rp. 7.000,-

➤ Struktur Organisasi



Sumber: Pengelola Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu 2010

GAMBAR 4.1
BAGAN STRUKTUR ORGANISASI
KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan

Objek pemandian air panas Cimanggu tidak lepas kaitannya dari cerita dan misteri dengan kawah putih Gunung Patuha. Air panas Cimanggu yang berasal dari Gunung Patuha (Gunung Sepuh) ada juga kaitannya dengan “Cirebon Girang” kasepuhan dan dinamakan juga “Negara Ageung”. Di objek lokasi ini terdapat makam keramat yang dinamakan “Sanggiang Buruan” yang sampai saat ini masih sering dikunjungi orang-orang dari daerah lain termasuk luar Pulau Jawa, baik itu muda-mudi ataupun orang tua untuk berziarah ke makam keramat tersebut.

Selanjutnya kenapa di daerah Cimanggu ada kawasan yang dinamakan Ranca Upas, ini pun mengandung sejarah yang ada kaitannya dengan makam-makam keramat tersebut dan juga dinamakan ranca karena daerahnya selalu basah dan tidak pernah kering (banyak memiliki air). Upas adalah seorang hamba pamong praja pada waktu masih gelar para keramat itu. Menurut cerita Upas ditugaskan untuk mengejar salah satu hewan yaitu Badak Putih, yang pada awalnya telah ditugaskan oleh Eyang Jaga Satru kepada puteranya yang bernama Jaga Nata dan Jaga Niti.

Pada jaman penjajahan Belanda 1901 seorang yang bernama Tuan Beleger datang ke Indonesia (jawa) dan menjadi Anember (tuan tanah) yang mana pada waktu itu semua kepentingan Negara di atur olehnya. Pada tahun 1912 semua hasil bumi dan hutan berupa kayu-kayu oleh Tuan Beleger ditampung di daerah Cimanggu (sebagai stamplat). Nama Cimanggu itu sendiri disebabkan karena pada waktu itu orang-orang yang berkumpul disana berjualan dan mandi air panas di mata alami yang ada disana sambil bersantai dengan bermain-main “Teguhan Buah Manggu” (tebak-tebakan jumlah biji buah manggu). Maka dikenalah nama tempat tersebut Cimanggu.

Pemandian air panas Cimanggu yang berketinggian ± 1700 diatas permukaan laut memang mempunyai pesona alam yang indah dan segar dengan jarak ± 42 Kilometer dari kota Bandung dan mulai dibuka untuk umum pada tahun 1987 oleh perhutani dan akan terus dikembangkan untuk lokasi wisata di wilayah hutan itu hingga seluas 154 ha, sesuai dengan Surat Keputusan Menteri No. 369/KPTS/UM/1978.

4.1.1.3 Produk dan Jasa Objek Wisata Cimanggu

Program restrukturisasi organisasi perusahaan yang dilakukan oleh Direksi Perum Perhutani memberikan ruang dan peluang bagi pengembangan usaha di bidang pariwisata. Berdasarkan ketetapan Direksi No. 554/Kpts/Dir/2005 tanggal Nop 2005 pengelolaan wisata Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten terhitung mulai 2 Januari 2006 dilaksanakan oleh Kesatuan Bisnis Mandiri Wisata, Benih dan Usaha Lain. Ruang Lingkup lingkup objek wisata Cimanggu antara lain:

1. Wisata:

Saat ini terdapat sejumlah 69 obyek wisata sebagai sebuah fenomena alam dengan segala pesona kecantikan dan daya tarik keunikannya tersebar di wilayah kerja Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten. Yang dikelola Kesatuan Bisnis Mandiri Wisata Benih dan Usaha Lain sebanyak 42 obyek wisata. Pengembangan kegiatan wisata alam diwujudkan dalam bentuk pembangunan obyek wisata hutan yang disebut Wana Wisata yaitu pemanfaatan kawasan hutan baik hutan produksi maupun lindung, yang karena keindahan ataupun keunikan alamnya dapat dijadikan tempat untuk kegiatan rekreasi, pendidikan maupun olah raga tanpa mengubah fungsi pokoknya. Selain itu Perum Perhutani mendapat penugasan dari Departemen Kehutanan dalam pengusahaan pariwisata alam di kawasan konservasi yang berupa Taman Wisata Alam. Perusahaan ini juga melayani pembelian benih dan bibit jati, pinus, mahoni, dan lain-lain.

2. Usaha Lain

Penangkaran satwa liar diantaranya Rusa, Buaya dan Primata ditujukan untuk melestarikan dan menjaga populasi satwa, serta menghasilkan satwa yang bermutu & bernilai ekonomis tinggi untuk meningkatkan penghasilan perusahaan. Perum Perhutani telah memasarkan kepada umum, utamanya rusa dan buaya hasil penangkaran, kecuali untuk kera pemasarannya langsung dilakukan oleh CV Primaters Indonesia guna memenuhi kebutuhan ekspor.

4.1.2 Karakteristik Wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

4.1.2.1. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

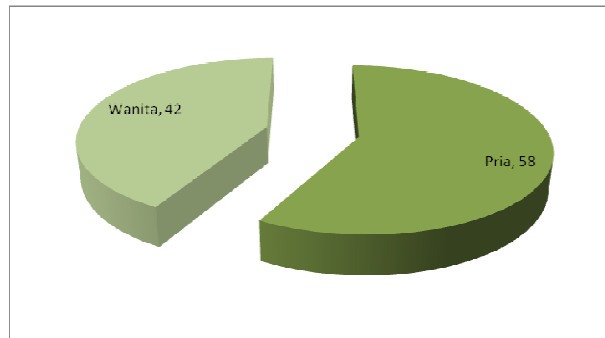
Karakteristik wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dilihat berdasarkan jenis kelamin dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar wisatawan laki-laki dan perempuan. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut :

TABEL 4.2
KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

No	Jenis Kelamin	F	%
1	Pria	58	58
2	Wanita	42	42
	Total	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 58%, sedangkan sisanya sekitar 42 orang atau sebanyak 42% berjenis kelamin wanita. Jumlah wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam bentuk gambar 4.2 sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.2
KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN
JENIS KELAMIN

Dilihat dari Gambar 4.2 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 58%, hal tersebut dikarenakan wisatawan berjenis kelamin pria lebih menyukai tempat wisata alam dibandingkan dengan wisatawan yang berjenis kelamin wanita.

4.1.2.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia

Karakteristik wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dilihat berdasarkan usia dimaksudkan untuk mengetahui seberapa banyak wisatawan yang berkunjung dilihat berdasarkan tingkat usia dibawah 25 tahun sampai pada tingkat usia antara 36-45 tahun. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan hasil sebagai berikut:

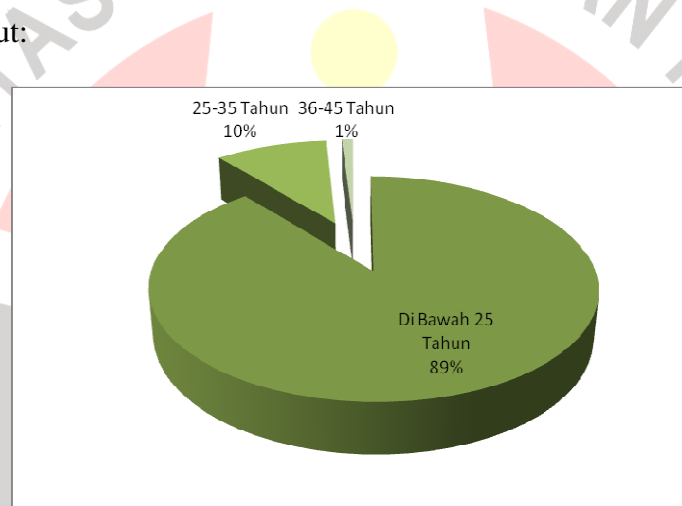
TABEL 4.3
KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN USIA

No	Usia	F	%
1	Di Bawah 25 Tahun	89	89
2	25-35 Tahun	10	10
3	36-45 Tahun	1	1

	Total	100	100
--	--------------	------------	------------

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa sebanyak 89% wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu berusia dibawah 25 tahun, wisatawan yang berusia 25-25 tahun sebanyak 10%, sedangkan wisatawan pada tingkat usia 36-45 tahun sebanyak 1%. Jumlah wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu berdasarkan usia disajikan dalam bentuk gambar 4.3 sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.3
KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN USIA

Dilihat dari Gambar 4.3 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu berusia kurang dari 25 tahun yaitu sebanyak 89%, hal tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya kelompok usia tersebut merupakan kelompok usia yang masih sangat produktif, selain itu juga pada kelompok usia tersebut masih menjalankan aktivitas pendidikan.

4.1.2.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Status

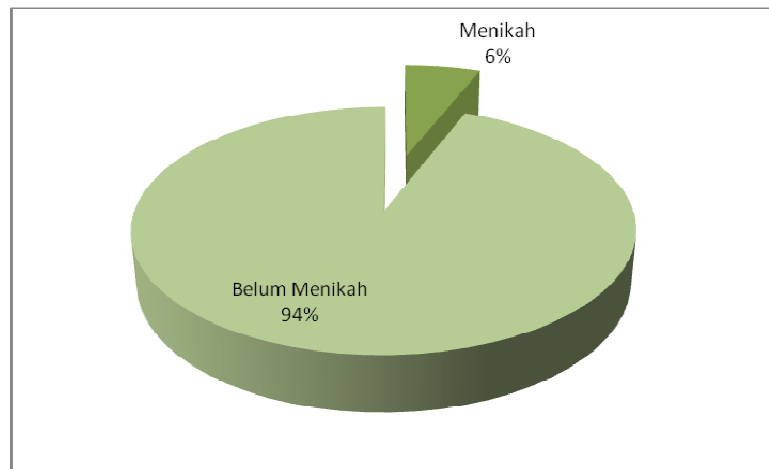
Karakteristik wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dilihat berdasarkan status dimaksudkan untuk mengetahui seberapa banyak wisatawan yang berstatus menikah dan belum menikah. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan hasil sebagai berikut :

TABEL 4.4
KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN STATUS

No	Status	F	%
1	Menikah	6	6
2	Belum Menikah	94	94
	Total	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui sebanyak 94% wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu berstatus belum menikah, sedangkan sisanya sebanyak 6% berstatus sudah menikah. Jumlah wisatawan Taman Wisata Alam Cimanggu berdasarkan status disajikan dalam bentuk gambar 4.4 sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.4
KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN STATUS

Dilihat dari Gambar 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu berstatus belum menikah yaitu sebanyak 94%, karena pada umumnya wisatawan yang berkunjung masih berusia dibawah 25 tahun.

4.1.2.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan Dan Rata-Rata Pengeluaran Per Bulan

Berikut ini merupakan hasil pengolahan data mengenai karakteristik wisatawan berdasarkan pekerjaan dan rata-rata pengeluaran per bulan:

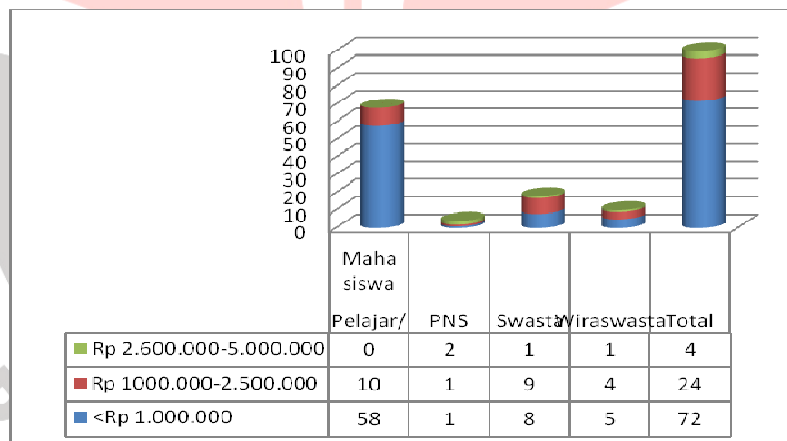
TABEL 4.5
KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN PEKERJAAN DAN RATA-RATA PENGELUARAN PER BULAN

Rata-Rata Pengeluaran per bulan	Pekerjaan					
	Pelajar/ Mahasiswa	PNS	Swasta	Wiraswasta	Total	%
<Rp 1.000.000	58	1	8	5	72	72
Rp 1000.000-2.500.000	10	1	9	4	24	24
Rp 2.600.000-5.000.000	0	2	1	1	4	4

Total	68	4	18	10	100	100
--------------	-----------	----------	-----------	-----------	------------	------------

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu rata-rata memiliki pengeluaran per bulan sebesar <Rp 1.000.000, yaitu sebanyak 72%, wisatawan yang memiliki rata-rata pengeluaran per bulan Rp 1000.000-2.500.000, yaitu sebanyak 24%, sedangkan wisatawan yang memiliki pengeluaran per bulan rata-rata Rp 2.600.000-5.000.000 sebanyak 4%. Jumlah wisatawan Taman Wisata Alam Cimanggu berdasarkan pekerjaan dan rata-rata pengeluaran per bulan disajikan dalam bentuk gambar 4.5 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.5
KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN PEKERJAAN DAN RATA-RATA PENGELUARAN PER BULAN

Dilihat dari Gambar 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu memiliki rata-rata pengeluaran per bulan sebesar <Rp 1.000.000 yaitu sebanyak

72%, hal ini dikarenakan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa.

4.1.2.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Akhir

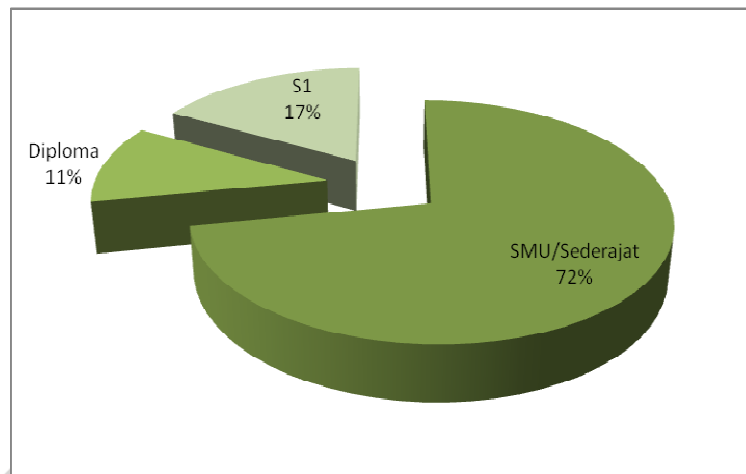
Karakteristik wisatawan berdasarkan pendidikan akhir dimaksudkan untuk mengetahui jenjang akhir pendidikan mulai dari tingkat SMU/Sederajat, Diploma dan S1. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan hasil sebagai berikut:

TABEL 4.6
KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN
PENDIDIKAN AKHIR

No	Pendidikan Akhir	F	%
1	SMU/Sederajat	72	72
2	Diploma	11	11
3	S1	17	17
	Total	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan ditinjau dari jenjang pendidikan akhir adalah tingkat SMU/Sederajat yaitu sebanyak 72%, untuk jenjang S1 sebanyak 17 orang atau sekitar 17%, sedangkan untuk jenjang diploma sebesar 11 orang atau sekitar 11%. Jumlah wisatawan Taman Wisata Alam Cimanggu berdasarkan jenjang pendidikan akhir disajikan dalam bentuk gambar 4.6 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.6
KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN
JENJANG PENDIDIKAN AKHIR

Dilihat dari Gambar 4.6 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu ditinjau dari jenjang pendidikan akhir adalah jenjang SMU/Sederajat, hal ini dikarenakan wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu memiliki rata-rata pengeluaran <Rp 1.000.000 dan masih duduk dibangku sekolah.

4.1.2.6 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berkunjung

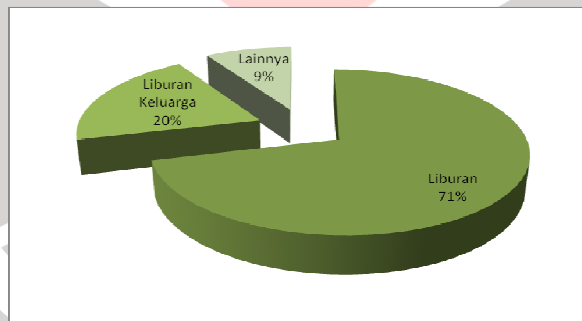
Pengalaman wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu berdasarkan tujuan berkunjung bertujuan untuk mengetahui faktor yang mendorong mereka mengunjungi Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu. Berikut ini adalah hasil pengolahan data pengalaman wisatawan berdasarkan tujuan berkunjung:

TABEL 4.7
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
TUJUAN BERKUNJUNG

No	Tujuan Berkunjung	F	%
1	Liburan	71	71
2	Liburan Keluarga	20	20
3	Lainnya	9	9
	Total	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebanyak 71% wisatawan berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu dengan alasan liburan, 20% dengan alasan liburan keluarga, sedangkan 9% wisatawan yang berkunjung memiliki alasan lain. Jumlah pengunjung Taman Wisata Alam Cimanggu berdasarkan pengalaman tujuan berkunjung disajikan dalam bentuk gambar 4.7 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.7
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN TUJUAN BERKUNJUNG

Dilihat dari Gambar 4.7 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dengan alasan liburan sebanyak 71%, hal ini menunjukkan bahwa Taman Wisata Alam Cimanggu merupakan salah satu kawasan yang cukup potensial untuk berlibur,

sedangkan sekitar 9% wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu memiliki alasan lainya seperti sedang melakukan penelitian.

4.1.2.7 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung

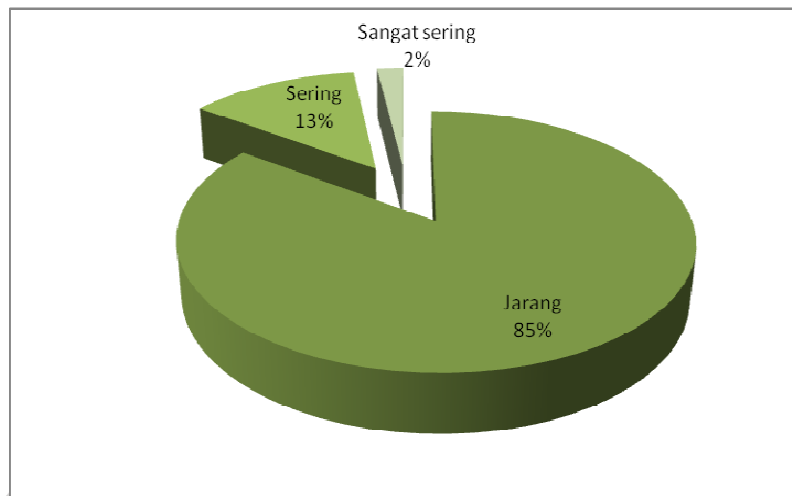
Pengalaman wisatawan berdasarkan frekuensi berkunjung dimaksudkan untuk mengetahui seberapa sering wisatawan yang melakukan kunjungan ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu. Berikut ini adalah hasil pengolahan data mengenai data pengalam wisatawan berdasarkan frekuensi berkunjung

TABEL 4.8
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
FREKUENSI BERKUNJUNG

No	Frekwensi Berkunjung	F	%
1	Jarang	85	85
2	Sering	13	13
3	Sangat sering	2	2
	Total	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebanyak 85% wisatawan jarang melakukan kunjungan, sebanyak 13% sering melakukan kunjungan dan sekitar 2% sangat sering melakukan kunjungan. Jumlah pengunjung Taman Wisata Alam Cimanggu berdasarkan pengalaman Frekuensi berkunjung disajikan dalam bentuk gambar 4.8 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.8
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
FREKUENSI BERKUNJUNG

Dilihat dari Gambar 4.8 di atas dapat dijelaskan 85% wisatawan jarang melakukan kunjungan ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu, hal ini dikarenakan atraksi yang ada belum sepenuhnya dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

4.1.2.8 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Banyaknya Mengunjungi Objek Wisata

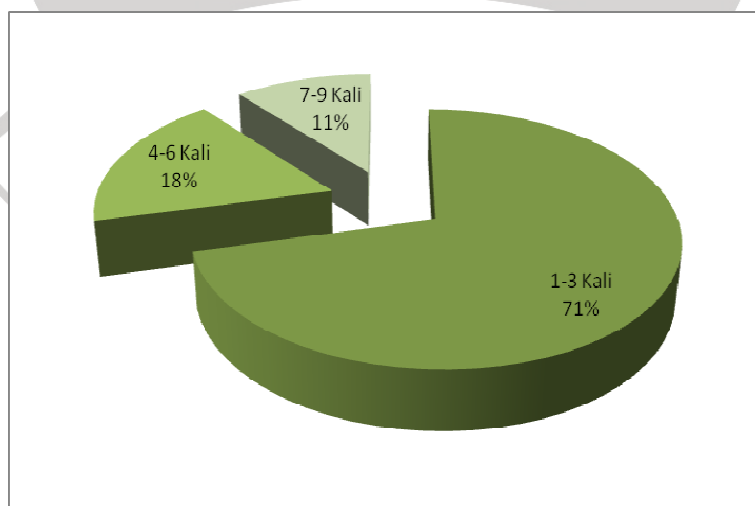
Pengalaman wisatawan berdasarkan banyaknya kunjungan dimaksudkan untuk mengetahui seberapa banyak wisatawan yang melakukan kunjungan ke Taman Wisata sebanyak 1 kali sampai dengan 9 kali. Berikut ini adalah hasil pengolahan data mengenai data pengalaman wisatawan berdasarkan banyaknya mengunjungi atraksi wisata:

TABEL 4.9
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
BANYAKNYA MENGUNJUNGI ATRAKSI WISATA

No	Berapa Kali Mengunjungi Objek Wisata	F	%
1	1-3 Kali	71	71
2	4-6 Kali	18	18
3	7-9 Kali	11	11
	Total	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa sebanyak 71% wisatawan melakukan kunjungan sebanyak 1-3 kali, sebanyak 18% wisatawan melakukan kunjungan sebanyak 4-6 kali, dan sebanyak 11% wisatawan melakukan kunjungan sebanyak 7-9 kali. Jumlah pengunjung Taman Wisata Alam Cimanggu berdasarkan banyaknya pengalaman wisatawan mengunjungi atraksi wisata disajikan dalam bentuk gambar 4.9 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.9
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN

BANYAKNYA MENGUNJUNGI ATRAKSI WISATA

Dilihat dari Gambar 4.9 di atas dapat dijelaskan bahwa sebanyak 71% wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu melakukan kunjungan 1-3 dalam kurun waktu 1 tahun, hal ini dikarenakan masih kurangnya motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu.

4.1.2.9 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Atraksi Wisata Lain Yang Dikunjungi Selain Cimanggu

Pengalaman wisatawan berdasarkan objek wisata lain yang dikunjungi selain Cimanggu dimaksudkan untuk mengetahui atraksi wisata lain yang dijadikan tujuan berkunjung oleh wisatawan di daerah Ciwidey. Berikut ini adalah hasil pengolahan data mengenai data pengalaman wisatawan berdasarkan atraksi wisata lain yang dikunjungi selain Cimanggu:

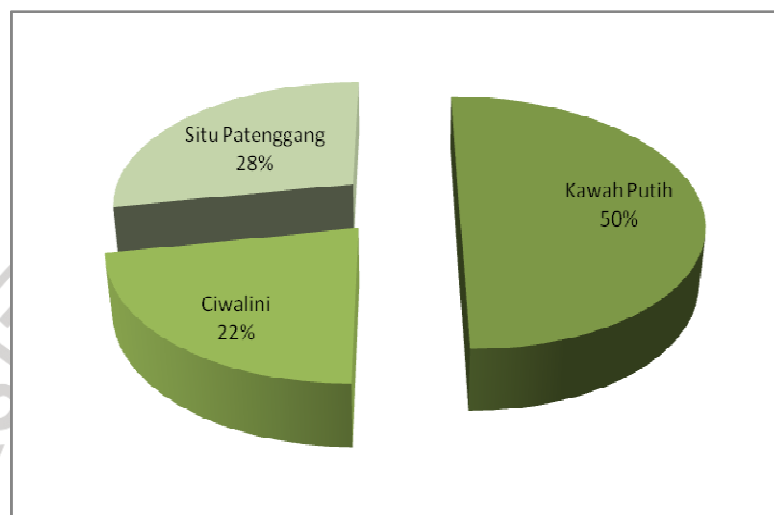
TABEL 4.10
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
ATRAKSI WISATA YANG DIKUNJUNGI SELAIN CIMANGGU

No	Atraksi Wisata Yang Dikunjungi Selain Cimanggu	F	%
1	Kawah Putih	50	50
2	Ciwalini	22	22
3	Situ Patenggang	28	28
	Total	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa sebanyak 50% wisatawan memilih Kawah Putih sebagai atraksi wisata lain yang dikunjungi, sebanyak 22% wisatawan memilih Ciwalini dan sebanyak 28% wisatawan memilih Situ

Patenggang. Jumlah pengunjung Taman Wisata Alam Cimanggu berdasarkan pengalaman wisatawan berdasarkan atraksi wisata lain yang dikunjungi selain Cimanggu disajikan dalam bentuk gambar 4.10 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

TABEL 4.10
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
ATRAKSI WISATA YANG DIKUNJUNGI SELAIN CIMANGGU

Dilihat dari Gambar 4.10 di atas dapat dijelaskan bahwa data pengalaman wisatawan berdasarkan atraksi wisata lain yang dikunjungi selain Cimanggu sebanyak 50% memilih Kawah Putih, hal ini dikarenakan jarak antara Kawah Putih dan Cimanggu cukup berdekatan, selain itu juga keunikan Kawah Putih yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Kawah Putih.

4.1.2.10 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alat Transportasi Yang Digunakan

Pengalaman wisatawan berdasarkan alat transportasi yang digunakan dimaksudkan untuk mengetahui alat transportasi yang digunakan pada saat

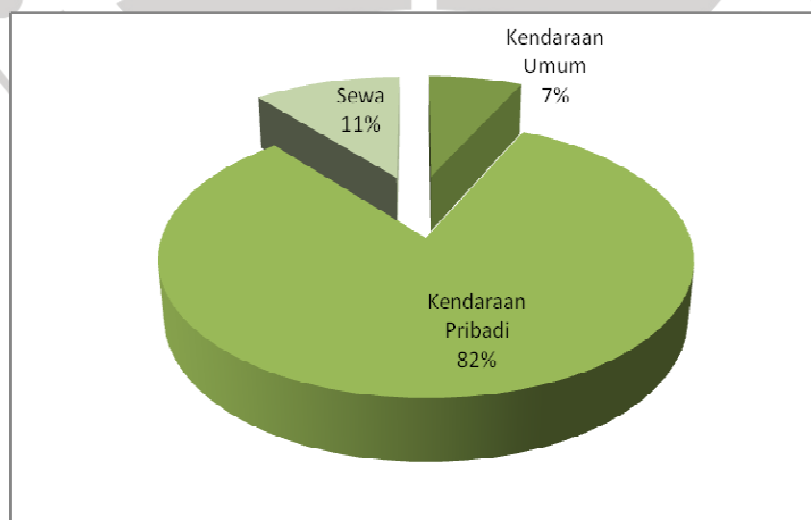
melakukan kunjungan ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu. Berikut ini adalah hasil pengolahan data mengenai data pengalaman berdasarkan alat transportasi yang digunakan:

TABEL 4.11
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
ALAT TRANSPORTASI YANG DIGUNAKAN

No	Alat Transportasi Yang Digunakan	F	%
1	Kendaraan Umum	7	7
2	Kendaraan Pribadi	82	82
3	Sewa	11	11
	Total	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa sebanyak 82% wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu saat melakukan kunjungan menggunakan kendaraan pribadi, 7% menggunakan kendaraan umum, dan 11% menyewa kendaraan. Jumlah pengunjung Taman Wisata Alam Cimanggu dilihat dari data pengalaman wisatawan berdasarkan alat transportasi yang digunakan disajikan dalam bentuk gambar 4.11 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.11
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
ALAT TRANSPORTASI YANG DIGUNAKAN

Dilihat dari Gambar 4.11 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu saat melakukan kunjungan menggunakan kendaraan pribadi sebanyak 82%, hal ini dikarenakan menggunakan kendaraan pribadi lebih efisien bila dibandingkan dengan menggunakan kendaraan umum.

4.1.2.11 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Informasi Atraksi Wisata

Berikut ini merupakan hasil pengolahan data mengenai data pengalaman wisatawan berdasarkan informasi atraksi wisata:

TABEL 4.12
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
INFORMASI ATRAKSI WISATA

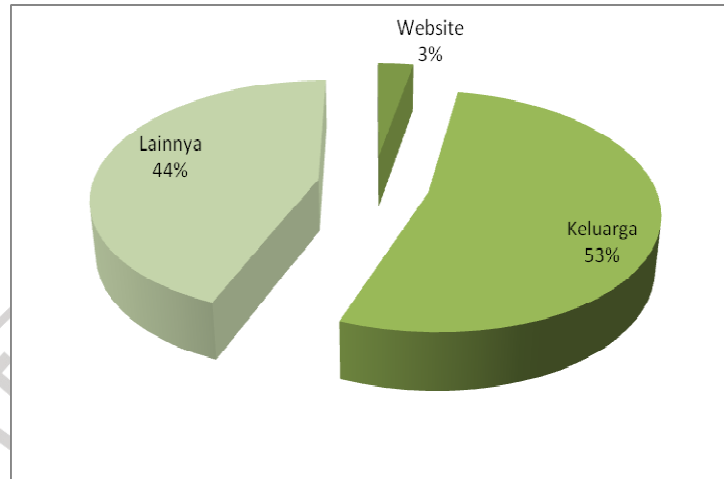
No	Informasi Objek Wisata	F	%
1	Website	3	3
2	Keluarga	53	53
3	Lainnya	44	44
	Total	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa sebanyak 53% wisatawan mengetahui informasi Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dari keluarga, sebanyak 3% melalui media website, dan 44% melalui media lainnya. Jumlah wisatawan Taman Wisata Alam Cimanggu dilihat dari data pengalaman

wisatawan berdasarkan informasi atraksi wisata disajikan dalam bentuk gambar

4.12 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.12
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
INFORMASI ATRAKSI WISATA

Dilihat dari Gambar 4.12 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar wisatawan mengetahui informasi Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dari keluarga sebanyak 53%, hal ini dikarenakan kebanyakan pengunjung yang datang memperoleh informasi dari keluarga artinya informasi yang disampaikan melalui *word of mouth* cukup tinggi.

4.1.2.12 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Kedatangan Wisatawan

Berikut ini merupakan hasil pengolahan data mengenai data pengalaman wisatawan berdasarkan kedatangan wisatawan:

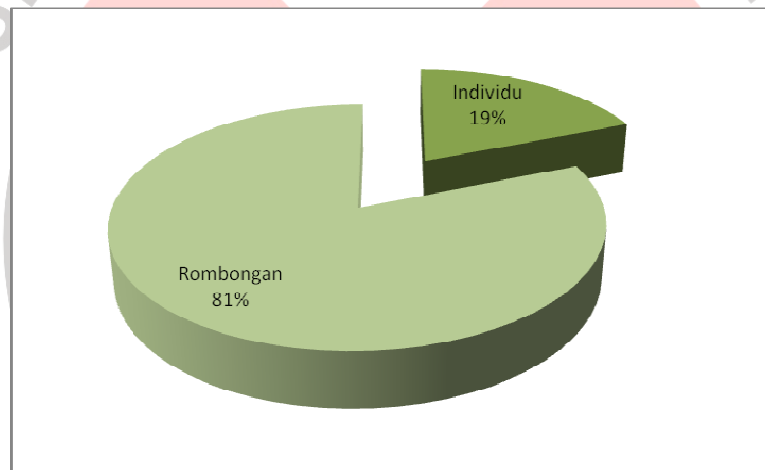
TABEL 4.13
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
KEDATANGAN WISATAWAN

No	Kedatangan	F	%
----	------------	---	---

	Wisatawan		
1	Individu	19	19
2	Rombongan	81	81
	Total	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa sebanyak 81% wisatawan yang datang mengunjungi Taman Wisatawan Alam Cimanggu secara rombongan, dan sebanyak 19% secara individu. Jumlah pengunjung Taman Wisata Alam Cimanggu dilihat dari data pengalaman wisatawan berdasarkan kedatangan wisatawan disajikan dalam bentuk gambar 4.13 sebagai berikut:



GAMBAR 4.13
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
KEDATANGAN WISATAWAN

Dilihat dari Gambar 4.13 di atas dapat dijelaskan sebagian besar wisatawan yang datang mengunjungi Taman Wisatawan Alam Cimanggu secara rombongan sebanyak 81%, berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu lebih cenderung digunakan sebagai artaksi wisata masal (*mass tourism*) karena yang berkunjung mayoritas adalah rombongan.

4.1.2.13 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Jumlah Keluarga Yang Ikut

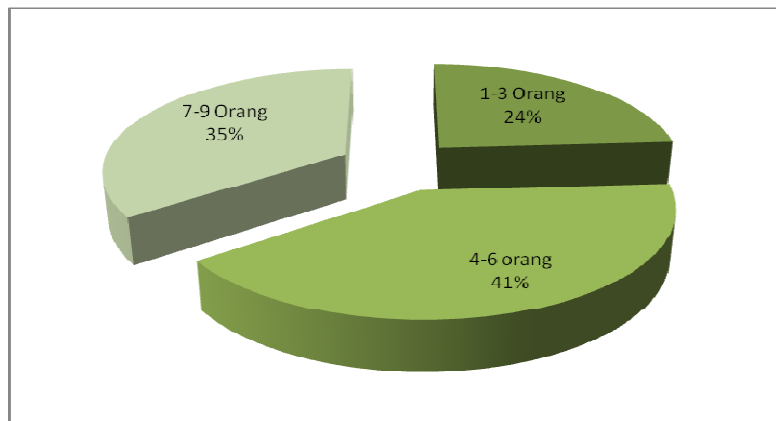
Berikut ini merupakan hasil pengolahan data mengenai data pengalaman wisatawan berdasarkan jumlah keluarga yang ikut:

TABEL 4.14
PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN
JUMLAH KELUARGA YANG IKUT

No	Jumlah Keluarga Yang Ikut	F	%
1	1-3 Orang	24	24
2	4-6 orang	41	41
3	7-9 Orang	35	35
	Total	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa sebanyak 41% wisatawan yang datang mengunjungi Taman Wisatawan Alam Cimanggu berjumlah 4-6 orang, sebanyak 24% berjumlah 1-3 orang, dan sebanyak 35% berjumlah 7-9 orang. Jumlah pengunjung Taman Wisata Alam Cimanggu dilihat dari data pengalaman wisatawan berdasarkan jumlah keluarga yang ikut disajikan dalam bentuk gambar 4.14 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

GAMBAR 4.15 PENGALAMAN WISATAWAN BERDASARKAN JUMLAH KELUARGA YANG IKUT

Dilihat dari Gambar 4.14 di atas dapat dijelaskan sebagian besar wisatawan yang datang mengunjungi Taman Wisatawan Alam Cimanggu berjumlah 4-6 sebanyak 41%, hal ini dikarenakan wisatawan yang berkunjung secara rombongan dan membawa sanak keluarganya.

4.2 Tanggapan Wisatawan Terhadap Produk Wisata

Menurut Burkat dan Medlik dalam Oka A. Yoeti (2009:16) produk industri pariwisata adalah suatu susunan produk yang terdiri dari campuran: atraksi wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan. Sedangkan menurut Medlik dan Middleton dalam Oka A. Yoeti (2009:16) produk pariwisata adalah keseluruhan bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan, semenjak ia meninggalkan tempat kediaman dimana biasanya tinggal, selama di DTW/kota yang ia kunjungi, hingga ia kembali ke kota tempat ia tinggal semula.

4.2.1 Tanggapan Wisatawan Terhadap Atraksi Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

Atraksi adalah elemen-elemen di dalam lingkungan daerah tujuan wisata yang mempunyai daya tarik untuk pariwisata sebagai motivasi perjalanan bagi wisatawan. Atraksi yang dimiliki Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu diantaranya yaitu *natural attraction* dan *man made supply*. Berikut ini adalah penilaian wisatawan terhadap atraksi di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu:

TABEL 4.15
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP ATRAKSI WISATA
KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

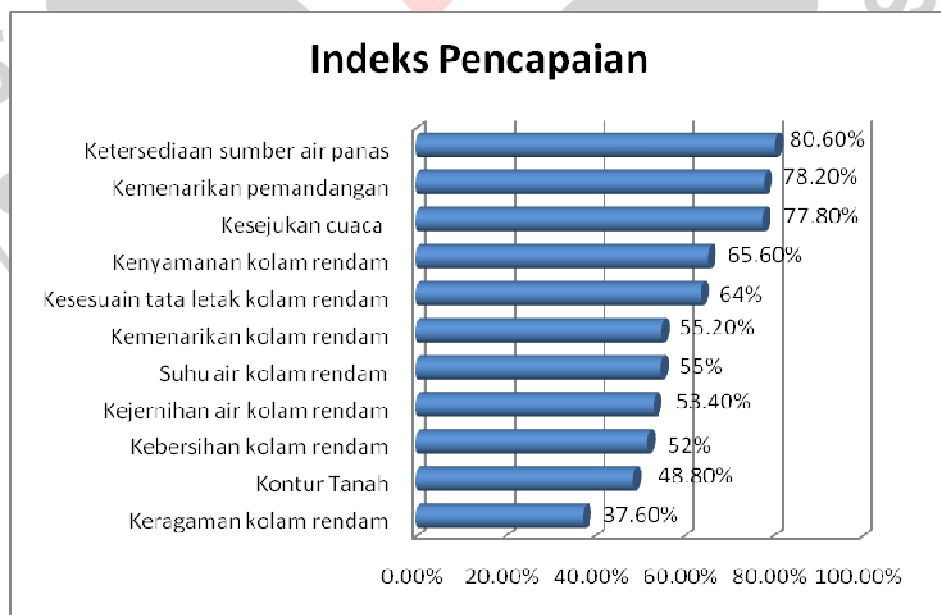
No	Pernyataan	Sangat Sejuk		Sejuk		Cukup Sejuk		Kurang Sejuk		Sangat Tidak Sejuk		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
1	Kesejukan cuaca	28	28	53	53	0	0	18	18	1	1	500	389	77.8
	Pernyataan	Sangat Miring		Miring		Cukup Miring		Kurang Miring		Sangat Tidak Miring		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
2	Kontur Tanah	6	6	0	0	38	38	44	44	12	12	500	244	48.8
	Pernyataan	Sangat Menarik		Menarik		Cukup Menarik		Kurang Menarik		Sangat Tidak Menarik		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
3	Kemenarikan pemandangan	28	28	42	42	24	24	5	5	1	1	500	391	78.2
	Pernyataan	Sangat Tersedia		Tersedia		Cukup Tersedia		Kurang Tersedia		Sangat Tidak Tersedia		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
4	Ketersediaan sumber air panas	33	33	41	41	24	24	0	0	2	2	500	403	80.6
	Pernyataan	Sangat Nyaman		Cukup Nyaman		Kurang Nyaman		Sangat Tidak Nyaman		Total		Indeks		

		Nyaman				Nyaman		Nyaman		Tidak Nyaman				Item
		f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
5	Kenyamanan kolam rendam	10	10	31	31	37	37	21	21	1	1	500	328	65.6
	Pernyataan	Sangat Beragam		Beragam		Cukup Beragam		Kurang Beragam		Sangat Tidak Beragam		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
6	Keragaman kolam rendam	0	0	3	3	16	16	47	47	34	34	500	188	37.6
	Pernyataan	Sangat Menarik		Menarik		Cukup Menarik		Kurang Menarik		Sangat Tidak Menarik		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	F	%	F	%	f	%	Skor ideal	Skor	
7	Kemenarikan kolam rendam	4	4	11	11	49	49	29	29	7	7	500	276	55.2
	Pernyataan	Sangat Sesuai		Sesuai		Cukup Sesuai		Kurang Sesuai		Sangat Tidak Sesuai		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
8	Kesesuaian tata letak kolam rendam	19	19	6	6	52	52	22	22	1	1	500	320	64
No	Pernyataan	Sangat Bersih		Bersih		Cukup Bersih		Kurang Bersih		Sangat Tidak Bersih		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
9	Kebersihan kolam rendam	4	4	15	15	32	32	35	35	14	14	500	260	52
	Pernyataan	Sangat Jernih		Jernih		Cukup Jernih		Kurang Jernih		Sangat Tidak Jernih		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
10	Kejernihan air kolam rendam	3	3	18	18	34	34	33	33	12	12	500	267	53.4
	Pernyataan	Sangat Panas		Panas		Cukup Panas		Kurang Panas		Sangat Tidak Panas		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
11	Suhu air kolam rendam	10	10	0	0	51	51	33	33	6	6	500	275	55

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa ketersediaan air panas di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu ada pada peringkat pertama sedangkan keragaman kolam rendam berada pada peringkat terakhir dari sebelas item

pertanyaan mengenai atraksi yang ada di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu. Sebagai tempat wisata berendam di Kabupaten Bandung Selatan, Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu cukup banyak dikunjungi oleh wisatawan khususnya bagi mereka yang sedang berlibur dengan keluarganya. Delengkapi dengan berbagai atraksi wisata lain yang menunjang menjadikan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu menjadi salah satu destinasi wisata untuk liburan keluarga. Berikut ini dijelaskan dengan Gambar mengenai keterkaitan antara jenis wisatawan dengan atraksi yang ada di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.15

TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP ATRAKSI WISATA KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

Berdasarkan Gambar 4.16 di atas dapat dijelaskan bahwa ketersediaan sumber air panas di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu memperoleh skor tertinggi yaitu 80.6%. Hal ini dikarenakan bahwa sumber daya air panas yang ada di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu langsung berasal dari sumber mata air Gunung Patuha, yang berada tepat di belakang Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu. Perolehan skor terendah dimiliki oleh keragaman kolam renang yaitu sebanyak 37.6% hal ini disebabkan kolam renang yang ada di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu tidak begitu beragam hanya terdapat 3 kolam renang, sehingga pengunjung kurang memiliki banyak pilihan. Terdapat tiga item yang memiliki nilai rendah kontur tanah, kebersihan kolam renang dan kejernihan air kolam renang. Hal-hal tersebut perlu mendapatkan perhatian karena wisatawan cenderung memberikan penilaian yang kurang baik untuk aspek-aspek tersebut.

Adapun tanggapan wisatawan terhadap atraksi Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dapat dinyatakan dalam bentuk tinjauan kontinum secara keseluruhan, agar dapat diketahui kategori atraksi Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu menurut wisatawan apakah terletak pada kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi atau bahkan sangat tinggi. Berikut ini adalah urutan proses pencarian skor ideal tertinggi, skor ideal terendah, interval, jarak interval dan tinjauan kontinum atraksi.

Skor Ideal Tertinggi = Skor tertinggi x jumlah item pertanyaan x jumlah wisatawan

$$= 5 \times 11 \times 100$$

$$= 5500$$

Skor Ideal Terendah = Skor terendah x jumlah item pertanyaan x jumlah wisatawan

$$= 1 \times 11 \times 100$$

$$= 1100$$

Interval = Skor tertinggi – Skor terendah

$$= 5500 - 1100$$

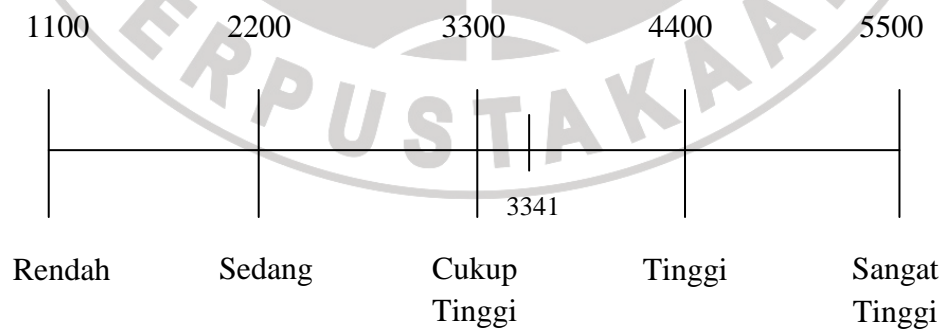
$$= 4400$$

Jarak interval = Interval : Jenjang

$$= 4400 : 5$$

$$= 880$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka penilaian sub-sub variabel produk wisata adalah sebagai berikut: $(3341:5500) \times 100 = 60,7\%$. Hal ini secara kontinum dapat dibuat dalam kategori sebagai berikut :



Kategori dalam tinjauan kontinum tersebut dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu menurut tanggapan wisatawan berada pada kategori cukup tinggi. Maksudnya adalah atraksi di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu sudah cukup baik.

4.2.2 Tanggapan Wisatawan terhadap Amenitas Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

Amenitas dapat dikatakan adalah fasilitas yang dimiliki suatu tempat tujuan wisata atau destinasi seperti hotel, restoran, bar, sarana olah raga dan lainnya yang disediakan bagi wisatawan. Fungsinya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama tinggal untuk sementara waktu di DTW. Berikut ini adalah pembahasan mengenai seluruh amenitas yang ada di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.

1. Tanggapan Wisatawan terhadap Amenitas Penginapan Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

Berikut ini adalah tabel yang menggambarkan tanggapan wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu terhadap Amenitas penginapan:

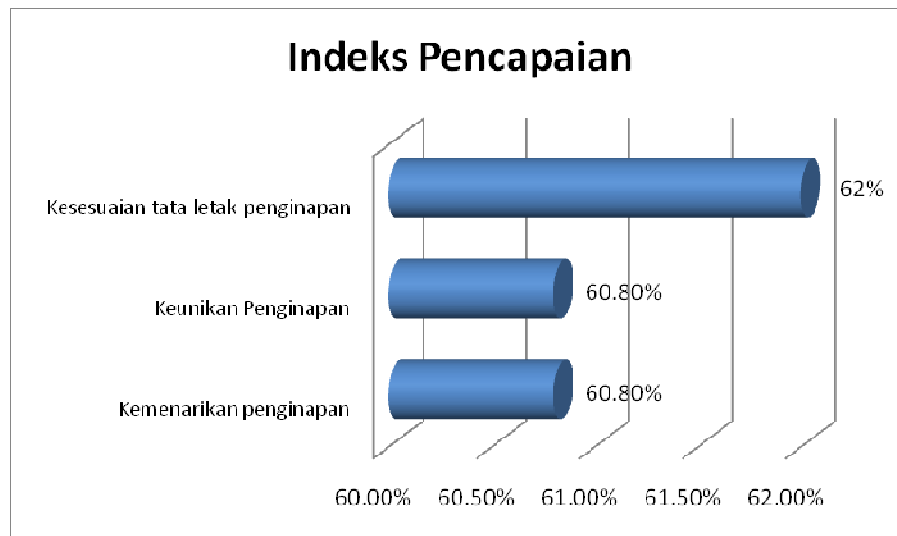
TABEL 4.16
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP AMENITAS PENGINAPAN DI KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

No	Pernyataan	Sangat Menarik		Menarik		Cukup Menarik		Kurang Menarik		Sangat Tidak Menarik		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
1	Kemenarikan penginapan	4	4	19	19	59	59	13	13	5	5	500	304	60.8

	Pernyataan	Sangat Unik		Unik		Cukup Unik		Kurang Unik		Sangat Tidak Unik		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
2	Keunikan Penginapan	3	3	24	24	52	52	16	16	5	5	500	304	60.8
	Pernyataan	Sangat Sesuai		Sesuai		Cukup Sesuai		Kurang Sesuai		Sangat Tidak Sesuai		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
3	Kesesuaian tata letak penginapan	6	6	21	21	53	53	17	17	3	3	500	310	62

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Tabel 4.16 menunjukkan perolehan skor dari penilaian wisatawan mengenai amenities penginapan yang terdapat di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu. Dapat diketahui bahwa skor tertinggi adalah pada ketertarikan kesesuaian tata letak penginapan sebesar 62% dengan 53 wisatawan menyatakan “cukup sesuai”. Skor terendah diperoleh dari variasi kemenarikan penginapan dan keunikan penginapan yaitu sebesar 60,8%. Berikut dijelaskan dengan Gambar mengenai keterkaitan antara amenities penginapan dengan jenis wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.16
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP AMENITAS PENGINAPAN DI
KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

Berdasarkan Gambar 4.16 dapat dilihat bahwa skor perolehan tertinggi adalah pada kesesuaian tata letak penginapan yaitu sebesar 62,8%. Hal ini dikarenakan tata letak penginapan yang cukup strategis yang tepat berada di samping kolam renang sehingga memudahkan aktifitas wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata.

Skor terendah dimiliki oleh variasi amenities penginapan yaitu pada item kemenarikan penginapan dan keunikan penginapan sebesar 60,8%, hal ini menunjukkan bahwa dari 59 dan 52 wisatawan menilai bahwa item kemenarikan dan keunikan penginapan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu kurang menarik dan unik. Artinya fasilitas penginapan yang dirasa oleh wisatawan kurang memiliki daya tarik bagi wisatawan. Dengan adanya hal tersebut penginapan yang ada di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu sebaiknya dibuat semenarik dan

seunik mungkin agar pengunjung merasa nyaman dengan adanya fasilitas tersebut.

2. Tanggapan Wisatawan terhadap Amenitas Area Rekreasi Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

Berikut ini adalah tabel yang menggambarkan tanggapan wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu terhadap amenities area rekreasi:

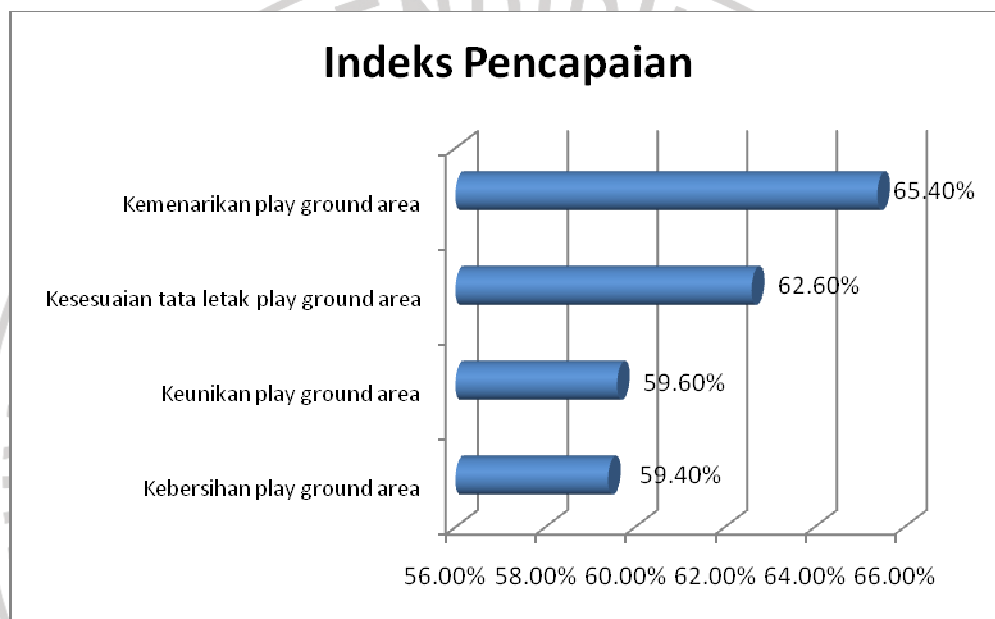
TABEL 4.17
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP AMENITAS AREA REKREASI DI KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

No	Pernyataan	Sangat Menarik		Menarik		Cukup Menarik		Kurang Menarik		Sangat Tidak Menarik		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
4	Kemenarikan <i>play ground area</i>	9	9	24	24	53	53	13	13	1	1	500	327	65.4
	Pernyataan	Sangat Unik		Unik		Cukup Unik		Kurang Unik		Sangat Tidak Unik		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
5	Keunikan <i>play ground area</i>	3	3	17	17	54	54	25	25	3	3	500	298	59.6
	Pernyataan	Sangat Sesuai		Sesuai		Cukup Sesuai		Kurang Sesuai		Sangat Tidak Sesuai		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
6	Kesesuaian tata letak <i>play ground area</i>	5	5	26	26	50	50	15	15	4	4	500	313	62.6
	Pernyataan	Sangat Bersih		Bersih		Cukup Bersih		Kurang Bersih		Sangat Tidak Bersih		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
7	Kebersihan <i>play ground area</i>	3	3	19	19	51	51	26	26	1	1	500	297	59.4

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Tabel 4.17 menunjukkan perolehan skor dari penilaian wisatawan mengenai amenities rekreasi yang terdapat di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu. Dapat diketahui bahwa skor tertinggi adalah pada kemenarikan *play*

ground area sebesar 65,4% dengan 53 wisatawan menyatakan “cukup menarik”. Skor terendah diperoleh dari item pertanyaan kebersihan *play ground area* yaitu sebesar 59,4%. Berikut dijelaskan dengan Gambar mengenai keterkaitan antara amenitas area rekreasi dengan jenis wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.17
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP AMENITAS AREA
REKREASI DI KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

Berdasarkan Gambar 4.17 dapat dilihat bahwa skor perolehan tertinggi adalah pada kemenarikan *play ground area* yaitu sebesar 65,4%, hal ini dikarenakan fasilitas area *play ground* yang ada di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu sudah cukup lengkap selain itu kesesuaian tata letak *play ground area* yang tepat berada di area depan turut serta mempengaruhi penilaian terhadap

amenitas area rekreasi yang ada di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu yaitu sebesar 62,6%.

Skor terendah dimiliki oleh variasi amenitas area rekreasi yaitu pada kebersihan *play ground area* yaitu sebesar 59,4%, hal ini menunjukkan bahwa dari 51 wisatawan menilai bahwa item kebersihan *play ground area* Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu kurang bersih. Hal tersebut perlu mendapatkan perhatian karena wisatawan cenderung memberikan penilaian yang kurang baik untuk aspek tersebut.

3. Tanggapan Wisatawan terhadap Amenitas Kamar Rendam Tertutup Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

Berikut ini adalah tabel yang menggambarkan tanggapan wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu terhadap amenitas kamar rendam tertutup:

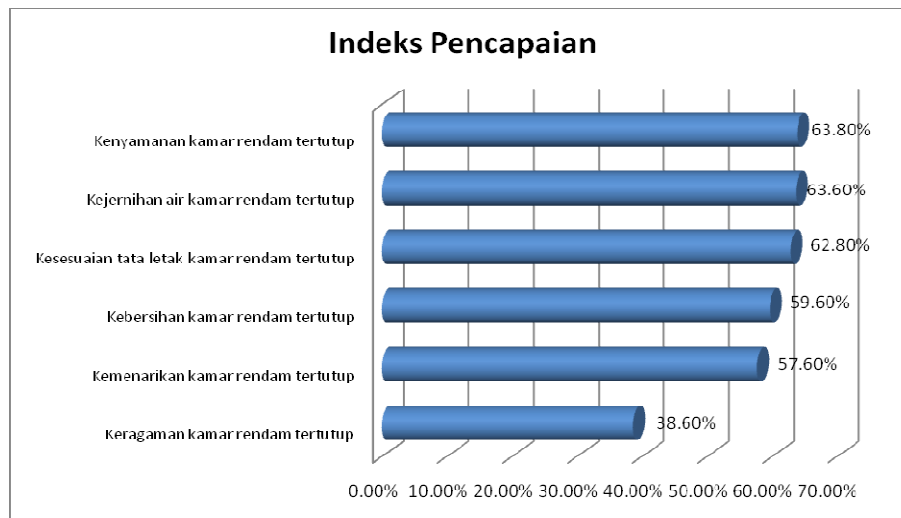
TABEL 4.18
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP AMENITAS KAMAR RENDAM TERTUTUP DI KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

No	Pernyataan	Sangat Nyaman		Nyaman		Cukup Nyaman		Kurang Nyaman		Sangat Tidak Nyaman		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
8	Kenyamanan kamar rendam tertutup	7	7	28	28	44	44	19	19	2	2	500	319	63.8
	Pernyataan	Sangat Beragam		Beragam		Cukup Beragam		Kurang Beragam		Sangat Tidak Beragam		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
9	Keragaman kamar rendam tertutup	1	1	0	0	22	22	45	45	32	32	500	193	38.6
10	Kemenarikan kamar rendam tertutup	Sangat Menarik		Menarik		Cukup Menarik		Kurang Menarik		Sangat Tidak Menarik		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
		4	4	16	16	47	47	30	30	3	3	500	288	57.6

	Pernyataan	Sangat Sesuai		Sesuai		Cukup Sesuai		Kurang Sesuai		Sangat Tidak Sesuai		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
11	Kesesuaian tata letak kamar randam tertutup	22	22	0	0	51	51	24	24	3	3	500	314	62.8
	Pernyataan	Sangat Bersih		Bersih		Cukup Bersih		Kurang Bersih		Sangat Tidak Bersih		Total		Indeks Item
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
12	Kebersihan kamar randam tertutup	3	3	22	22	48	48	24	24	3	3	500	298	59.6
	Pernyataan	Sangat Jernih		Cukup Jernih		Kurang Jernih		Sangat Tidak Jernih		Total		Indeks Item		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		Skor Ideal	Skor
13	Kejernihan air kamar randam tertutup	7	7	30	30	40	40	20	20	3	3	500	318	63.6

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Tabel 4.18 menunjukkan perolehan skor dari penilaian wisatawan mengenai amenitas kamar randam tertutup yang terdapat di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu. Dapat diketahui bahwa skor tertinggi adalah pada kenyamanan kamar randam tertutup sebesar 63,8% dengan 44 wisatawan menyatakan “nyaman”. Skor terendah diperoleh dari item pertanyaan keragaman kamar randam tertutup yaitu sebesar 38,6%. Berikut dijelaskan dengan Gambar mengenai keterkaitan antara amenitas kamar randam tertutup dengan jenis wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.18
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP AMENITAS KAMAR RENDAM
TERTUTUP DI KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

Dilihat dari Gambar 4.18 bahwa skor perolehan tertinggi adalah pada kenyamanan kamar rendam tertutup yaitu sebesar 63,8%, hal ini dikarenakan wisatawan merasa lebih nyaman berada di dalam kamar rendam tertutup bila dibandingkan berendam di kolam rendam terbuka, selain itu kejernihan air kamar rendam tertutup turut serta mempengaruhi penilaian terhadap amenities kamar rendam tertutup yang ada di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu yaitu sebesar 63,6%.

Skor terendah dimiliki oleh variasi amenities area rekreasi yaitu keragaman kamar rendam tertutup yaitu sebesar 38,6%, hal ini disebabkan kamar rendam tertutup yang ada di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu tidak begitu beragam dan tidak begitu menarik sehingga wisatawan kurang memiliki banyak pilihan untuk menggunakan fasilitas kamar rendam tertutup.

4. Tanggapan Wisatawan terhadap Amenitas Pendukung Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

Berikut ini adalah tabel yang menggambarkan tanggapan wisatawan

Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu terhadap amenities pendukung:

TABEL 4.19
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP AMENITAS
PENDUKUNG DI KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

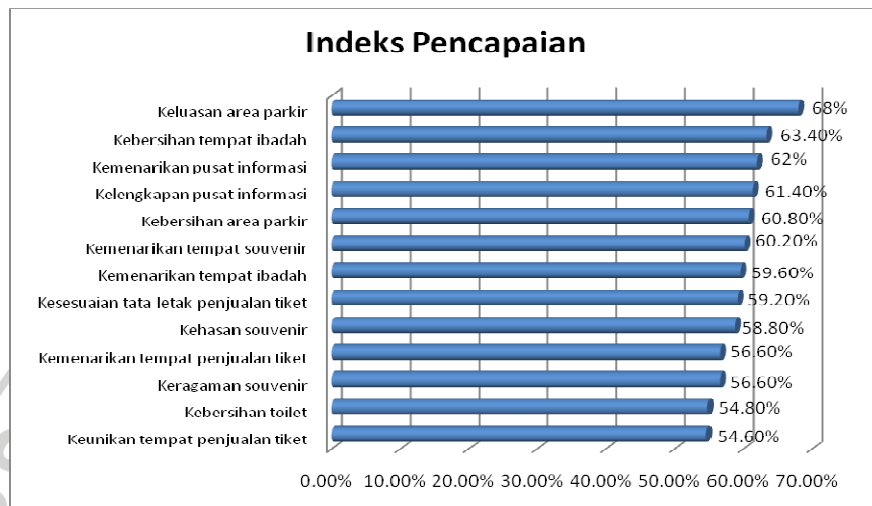
No	Pernyataan	Sangat Menarik		Menarik		Cukup Menarik		Kurang Menarik		Sangat Tidak Menarik		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
14	Kemenarikan pusat informasi	7	7	19	19	53	53	19	19	2	2	500	310	62
	Pernyataan	Sangat Lengkap		Lengkap		Cukup Lengkap		Kurang Lengkap		Sangat Tidak Lengkap		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
15	Kelengkapan pusat informasi	23	23	0	0	50	50	20	20	2	2	500	307	61.4
	Pernyataan	Sangat Menarik		Menarik		Cukup Menarik		Kurang Menarik		Sangat Tidak Menarik		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
16	Kemenarikan tempat souvenir	7	7	19	19	48	48	20	20	6	6	500	301	60.2
	Pernyataan	Sangat Beragam		Beragam		Cukup Beragam		Kurang Beragam		Sangat Tidak Beragam		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
17	Keragaman souvenir	7	7	19	19	42	42	20	20	6	6	500	283	56.6
	Pernyataan	Sangat Khas		Khas		Cukup Khas		Kurang Khas		Sangat Tidak Khas		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
18	Kehasan souvenir	8	8	17	17	41	41	29	29	5	5	500	294	58.8
	Pernyataan	Sangat Menarik		Menarik		Cukup Menarik		Kurang Menarik		Sangat Tidak Menarik		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
19	Kemenarikan tempat penjualan tiket	3	3	14	14	49	49	31	31	3	3	500	283	56.6
No	Pernyataan	Sangat Unik		Unik		Cukup Unik		Kurang Unik		Sangat Tidak Unik		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
20	Keunikan tempat penjualan tiket	2	2	12	12	49	49	31	31	6	6	500	273	54.6

	Pernyataan	Sangat Sesuai		Sesuai		Cukup Sesuai		Kurang Sesuai		Sangat Tidak Sesuai		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
21	Kesesuaian tata letak penjualan tiket	2	2	25	25	44	44	25	25	4	4	500	296	59.2
	Pernyataan	Sangat Luas		Luas		Cukup Luas		Kurang Luas		Sangat Tidak Luas		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
22	Keluasan area parkir	11	11	35	35	40	40	11	11	3	3	500	340	68
	Pernyataan	Sangat Bersih		Bersih		Cukup Bersih		Kurang Bersih		Sangat Tidak Bersih		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
23	Kebersihan area parkir	0	0	31	31	46	46	19	19	4	4	500	304	60.8
	Pernyataan	Sangat Menarik		Menarik		Cukup Menarik		Kurang Menarik		Sangat Tidak Menarik		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
24	Kemenarikan tempat ibadah	4	4	23	23	47	47	19	19	7	7	500	298	59.6
	Pernyataan	Sangat Bersih		Bersih		Cukup Bersih		Kurang Bersih		Sangat Tidak Bersih		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
25	Kebersihan tempat ibadah	11	11	23	23	41	41	22	22	3	3	500	317	63.4
	Pernyataan	Sangat Bersih		Bersih		Cukup Bersih		Kurang Bersih		Sangat Tidak Bersih		Total		Indeks Item
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
26	Kebersihan toilet	2	2	16	16	45	45	28	28	9	9	500	274	54.8

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Tabel 4.19 menunjukkan perolehan skor dari penilaian wisatawan mengenai amenities pendukung yang terdapat di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu. Dapat diketahui bahwa skor tertinggi adalah pada keluasan area parkir sebesar 68% dengan 40 wisatawan menyatakan "Cukup Luas". Skor terendah diperoleh dari item pertanyaan kemenarikan tempat penjualan tiket yaitu sebesar 54,6%. Berikut dijelaskan dengan Gambar mengenai keterkaitan antara amenities

kamar rendam tertutup dengan jenis wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

GAMBAR 4.19
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP AMENITAS PENDUKUNG DI
KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

Dilihat dari Gambar 4.19 bahwa skor perolehan tertinggi adalah pada keluasan area parkir yaitu sebesar 68%, hal ini dikarenakan area parkir yang tersedia sangat luas sehingga memudahkan wisatawan untuk menaruh kendaraannya dengan sangat leluasa.

Skor terendah dimiliki oleh variasi amenities pendukung yaitu keunikan tempat penjualan tiket sebesar 54,6%, hal ini menunjukkan bahwa keunikan tempat penjualan tiket Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu kurang begitu unik sehingga perlu diperhatikan kembali, karena wisatawan cenderung memberikan penilaian yang kurang baik terhadap aspek tersebut.

Adapun tanggapan wisatawan terhadap amenities Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dapat dinyatakan dalam bentuk tinjauan kontinum secara keseluruhan, agar dapat diketahui kategori amenities Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu menurut wisatawan apakah terletak pada kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi atau bahkan sangat tinggi. Berikut ini adalah urutan proses pencarian skor ideal tertinggi, skor ideal terendah, interval, jarak interval dan tinjauan kontinum amenities.

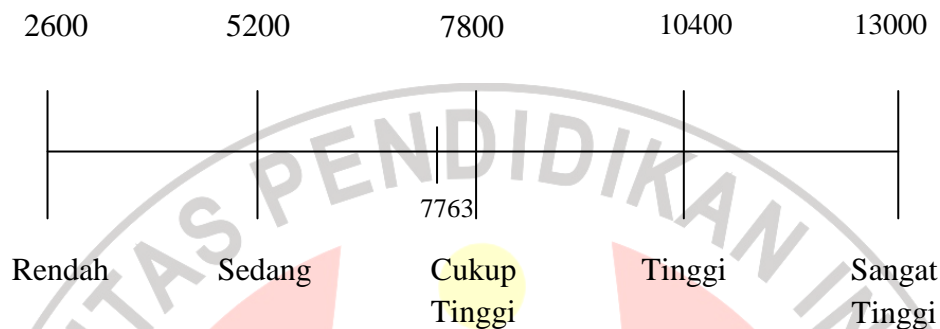
$$\begin{aligned}
 \text{Skor Ideal Tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \text{jumlah item pertanyaan} \times \text{jumlah wisatawan} \\
 &= 5 \times 26 \times 100 \\
 &= 13000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Skor Ideal Terendah} &= \text{Skor terendah} \times \text{jumlah item pertanyaan} \times \text{jumlah wisatawan} \\
 &= 1 \times 26 \times 100 \\
 &= 2600
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Interval} &= \text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah} \\
 &= 13000 - 2600 \\
 &= 10400
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Jarak interval} &= \text{Interval} : \text{Jenjang} \\
 &= 10400 : 5 \\
 &= 2080
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka penilaian sub-sub variabel produk wisata adalah sebagai berikut $(7763:13000) \times 100 = 59,7\%$. Hal ini secara kontinum dapat dibuat dalam kategori sebagai berikut :



Kategori dalam tinjauan kontinum tersebut dapat disimpulkan bahwa amenitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu menurut tanggapan wisatawan berada pada kategori cukup tinggi. Maksudnya adalah amenitas di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu sudah dilaksanakan dengan cukup baik.

4.2.3 Tanggapan Wisatawan terhadap Aksesibilitas Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

Aksesibilitas adalah semua yang dapat memberi kemudahan bagi wisatawan atau pengunjung dalam memperoleh atau mencapai tujuan wisata (Daerah Tujuan Wisata). Berikut ini adalah pembahasan mengenai aksesibilitas menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu:

TABEL 4.20
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP AKSESIBILITAS
MENUJU KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

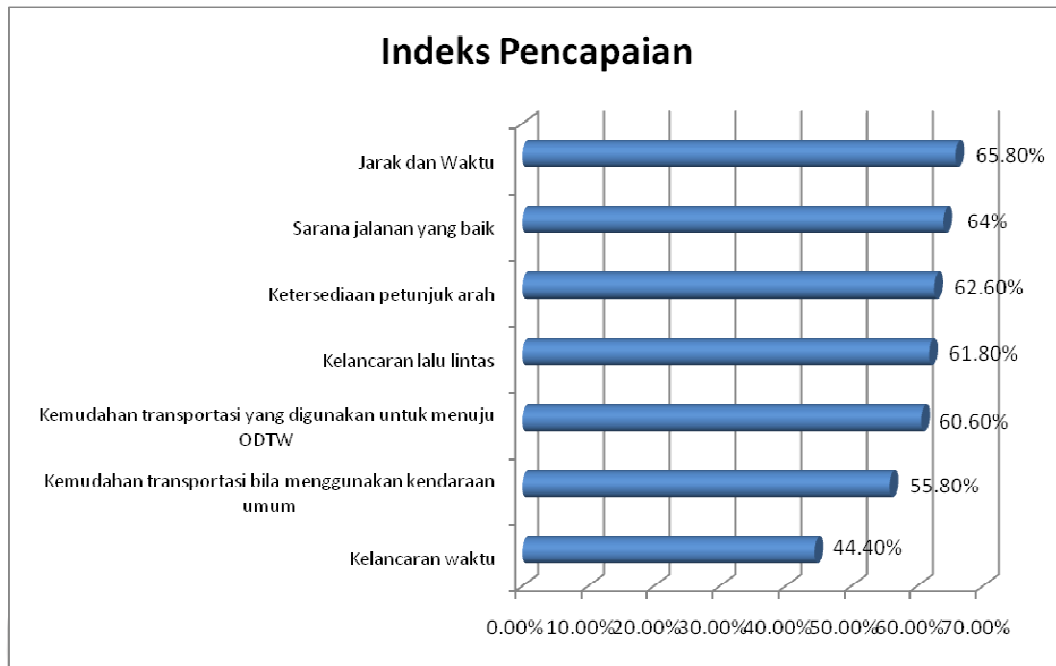
No	Pernyataan	Sangat Sesuai		Sesuai		Cukup Sesuai		Kurang Sesuai		Sangat Tidak Sesuai		Total		Indeks item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	
1	Jarak dan Waktu	6	6	37	37	39	39	16	16	2	2	500	329	65.8
	Pernyataan	Sangat Lancar		Lancar		Cukup Lancar		Kurang Lancar		Sangat Tidak Lancar		Total		%

	Pernyataan	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	Skor
2	Kelancaran waktu	4	4	0	0	28	28	50	50	18	18	500	222	44.4
	Pernyataan	Sangat Baik		Baik		Cukup Baik		Kurang Baik		Sangat Tidak Baik		Total		%
	Pernyataan	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	Skor
3	Sarana jalanan yang baik	7	7	23	23	54	54	15	15	1	1	500	320	64
	Pernyataan	Sangat Lancar		Lancar		Cukup Lancar		Kurang Lancar		Sangat Tidak Lancar		Total		%
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	Skor
4	Kelancaran lalu lintas	6	6	25	25	45	45	20	20	4	4	500	309	61.8
No	Pernyataan	Sangat Mudah		Mudah		Cukup Mudah		Kurang Mudah		Sangat Tidak Mudah		Total		%
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	Skor
5	Kemudahan transportasi yang digunakan untuk menuju ODTW	5	5	24	24	43	43	25	25	3	3	500	303	60.6
	Pernyataan	Sangat Lengkap		Lengkap		Cukup Lengkap		Kurang Lengkap		Sangat Tidak Lengkap		Total		%
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	Skor
6	Ketersediaan petunjuk arah	8	8	27	27	36	36	26	26	3	3	500	311	62.2
	Pernyataan	Sangat Mudah		Mudah		Cukup Mudah		Kurang Mudah		Sangat Tidak Mudah		Total		%
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor Ideal	Skor	Skor
7	Kemudahan transportasi bila menggunakan kendaraan umum	2	2	22	22	37	37	31	31	8	8	500	279	55.8

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Tabel 4.20 menunjukkan perolehan skor dari penilaian wisatawan mengenai aksesibilitas menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu. Dapat diketahui bahwa skor tertinggi adalah pada jarak dan waktu tempuh sebesar 65,8% dengan 39 wisatawan menyatakan “cukup sesuai”. Skor terendah diperoleh dari variabel aksesibilitas dari item pertanyaan kelancaran waktu tempuh yaitu

sebesar 44,4%. Berikut dijelaskan dengan Gambar mengenai keterkaitan antara aksesibilitas dengan jenis wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.



Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

GAMBAR 4.20
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP AKSESIBILITAS
MENUJU KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

Dilihat dari Gambar 4.20 bahwa skor perolehan tertinggi adalah pada jarak dan waktu tempuh menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu yaitu sebesar 66,8%, hal ini dikarenakan jarak tempuh menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu hanya berjarak sekitar 56 Km dari Kota Bandung dan dapat ditempuh sekitar 2 jam, hal ini dirasa cukup sesuai oleh wisatawan.

Skor terendah dimiliki oleh variabel aksesibilitas yaitu pada item pertanyaan kelancaran waktu tempuh menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu sebesar 44,4%, hal ini dikarenakan kelancaraan waktu menuju

Kawasan Taman Alam Cimanggu kurang begitu lajar terlebih lagi ketika *weekend* banyak sekali wisatwan yang berasal dari luar kota sehingga kondisi jalan menjadi macet.

Adapun tanggapan wisatawan terhadap aksesibilitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dapat dinyatakan dalam bentuk tinjauan kontinum secara keseluruhan, agar dapat diketahui kategori aksesibilitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu menurut wisatawan apakah terletak pada kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi atau bahkan sangat tinggi. Berikut ini adalah urutan proses pencarian skor ideal tertinggi, skor ideal terendah, interval, jarak interval dan tinjauan kontinum aksesibilitas.

$$\begin{aligned}\text{Skor Ideal Tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \text{jumlah item pertanyaan} \times \text{jumlah wisatawan} \\ &= 5 \times 7 \times 100 \\ &= 3500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Skor Ideal Terendah} &= \text{Skor terendah} \times \text{jumlah item pertanyaan} \times \text{jumlah wisatawan} \\ &= 1 \times 7 \times 100 \\ &= 700\end{aligned}$$

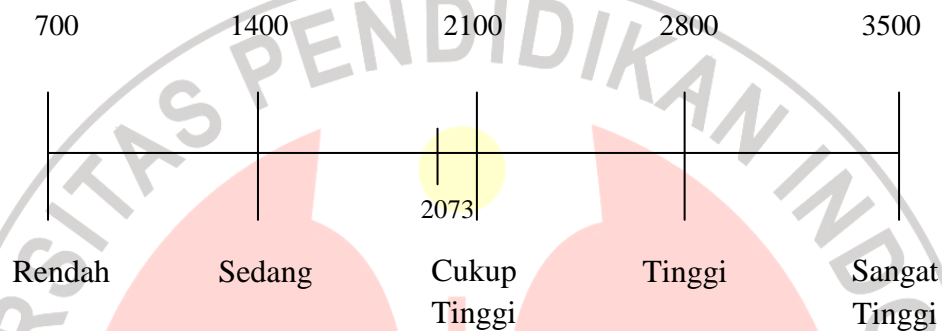
$$\begin{aligned}\text{Interval} &= \text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah} \\ &= 3500 - 700 \\ &= 2800\end{aligned}$$

$$\text{Jarak interval} = \text{Interval} : \text{Jenjang}$$

$$= 3000 : 5$$

$$= 600$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka penilaian sub-sub variabel produk wisata adalah $(2073:3500) \times 100 = 59,2\%$. Hal ini secara kontinum dapat dibuat dalam kategori sebagai berikut :



Kategori dalam tinjauan kontinum tersebut dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu menurut tanggapan wisatawan berada pada kategori cukup tinggi. Maksudnya adalah aksesibilitas menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu sudah cukup baik. Adapun rekapitulasi tanggapan wisatawan mengenai atraksi, amenitas dan aksesibilitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.

TABEL 4.21
REKAPITULASI TANGGAPAN WISATAWAN MENGENAI
ATRAKSI, AMENITAS DAN AKSESIBILITAS KAWASAN TAMAN
WISATA ALAM CIMANGGU

No	Variabel	Total Skor	Skor Rata-	%
----	----------	------------	------------	---

			Rata	
1	Atraksi	3.341	303.7	33.80
2	Amenitas	7.763	298.6	33.24
3	Aksesibilitas	2.073	296.1	32.96
Total		13.177	898.4	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa skor total tanggapan wisatawan terhadap produk wisata yang terdiri dari atraksi, amenitas dan aksesibilitas adalah sebesar 13.177. Skor tertinggi terdapat pada atraksi yaitu sebesar 33.80%. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar wisatawan mengunjungi Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dikarenakan faktor atraksi salah satunya indikatornya adalah ketersediaan sumber air panas memberikan kontribusi yang tinggi kepada wisatawan hal ini disebabkan sumber air panas yang tersedia di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu langsung berasal dari sumber mata air Gunung patuha, yang tepat di belakang Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.

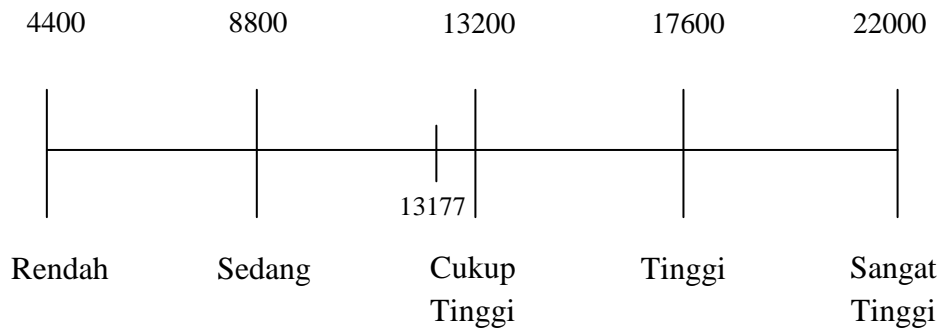
Skor terkecil diperoleh pada tanggapan wisatawan terhadap aksesibilitas sebesar 15,731 %, hal tersebut dikarenakan kondisi jalan menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu kurang begitu lebar, selain itu ketersediaan petunjuk arah menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu masih sangat minim.

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa skor total tanggapan wisatawan terhadap pelaksanaan produk wisata yang terdiri dari atraksi, amenitas dan aksesibilitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dapat dinyatakan

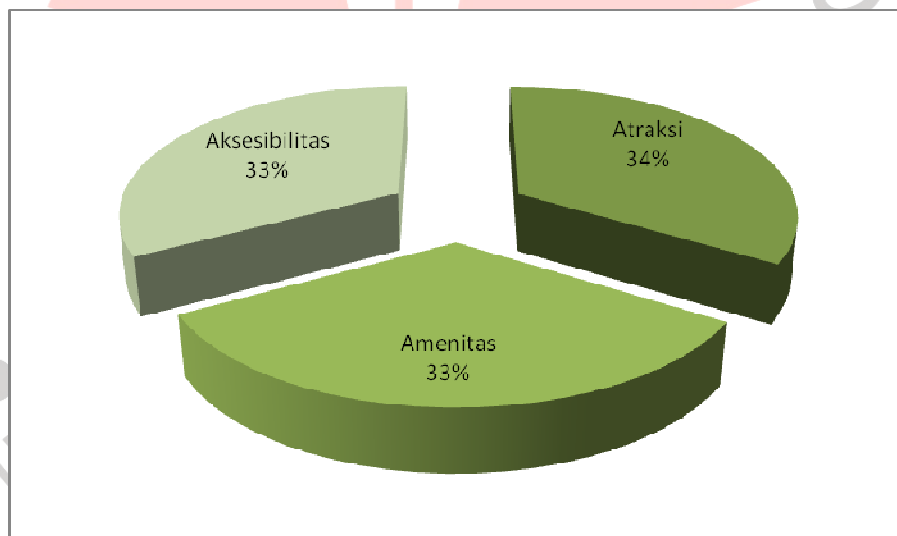
dalam bentuk tinjauan kontinum agar dapat diketahui kategori atraksi, amenitas dan aksesibilitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu menurut wisatawan, apakah terletak pada kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi. Berikut ini adalah proses pencarian tinjauan kontinum pelaksanaan produk wisata yang terdiri dari atraksi, amenitas dan aksesibilitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

$$\begin{aligned}
 \text{Skor Ideal Tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \text{jumlah item pertanyaan} \times \text{jumlah wisatawan} \\
 &= 5 \times 44 \times 100 \\
 &= 22000 \\
 \text{Skor Ideal Terendah} &= \text{Skor terendah} \times \text{jumlah item pertanyaan} \times \text{jumlah wisatawan} \\
 &= 1 \times 44 \times 100 \\
 &= 4400 \\
 \text{Interval} &= \text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah} \\
 &= 22000 - 4400 \\
 &= 17600 \\
 \text{Jarak interval} &= \text{Interval} : \text{Jenjang} \\
 &= 17600 : 5 \\
 &= 3520
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka penilaian variabel produk wisata yang terdiri dari atraksi, amenitas dan aksesibilitas adalah sebagai berikut: $(13177:22000) \times 100 = 59,89 \%$. Hal ini secara kontinum dapat dibuat dalam kategori sebagai berikut :



Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan produk wisata yang terdiri dari atraksi, amenitas dan aksesibilitas Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu secara keseluruhan menurut wisatawan berada pada kategori cukup tinggi. Hal tersebut disajikan dalam bentuk gambar 4.21 sebagai berikut:



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

GAMBAR 4.2.1
REKAPITULASI TANGGAPAN WISATAWAN MENGENAI
ATRAKSI, AMENITAS DAN AKSESIBILITAS KAWASAN TAMAN
WISATA ALAM CIMANGGU

4.3 Tanggapan Wisatawan terhadap Proses Keputusan Berkunjung

Wisatawan Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

Proses pengambilan keputusan sangat penting selain sebagai dasar promosi, juga sangat penting dalam perencanaan produk dan penentuan segmentasi pasar. Berikut ini adalah pembahasan mengenai proses keputusan berkunjung di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.

TABEL 4.22
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN BERKUNJUNG KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

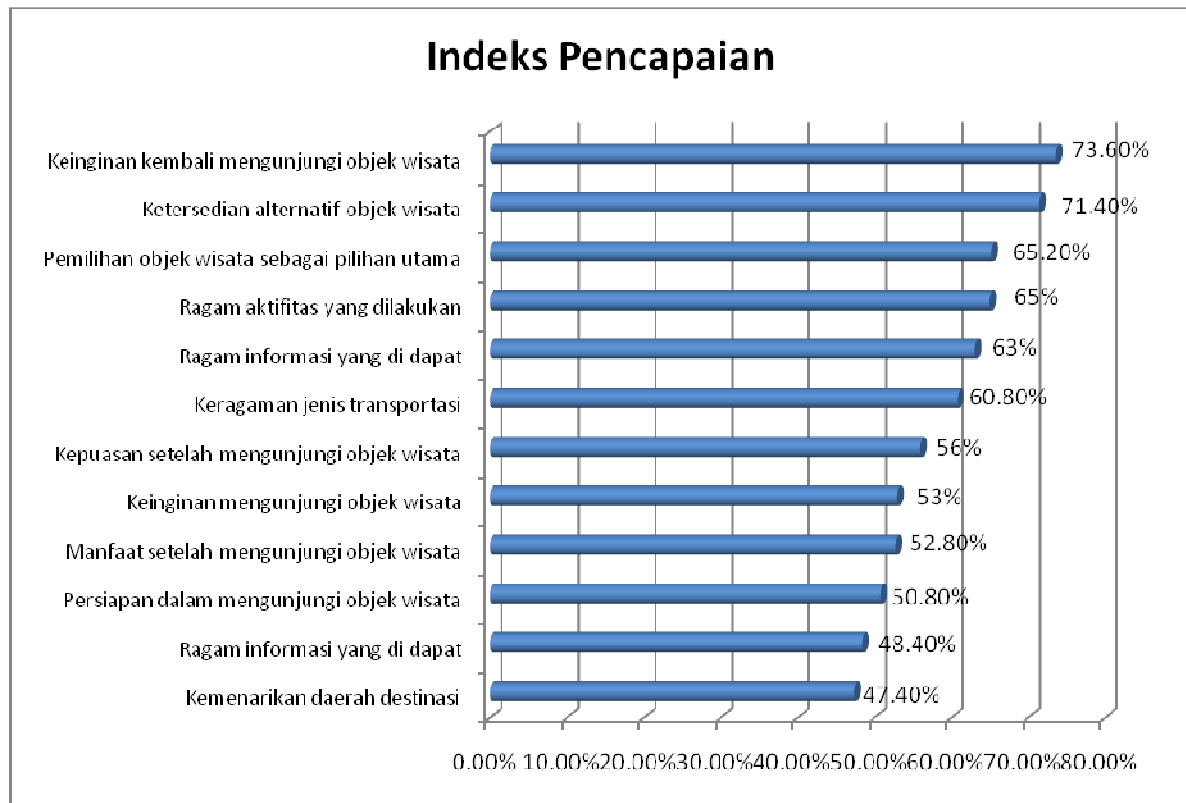
No	Pernyataan	Sangat Tinggi		Tinggi		Cukup Tinggi		Kurang Tinggi		Sangat Rendah		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
1	Keinginan mengunjungi objek wisata	0	0	22	22	35	35	29	29	14	14	500	265	53
	Pernyataan	Sangat Beragam		Beragam		Cukup Beragam		Kurang Beragam		Sangat Tidak Beragam		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
2	Ragam informasi yang di dapat	6	6	28	28	42	42	23	23	1	1	500	315	63
	Pernyataan	Sangat Menarik		Menarik		Cukup Menarik		Kurang Menarik		Sangat Tidak Menarik		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
3	Kemenarikan daerah destinasi	0	0	9	9	34	34	42	42	15	15	500	237	47.4
	Pernyataan	Sangat Beragam		Beragam		Cukup Beragam		Kurang Beragam		Sangat Tidak Beragam		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
4	Keragaman jenis akomodasi	6	6	20	20	0	0	58	58	16	16	500	242	48.4
	Pernyataan	Sangat Beragam		Beragam		Cukup Beragam		Kurang Beragam		Sangat Tidak Beragam		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
5	Keragaman jenis transportasi	7	7	21	21	43	43	27	27	2	2	500	304	60.8
	Pernyataan	Sangat Beragam		Beragam		Cukup Beragam		Kurang Beragam		Sangat Tidak Beragam		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	

6	Ragam aktifitas yang dilakukan	10	10	30	30	37	37	21	21	2	2	500	325	65
No	Pernyataan	Sangat Lengkap		Lengkap		Cukup Lengkap		Kurang Lengkap		Sangat Tidak Lengkap		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
7	Ketersediaan alternatif objek wisata	17	17	36	36	35	35	11	11	1	1	500	357	71.4
	Pernyataan	Sangat Tinggi		Tinggi		Cukup Tinggi		Kurang Tinggi		Sangat Rendah		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
8	Pemilihan objek wisata sebagai pilihan utama	9	9	28	28	44	44	18	18	1	1	500	326	65.2
	Pernyataan	Sangat Baik		Baik		Cukup Baik		Kurang Baik		Sangat Tidak Baik		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
9	Persiapan dalam mengunjungi objek wisata	0	0	16	16	32	32	42	42	10	10	500	254	50.8
	Pernyataan	Sangat Puas		Puas		Cukup Puas		Kurang Puas		Sangat Tidak Puas		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
10	Kepuasan setelah mengunjungi objek wisata	0	0	24	24	38	38	32	32	6	6	500	280	56
	Pernyataan	Sangat Tinggi		Tinggi		Cukup Tinggi		Kurang Tinggi		Sangat Rendah		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
11	Manfaat setelah mengunjungi objek wisata	0	0	21	21	32	32	37	37	10	10	500	264	52.8
	Pernyataan	Sangat Tinggi		Tinggi		Cukup Tinggi		Kurang Tinggi		Sangat Rendah		Total		Indeks Item
		F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Skor ideal	Skor	
12	Keinginan kembali mengunjungi objek wisata	25	25	31	31	33	33	9	9	2	2	500	368	73.6

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

Tabel 4.22 menunjukkan perolehan skor dari penilaian wisatawan mengenai keputusan berkunjung menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu. Dapat diketahui bahwa skor tertinggi adalah keinginan kembali mengunjungi objek wisata sebesar 73.6% dengan 33 wisatawan menyatakan

“cukup tinggi”. Skor terendah diperoleh dari variabel keputusan berkunjung dari item pertanyaan kemenarikan daerah destinasi yaitu sebesar 47,4%. Berikut



dijelaskan dengan Gambar mengenai keterkaitan antara proses keputusan berkunjung dengan jenis wisatawan Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

GAMBAR 4.22
TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG KAWASAN TAMAN WISATA ALAM CIMANGGU

Dilihat dari Gambar 4.22 bahwa skor perolehan tertinggi adalah pada item keinginan kembali mengunjungi objek wisata yaitu sebesar 73,6%, hal ini dikarenakan kepuasan setelah mengunjungi Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dirasa cukup tinggi sehingga wisatawan ingin kembali mengunjungi

objek wisata, selain itu ketersediaan alternatif objek wisata lain membuat wisatawan memiliki banyak pilihan.

Skor terendah dimiliki oleh variabel keputusan berkunjung yaitu pada item pertanyaan kemenarikan daerah destinasi yaitu sebesar 47.4% hal ini dikarenakan daya tarik Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu belum dapat memenuhi kebutuhan wisatawan.

Adapun tanggapan wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu dapat dinyatakan dalam bentuk tinjauan kontinum secara keseluruhan, agar dapat diketahui kategori keputusan berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu menurut wisatawan apakah terletak pada kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi atau bahkan sangat tinggi. Berikut ini adalah urutan proses pencarian skor ideal tertinggi, skor ideal terendah, interval, jarak interval dan tinjauan kontinum keputusan berkunjung.

$$\begin{aligned}\text{Skor Ideal Tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \text{jumlah item pertanyaan} \times \text{jumlah wisatawan} \\ &= 5 \times 12 \times 100 \\ &= 6000\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Skor Ideal Terendah} &= \text{Skor terendah} \times \text{jumlah item pertanyaan} \times \text{jumlah wisatawan} \\ &= 1 \times 12 \times 100 \\ &= 1200\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Interval} &= \text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah} \\ &= 6000 - 1200\end{aligned}$$

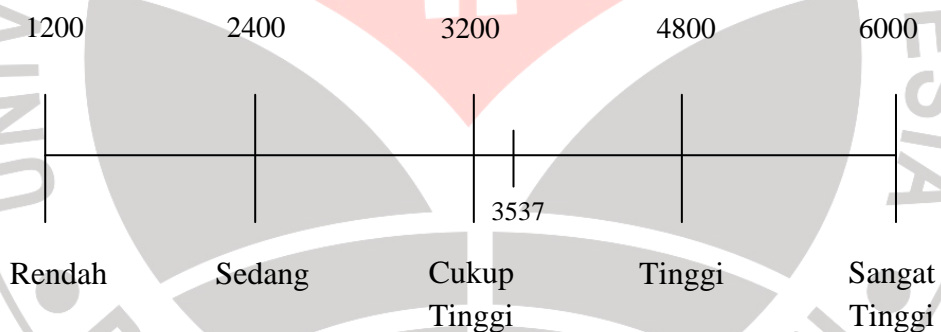
$$= 4800$$

Jarak interval = Interval : Jenjang

$$= 4800 : 5$$

$$= 960$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka penilaian variabel keputusan berkunjung adalah sebagai berikut $(3537:6000) \times 100 = 58,95\%$. Hal ini secara kontinum dapat dibuat dalam kategori sebagai berikut :



Kategori dalam tinjauan kontinum tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan berkunjung ke Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu menurut tanggapan wisatawan berada pada kategori cukup tinggi. Maksudnya adalah proses keputusan berkunjung menuju Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu sudah cukup baik.

4.4 Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan

Model *path analysis* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Dalam penelitian ini variabel yang diuji adalah pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu, dimana variabel bebasnya adalah produk wisata yang terdiri dari atraksi (X.1), amenitas (X.2) dan aksesibilitas (X.3), sedangkan variabel terikatnya adalah proses keputusan berkunjung (Y).

Berikut ini adalah hasil pengujian hipotesis *path analysis* dengan menggunakan bantuan SPSS 15.0

TABEL 4.23
MATRIKS KORELASI ANTAR SUB VARIABEL PRODUK WISATA
DENGAN PROSES KEPUTUSAN BERKUNJUNG

	Y (proses keputusan berkunjung)	X.1 (atraksi)	X.2 (amenitas)	X.3 (aksesibilitas)
Y (proses keputusan berkunjung)	1,000	0,473	0,627	0,574
X.1(atraksi)	0,473	1,000	0,541	0,258
X.2 (amenitas)	0,672	0,541	1,000	0,445
X.3 (aksesibilitas)	0,574	0,258	0,445	1,000

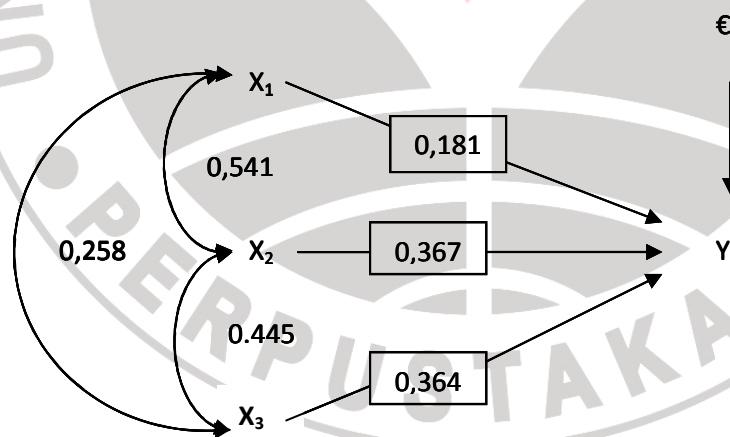
Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan data hasil matriks korelasi antara sub variabel produk wisata terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan diperoleh hasil korelasi secara berurutan yaitu, atraksi (0,473) amenitas (0,627) dan aksesibilitas (0,574).

Amenitas memperoleh korelasi terbesar (0,627) hal ini terjadi karena fasilitas yang tersedia sudah dapat mendukung wisatawan untuk berkunjung Ke Taman Wisata Alam Cimanggu adapun fasilitas yang dimiliki mulai dari penginapan, fasilitas berendam, tempat souvenir, lahan parkir, toilet, tempat ibadah dan seluruh fasilitas yang ada.

Sedangkan nilai yang memiliki koefisien korelasi terendah yaitu atraksi (0,473) hal ini dikarenakan daya tarik Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu belum dapat dikemas dengan baik sehingga belum dapat memenuhi kebutuhan wisatawan.

Secara lengkap pengaruh masing-masing sub variabel produk wisata terhadap proses keputusan berkunjung disajikan dalam gambar 4.14 sebagai berikut



GAMBAR 4.23
STRUKTURAL KAUSAL

Pengujian Hipotesis Keseluruhan (uji F)

Didasarkan pada kerangka teori yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara produk wisata terhadap proses keputusan berkunjung, selanjutnya akan diuji hipotesis secara keseluruhan melalui uji F sebagai berikut:

$$H_0: P_{y_{x1}} = P_{y_{x2}} = 0$$

$$H_1 : \text{sekurang-kurangnya ada sebuah } P_{y_{xi}} \neq 0, i = 1 \text{ dan } 2$$

Kriteria keputusan

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh produk wisata terhadap proses keputusan berkunjung

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh produk wisata terhadap proses keputusan berkunjung.

Statistik uji yang digunakan adalah uji F dengan rumus:

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k P_{YXi} r_{YXi}}{k \left(1 - \sum_{i=1}^k P_{YXi} r_{YXi} \right)}$$

Dari hasil pengujian untuk uji F melalui program SPSS 15.0 (Tabel Anova) diperoleh data pengujian keseluruhan pada tabel anova menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $35,284 > 2,699$ dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak oleh karena itu pengujian secara individual dapat dilakukan.

Uji individu

Selanjutnya adalah pengujian secara individual dengan melihat koefisien korelasi jalur X terhadap Y dengan kriteria keputusan untuk pengujian koefisien jalur sebagai berikut:

Tolak Ho jika $t_{hitung} \geq t_{(0,05)(n-k-1)}$

Terima Ho jika $t_{hitung} \leq t_{(0,05)(n-k-1)}$

dimana $t = \frac{P_{YXi} - P_{YXj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1,X2,X3)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{n - k - 1}}}$

Dengan menggunakan tabel distribusi t diperoleh :

$T_{tabel} = 1,984$

**TABEL 4.24
HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN JALUR**

Koefisien jalur		t_{hitung}	t_{table}	Kesimpulan
Pyx1.1	0.181	2.158	1.984467	Ho ditolak
Pyx1.2	0.367	4.064	1.984467	Ho ditolak
Pyx1.3	0.364	4.627	1.984467	Ho ditolak

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Tabel Coefisien)

UJI PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG

Pengaruh X.1 terhadap Y

Pengaruh langsung = $0,181 \times 0,181 = 0,033$

Pengaruh tidak langsung melalui X.2 = $0,181 \times 0,541 \times 0,367 = 0,036$

Pengaruh tidak langsung melalui X.3 = $0,181 \times 0,258 \times 0,364 = 0,017 +$

Pengaruh total (X.1) terhadap Y = 0,086

Pengaruh X.2 terhadap Y

Pengaruh langsung $= 0,364 \times 0,364 = 0,135$

Pengaruh tidak langsung melalui X.1 $= 0,367 \times 0,541 \times 0,181 = 0,036$

Pengaruh tidak langsung melalui X.3 $= \frac{0,367 \times 0,445 \times 0,364}{0,367} = 0,059+$

Pengaruh total (X.2) terhadap Y = 0,230

Pengaruh X.3 terhadap Y

Pengaruh langsung $= 0,367 \times 0,367 = 0,132$

Pengaruh tidak langsung melalui X.1 $= 0,367 \times 0,258 \times 0,181 = 0,017$

Pengaruh tidak langsung melalui X.3 $= \frac{0,367 \times 0,445 \times 0,367}{0,367} = 0,059+$

Pengaruh total (X.3) terhadap Y = 0,209

Perhitungan tersebut dilakukan untuk mencari pengaruh langsung dan tidak langsung X lainnya. Setelah dilakukan perhitungan di atas maka hasil perhitungan dapat disajikan sebagai berikut :

1. Pengaruh Atraksi terhadap Proses Keputusan Berkunjung

TABEL 4.25
PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG DARI ATRAKSI
Interpretasi analisis jalur

Keterangan	Pengaruh	%
------------	----------	---

X.1	Pengaruh langsung ke Y	0,033	3,3%
	Pengaruh tidak langsung melalui X.2 ke Y	0,036	3,6%
	Pengaruh tidak langsung melalui X.3 ke Y	0,017	1,7
Total Pengaruh X.1 terhadap Y		0,086	8,6%

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan Tabel 4.25 diatas terlihat bahwa kontribusi langsung atraksi terhadap keputusan berkunjung wisatawan yaitu sebesar 3,3% dan pengaruh tidak langsung melalui amenitas sebesar 3,6%, pengaruh tidak langsung melalui aksesibilitas sebesar 1,7%. Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa pengaruh atraksi terhadap keputusan keputusan berkunjung yaitu sebesar 8,6%. Hal ini memberikan gambaran secara umum bahwa atraksi berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung.

2. Pengaruh Amenitas terhadap Proses Keputusan Berkunjung

TABEL 4.26
PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG DARI AMENITAS
Interpretasi analisis jalur

Keterangan		Pengaruh	%
X.2	Pengaruh langsung ke Y	0,135	13,5%
	Pengaruh tidak langsung melalui	0,036	3,6%

	X.1 ke Y		
	Pengaruh tidak langsung melalui X.3 ke Y	0,059	5,9%
Total Pengaruh X.1 terhadap Y		0,230	23%

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan Tabel 4.26 diatas terlihat bahwa kontribusi langsung amenities terhadap keputusan berkunjung wisatawan yaitu sebesar 13,5% dan pengaruh tidak langsung melalui atraksi sebesar 3,6%, pengaruh tidak langsung melalui aksesibilitas sebesar 15,9%. Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa pengaruh atraksi terhadap keputusan keputusan berkunjung yaitu sebesar 23%. Hal ini memberikan gambaran secara umum bahwa amenities berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung.

3. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Proses Keputusan Berkunjung

TABEL 4.27
PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG DARI
AKSESIBILITAS

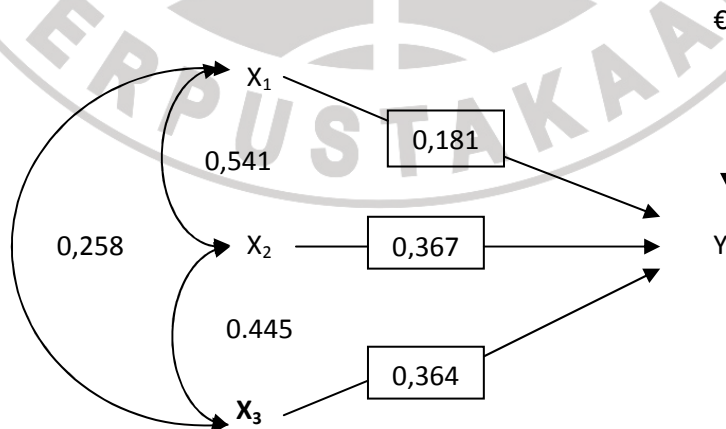
Interpretasi analisis jalur			
	Keterangan	Pengaruh	%
X.3	Pengaruh langsung ke Y	0,132	13,2%
	Pengaruh tidak langsung melalui X.1 ke Y	0,017	1,7%
	Pengaruh tidak langsung melalui X.2 ke Y	0,059	5,9%

Total Pengaruh X.1 terhadap Y	0,209	20,9%
--------------------------------------	-------	-------

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan Tabel 4.27 diatas terlihat bahwa kontribusi langsung aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan yaitu sebesar 13,2% dan pengaruh tidak langsung melalui atraksi sebesar 1,7%, pengaruh tidak langsung melalui amenities sebesar 5,9%. Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung yaitu sebesar 20,9%. Hal ini memberikan gambaran secara umum bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung.

Pengaruh Produk Wisata Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu.



GAMBAR 4.24
DIAGRAM JALUR PENGUJIAN

Berdasarkan hasil korelasi selanjutnya akan dilakukan uji F untuk mengetahui hasil hipotesis. Besarnya nilai korelasi di atas dibuktikan dengan penolakan H_0 yang dilakukan dengan uji F tingkat signifikan (sig) sama dengan 0,000 atau lebih kecil dari 0,05.

Diagram jalur pengujian hipotesis pada gambar 4.15 maka dilakukan perhitungan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung yang disajikan dalam tabel 4.77 berikut :

TABEL 4.28
HASIL PENGUJIAN PRODUK WISATA TERHADAP PROSES
KEPUTUSAN BERKUNJUNG

X	Pengaruh Langsung Terhadap Y	Pengaruh Tidak Langsung Melalui			$R^2_{YX1.1, YX1.2, YX1.3}$	t_{hitung} $t_{tabel} = 1.984$	Sig.	Keputusan
		X1.1	X1.2	X1.3				
X _{1.1}	0,033	-	0,036	0,017	0,086	2,158	0,033	Ho ditolak
X _{1.2}	0,135	0,036	-	0,059	0,230	4,064	0,000	Ho ditolak
X _{1.3}	0,132	0,017	0,059	-	0,209	4,627	0,000	Ho ditolak
R²					0,524			

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan hasil tabel 4.28 di atas dapat diketahui bahwa pengaruh produk wisata terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu adalah sebesar 0,524. Sedangkan koefisien jalur variabel diluar variabel X.1, X.2 dan X.3 ditentukan melalui rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 P_{y_3} &= \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, X_3)}} \\
 &= \sqrt{1 - 0,524} \\
 &= 0,689
 \end{aligned}$$

Hal tersebut berarti bahwa X.1, X.2 dan X.3 secara bersama-sama mempengaruhi keputusan berkunjung sebesar 52,4% dan sisanya ($0,689^2 = 0,4747 \times 100 \% = 47,6\%$) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian.

4.4.1 Pembahasan Pengaruh Produk Wisata terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu

Hasil dari perhitungan *path analysis* diperoleh nilai korelasi (Tabel *Corelation*) atraksi, amenitas dan aksesibilitas dengan keputusan berkunjung masing-masing sebesar 0,473 0,627 dan 0,574. Nilai tersebut berada dalam dalam kategori cukup kuat, kuat dan cukup kuat yaitu terletak di daerah (0,40-0,599), (0,60-0,799) dan (0,40-0,599). Hal tersebut berarti bahwa hubungan antara produk wisata yang terdiri dari atraksi dengan proses keputusan berkunjung adalah cukup

kuat, hubungan produk wisata yang terdiri dari amenities dengan proses keputusan berkunjung kuat adalah kuat dan hubungan antara produk wisata yang terdiri dari aksesibilitas dengan proses keputusan berkunjung adalah cukup kuat.

Dari hasil perhitungan dan pengujian diperoleh bahwa terdapat pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung, yaitu 52,53% dan sisanya sebesar 47,47% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk ke dalam penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan yang menyatakan bahwa produk wisata berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung dapat diterima.

Sebagaimana yang dikemukakan Gamal Suwanto (2004:19) mengemukakan bahwa,

“Daya tarik wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata, dalam kedudukannya yang sangat menentukan itu maka daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun/dikelola secara profesional sehingga dapat menarik minat wisatawan”

Lebih lanjut *Marrioti* dalam jurnal Edwin Fianto (2000:1) mengemukakan bahwa “atraksi wisata adalah elemen-elemen di dalam lingkungan daerah tujuan wisata yang berfungsi sebagai motivasi bagi wisatawan agar mau datang ke suatu tempat daerah tujuan wisata”.

4.5 Impikasi Hasil Temuan Penelitian

4.5.1 Temuan Hasil Penelitian Bersifat Teoritik

Berdasarkan penelitian ini, maka dapat ditemukan hasil bahwa produk wisata yang terdiri dari atraksi, amenitas dan aksesibilitas merupakan hal yang penting. Hal tersebut didukung oleh pendapat beberapa ahli sebagai berikut:

1. Menurut Gamal Suwanto (2004:19) yang menyatakan bahwa,

“Daya tarik wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata, dalam kedudukannya yang sangat menentukan itu maka daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun atau dikelola secara professional sehingga dapat menarik minat wisatawan”

2. Menurut pendapat *Marrioti* dalam Jurnal Edwin Fiatiano (2000:3) yang menyatakan bahwa,

“Manfaat dan kepuasan berwisata ditentukan oleh dua faktor yang saling berkaitan, yaitu *pertama, tourist resources* yaitu segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata dan *kedua, tourist service* yaitu semua fasilitas yang dapat digunakan dan aktifitas yang dapat dilakukan yang pengadaannya disediakan oleh perusahaan lain secara komersial”.

3. Menurut pendapat Buchalis (2000:98) mengatakan bahwa “*a general infrastructure which enables the acces to destination, travelling to the attractions in the destinations*”. Dengan kata lain infrastruktur yang secara umum memungkinkan akses bagi wisatawan untuk menuju daerah tujuan wisata.

4.5.2 Temuan Hasil Penelitian Bersifat Empirik

Kawasan Taman Wisata Alam Cimanggu merupakan destinasi yang cukup potensial dimana produk wisata yang dimiliki Kawasan Wisata Alam

Cimanggu cukup beragam, sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan penelitian diperoleh hasil bahwa produk wisata merupakan hal yang penting bagi suatu destinasi, karena produk wisata yang baik akan berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung terhadap destinasi tersebut.

