

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini kegiatan pariwisata dikategorikan ke dalam kelompok industri terbesar dunia (*the world's largest industry*) dan memiliki prospek yang menjanjikan bahkan memberikan peluang besar. Berbagai negara termasuk Indonesia turut menikmati dampak dari peningkatan pariwisata dunia. Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak memiliki kekayaan alam yang berpotensi untuk dapat dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata.

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Richard Sihite dalam Marpaung & Bahar, 2000 : 46-47). Pariwisata menurut (Undang-Undang No.10 Tahun 2009 dalam Muljadi, 2009 : 9) adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Sumberdaya alam hayati dan ekosistemnya yang berupa keanekaragaman flora, fauna dan gejala alam dengan keindahan pemandangan alamnya merupakan anugerah Tuhan Yang Maha Esa. Potensi sumberdaya alam dan ekosistemnya ini dapat dikembangkan dan dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi

kesejahteraan rakyat dengan tetap memperhatikan upaya konservasi. Sumberdaya alam yang dapat dimanfaatkan sebagai pelestarian alam dan sekaligus sebagai daya tarik wisata alam, adalah gunung, taman laut, sungai, pantai, flora termasuk hutan, fauna, air terjun, danau dan pemandangan alam. Keindahan alam yang dimiliki oleh Indonesia itulah yang membuat banyak wisatawan yang ingin berkunjung ke Indonesia. Hal ini terlihat pada Tabel 1.1 berikut :

TABEL 1.1
JUMLAH WISATAWAN MANCANEGERA DAN NUSANTARA
DI INDONESIA
TAHUN 2001 – 2010

TAHUN	JUMLAH WISATAWAN MANCANEGERA	JUMLAH WISATAWAN NUSANTARA
2001	5.153.620	103.884
2002	5.033.400	105.379
2003	4.467.021	110.030
2004	5.321.165	111.353
2005	5.002.101	112.701
2006	4.871.351	114.270
2007	5.505.759	115.335
2008	6.429.027	118.213
2009	6.945.499	121.792
2010	7.002.944	124.007

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2010

Tabel 1.1 tersebut menunjukkan bahwa data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang ada di Indonesia dari tahun 2001 sampai dengan 2010 mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Kenaikan yang cukup besar terjadi pada tahun 2008 karena pada tahun tersebut merupakan program *Visit Indonesia Year*. *Visit Indonesia Year* merupakan kebangkitan pariwisata Indonesia yang mengoptimalkan promosi di dalam dan luar negeri agar target kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara Indonesia dapat meningkat.

Visit Indonesia Year dijadikan upaya untuk meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di tingkat nasional maupun di tingkat internasional (Menbudpar dalam Kompas 27 Desember 2007:12). Perkembangan industri pariwisata di Indonesia kini semakin meningkat dengan adanya slogan baru yaitu *wonderful* Indonesia yang semakin meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi daerah-daerah yang ada di Indonesia.

Program *wonderful* Indonesia melibatkan seluruh wilayah yang terdapat di Indonesia salah satunya adalah Provinsi Jawa Barat. Jawa Barat merupakan sebuah provinsi yang berada di bagian barat pulau Jawa. Jawa Barat memiliki keindahan alam yang kaya dan indah, pegunungan, lautan, keberadaan *heritage* yang bernilai seni dan bernilai sejarah tinggi, kerajinan dan kesenian yang khas, pusat jajanan dan panganan serta keramahan masyarakat yang merupakan potensi pariwisata yang dimiliki Jawa Barat. Hal ini terlihat dari data kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang berkunjung ke Jawa Barat. Berikut ini adalah tabel jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara ke Jawa Barat :

TABEL 1.2
JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA DAN NUSANTARA
JAWA BARAT
TAHUN 2006 - 2010

TAHUN	JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA	JUMLAH WISATAWAN NUSANTARA
2006	227.068	23.859.547
2007	238.920	23.782.302
2008	268.978	25.452.040
2009	281.653	26.125.653
2010	289.547	27.476.890

Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2010

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan mancanegara terus meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2007 Jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Jawa Barat sebanyak 238.920 dengan angka pertumbuhan sebesar 5,21% dan terus mengalami perkembangan sehingga pada tahun 2008 jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Provinsi Jawa Barat terus bertambah dengan jumlah 268.978 wisatawan dan angka pertumbuhan sebesar 12,58%, pada tahun 2010 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat terus meningkat dengan jumlah wisatawan sebanyak 289.547 dengan angkanya sebesar 2,80%. Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan ke Jawa Barat terus meningkat dengan adanya slogan *wonderful* Indonesia karena *wonderful* Indonesia mempromosikan jenis-jenis kegiatan wisata yang sekarang sedang merebak di kawasan Jawa Barat sehingga akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Jawa Barat.

Potensi pariwisata Jawa Barat sangat besar untuk dikembangkan diantaranya wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata minat khusus, wisata kuliner, wisata olah raga, wisata belanja dan wisata agro beberapa faktor itulah yang menyebabkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat terus meningkat setiap tahunnya. Provinsi Jawa Barat memiliki 25 Kabupaten yang memberikan alternatif pilihan berwisata yang cukup variatif. Salah satu Kabupaten yang sedang berkembang dengan kepariwistaannya adalah Kabupaten Bandung Barat. Kabupaten yang terletak di sebelah Utara Kota Bandung ini memiliki potensi yang cukup besar untuk mengembangkan kegiatan

kepariwisataannya, berikut ini adalah potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Bandung Barat :

TABEL 1.4
PRODUK PARIWISATA DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

No	Jenis produk yang ada
1	<p>Objek & Daya Tarik Wisata</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alam : - Curug Layung - Curug Tilu Leuwi Opat - Curug Cimahi - Curug Malela - Curug Sawer - Maribaya - Situ Ciburuy - Budaya : - Gua Pawon - Wisata Buatan : - Grafika Cikole - Ciwangun Indah Camp - PT.Putera Alam Kreasi - Cibodas Agrowisata Resort - Lembah Bougenvile - War Games - Natural Hill - Wisata Minat Khusus : - Alam Endah - Ratu Mas Ayu - Kayu Manis - Wiguna's
2	<p>Sarana Pariwisata</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hotel & Penginapan : 45 - Restaurant : 12 - Rumah Makan : 31 - Usaha Perjalanan Wisata : Surya Travel

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung Barat, 2009

Kabupaten Bandung Barat merupakan kabupaten yang baru didirikan pada tahun 2007 yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi pariwisata yang cukup besar untuk dikembangkan dan dilestarikan. Selama perkembangannya, kegiatan pariwisata di Kabupaten Bandung Barat terus berkembang hingga banyak bermunculan berbagai daya tarik wisata baik wisata alam maupun daya tarik wisata buatan.

Banyaknya daya tarik wisata yang terdapat di Kabupaten Bandung Barat menyebabkan banyak wisatawan yang berkunjung ke daerah ini. Hal ini terlihat pada Tabel 1.5 di bawah ini:

TABEL 1.5
JUMLAH WISATAWAN KABUPATEN BANDUNG BARAT
TAHUN 2008 - 2009

TAHUN	JUMLAH WISATAWAN
2008	438.120
2009	481.367

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung Barat, 2010

Tabel 1.5 tersebut dapat menjelaskan meskipun Kabupaten Bandung Barat merupakan sebuah Kabupaten yang sedang berkembang namun mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan menikmati kawasan-kawasan wisata yang terdapat di Kabupaten Bandung Barat. Hal ini terbukti pada tahun 2009 jumlah wisatawan yang mengunjungi Kabupaten Bandung Barat meningkat sebesar 48,13% dari tahun sebelumnya. Dengan potensi alam yang mendukung, kegiatan pariwisata di Kabupaten Bandung Barat dijadikan salah satu sektor yang utama untuk memberikan pemasukan pendapatan asli daerah Kabupaten Bandung Barat. Kondisi Kabupaten Bandung Barat yang masih dalam pertumbuhan membuat setiap daerah khususnya kecamatan berusaha untuk mengembangkan potensi daerahnya masing-masing terutama dalam bidang pariwisata. Salah satu kecamatan yang memiliki potensi cukup besar dalam bidang kepariwisataan dan menjadi primadona di Kabupaten Bandung Barat adalah Kecamatan Lembang.

Kecamatan yang terletak di sebelah utara Kota Bandung ini memiliki beberapa daya tarik wisata unggulan diantaranya adalah daya tarik wisata alam seperti Gunung Tangkuban Perahu, air terjun Maribaya, wisata kuliner seperti sate

kelinci dan ketan bakar, serta wisata agro yang pada saat ini merupakan salah satu keunggulan dari Kecamatan Lembang. Kecamatan Lembang berada diposisi jalur yang cukup strategis, terlewati oleh jalur yang akan menuju Subang, Jakarta dan Indramayu. Hal ini yang menyebabkan Kecamatan Lembang menjadi tempat yang cukup ramai.

Banyaknya orang yang melalui kawasan Lembang dimanfaatkan oleh berbagai pihak untuk mendapatkan keuntungan, berbagai pihak berusaha mengembangkan setiap daerah hingga ke tempat-tempat yang belum banyak dikunjungi. Seiring berjalannya waktu para investor melihat peluang yang besar yang dimiliki oleh daerah-daerah yang terdapat di Kecamatan Lembang, sehingga mereka mendirikan tempat-tempat yang pada awalnya untuk dinikmati sendiri yang kemudian mereka membuat suatu daya tarik wisata agar dapat dinikmati oleh khalayak ramai.

Kawasan di Kecamatan Lembang yang memiliki banyak daya tarik wisata yang sangat mengandalkan potensi alamnya yang besar adalah Desa Cibodas. Desa dengan udara yang sejuk serta memiliki pemandangan yang indah ini terletak di sebelah timur Kecamatan Lembang. Keindahan alam serta sejuknya udara di Desa Cibodas ini menyebabkan banyak orang yang pada awalnya membuat tempat istirahat untuk dinikmati sendiri kemudian dijadikan sebagai sebuah daya tarik wisata yang dapat dinikmati oleh khalayak ramai. Adapun daya tarik wisata yang terdapat di Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat adalah :

TABEL 1.6
OBJEK WISATA DESA CIBODAS

No	Daya Tarik Wisata	Keunggulan
1	Lembah Bougenville <i>Resort</i>	Lembah yang dilengkapi dengan arena bermain anak, restaurant, hanggar, pemancingan, area <i>outbound</i> , <i>cottage</i> , berbagai macam saung, taman burung dan area penjualan sayuran.
2	Cibodas Agowisata <i>Resort</i>	Terdapat kawasan seperti strawbery petik sendiri, kebun asparagus, tanaman-tanaman herbal, <i>cottage</i> , area <i>outbound</i> , kolam renang, area penjualan bunga dan sayuran.
3	Aurelia	Menyediakan <i>cottage</i> dengan perkebunan sayur disekitarnya, kolam renang dan area bermain anak.
4	Fine Forest <i>Camp</i>	Tempat yang di khususkan untuk bercamping dengan fasilitas lainnya seperti <i>outbound</i> , kolam renang, vila dan wisata agro.
5	Tania <i>Adventure</i>	Objek wisata yang berkonsep area <i>camping</i> dan wahana <i>outbound</i> .

Sumber : Data Potensi Desa Cibodas 2010

Berdasarkan Tabel 1.6, dapat dilihat bahwa Desa Cibodas memiliki potensi alam yang baik sehingga membuat daya tarik wisata semakin tinggi dan apabila dikelola serta dikembangkan akan menjadi daya tarik wisata yang menghasilkan keuntungan. Sebagian besar wisatawan mengunjungi Desa Cibodas dikarenakan daya tarik wisata di kawasan Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat mengandalkan kesejukan udara dan keindahan alamnya sehingga setiap daya tarik wisata memiliki fasilitas yang hampir sama. Berdasarkan sumber data Desa Cibodas jumlah kunjungan yang datang ke Desa Cibodas semenjak bertambahnya beberapa daya tarik wisata menyebabkan bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Cibodas. Peningkatan tingkat kunjungan ke Desa Cibodas ini sebagian besar dikarenakan beragamnya daya tarik wisata sehingga dijadikan sebagai preferensi (pilihan) oleh wisatawan.

Keunikan yang dimiliki oleh daya tarik wisata di Desa Cibodas tersebut menjadi pilihan (preferensi) ketika pengunjung akan melakukan kunjungan wisata. Penetapan preferensi tersebut didasarkan oleh beberapa faktor yang mungkin akan dijadikan sebagai pertimbangan, diantaranya adalah motivasi kunjungan, kesukaan, lokasi untuk menempuh objek wisata, aksesibilitas, fasilitas dan lain sebagainya. Wisatawan memilih suatu daya tarik wisata berdasarkan keunikan-keunikan yang dimiliki oleh daya tarik tersebut sehingga sangat dibutuhkan produk wisata yang baik untuk ditawarkan kepada wisatawan karena hal itu akan sangat mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih (preferensi) untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata. Desa Cibodas menawarkan daya tarik wisata yang cenderung sama karena pada umumnya menawarkan keindahan alam yang dimilikinya sehingga suatu daya tarik wisata harus memberikan sesuatu yang berbeda agar wisatawan lebih memilih daya tarik wisata tersebut.

Suparno Saputra (2010) dalam jurnal Pengaruh Produk terhadap Preferensi Konsumen dalam Pembelian, menyatakan bahwa "produk yang berbeda atau unik akan menguasai pasar dan memenangkan persaingan sesuai dengan pendapat Lewitt *The way company manages its marketing can become the most powerful form of differensiasion* (Oddrun Bjorklund, 2006:6). Tidak ada perusahaan yang dapat memenangkan persaingan jika produk yang ditawarkan sama dengan produk lain (Kotler, 2005:338), adapun pengertian preferensi itu sendiri adalah alasan mengapa konsumen harus memilih produk tersebut (Uswatun Chasanah, 2003:5). Keunikan yang ditawarkan oleh suatu daya tarik wisata tidak hanya harus

membuat sesuatu yang baru atau menyimpang sehingga berbeda dengan daya tarik wisata yang lain tetapi dapat dilakukan dengan cara memunculkan kembali (revitalisasi) suatu produk yang sudah mati atau sedikit peminatnya menjadi muncul kembali dan dinikmati oleh para pengunjung karena hal tersebut mempengaruhi keputusan pemilihan (preferensi) wisatawan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dikatakan bahwa preferensi wisatawan merupakan pertimbangan keputusan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik itu faktor selera, motivasi, fasilitas, lokasi, aksesibilitas, tarif harga serta jam kunjungannya (diadaptasi dari Stanton 1996:165). Faktor-faktor pemilihan daya tarik wisata tersebut dijadikan patokan ketika wisatawan disuguhkan pada beberapa pilihan jenis daya tarik di Desa Cibodas. Berdasarkan beberapa daya tarik tersebut terdapat salah satu daya tarik wisata yang dijadikan sebagai preferensi ketika melakukan kunjungan. Daya tarik wisata yang berada di Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat yang merupakan salah satu preferensi adalah daya tarik wisata Lembah Bougenville Resort.

Daya tarik wisata yang terletak di daerah perbukitan Maribaya pada ketinggian 1.205 Meter di atas permukaan laut ini, dikelilingi oleh gunung Bukit Tunggul dan Taman Hutan Raya Ir. H. Juanda serta menghadap ke arah gunung Tangkuban Perahu. Taman wisata Lembah Bougenville *Resort* ini memiliki pemandangan alam yang menarik berupa sebuah lembah yang indah serta objek-objek spesifik lainnya seperti udara yang segar dan lokasi yang menunjang sehingga Lembah Bougenville *Resort* melengkapinya dengan sarana dan prasarana yang dapat mendukung keindahan tempat itu sendiri seperti arena

bermain anak, restaurant, kolam ikan, taman burung hanggar, pemancingan, area *outbound*, *cottage* dan area penjualan sayuran yang kini banyak diminati oleh para wisatawan. Adapun data pengunjung yang datang ke Lembah Bougenville *Resort*:

TABEL 1.7
DATA PENGUNJUNG LEMBAH BOUGENVILLE RESORT :

Tahun	Jumlah	Pertumbuhan
2005	12.871	n/a
2006	14.138	9,84%
2007	12.631	-10,65%
2008	15.005	18,79%
2009	13.837	-7,78%
2010	12.109	-12,48%

Sumber : Lembah Bougenville *Resort*, 2011

Berdasarkan Tabel 1.7 terlihat bahwa jumlah pengunjung Lembah Bougenville *Resort* dari tahun 2005 sampai dengan 2010 mengalami fluktuasi presentase jumlah kunjungan. Angka pertumbuhan yang mengalami penurunan yang cukup besar terjadi pada tahun 2007 yaitu sebesar -10,65%. Hal ini terjadi karena adanya bencana alam longsor yang mengakibatkan sebagian arena bermain mengalami kerusakan. Rusaknya arena bermain di Lembah Bougenville *Resort* cukup mempengaruhi angka kunjungan ke Lembah Bougenville *Resort* tersebut sehingga pada akhir tahun 2007 hingga tahun 2008 pihak manajemen Lembah Bougenville *Resort* melakukan perbaikan strategi untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan dengan cara pengembangan produk dan perbaikan kawasan yang rusak dengan menambahkan beberapa arena bermain dan wahana baru, hal ini menyebabkan jumlah kunjungan ke daya tarik wisata Lembah Bougenville *Resort* mengalami kenaikan sebesar 18,79%, namun pada tahun 2010 jumlah

kunjungan mengalami penurunan sebanyak -12,48% yaitu dari 13.837 pengunjung menjadi 12.109 pengunjung.

Jumlah pengunjung yang datang ke Lembah Bougenville *Resort* mengalami penurunan presentase yang cukup besar yakni -12,48% pada tahun 2009 ke tahun 2010. Terjadinya penurunan jumlah pengunjung ke Lembah Bougenville *Resort* pada tahun 2010 menurut pengelola Lembah Bougenville *Resort* disinyalir salah satu kendalanya yaitu banyaknya para pesaing di kawasan desa Cibodas yang sekarang banyak bermunculan dengan menghadirkan produk-produk yang lebih bervariasi, tidak membosankan dan dapat memberikan jasa yang baik serta faktor alam yang cukup mempengaruhi, hal ini mempengaruhi preferensi pengunjung untuk mengunjungi Lembah Bougenville *Resort*. Fasilitas yang beragam dan penawaran jasa yang bervariasi cukup menarik pengunjung untuk mengunjungi daya tarik wisata tersebut.

Penurunan jumlah pengunjung yang terjadi di Lembah Bougenville *Resort* apabila terus terjadi akan mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi pihak Lembah Bougenville *Resort*. Pemasukan yang didapat akan berkurang karena akan banyak pengunjung yang lebih memilih daya tarik wisata lain dibandingkan mengunjungi daya tarik wisata Lembah Bougenville *Resort*. Selain pemasukan yang didapat akan berkurang, hal terburuk yang akan terjadi adalah terjadinya kebangkrutan. Ini dapat menjadi acuan pihak manajemen Lembah Bougenville *Resort* untuk lebih meningkatkan segala hal baik itu berupa fasilitas, program kerja dan cara kerja manajemen agar jumlah pengunjung yang datang ke Lembah Bougenville *Resort* meningkat kembali bahkan melebihi tahun-tahun

sebelumnya. Dalam upaya meningkatkan kembali jumlah pengunjung, pihak Lembah Bougenville Resort melakukan beberapa upaya atau program untuk meningkatkan serta mempertahankan tingkat kunjungan. Beberapa upaya yang dilakukan Lembah Bougenville Resort diantaranya :

TABEL 1.8
PROGRAM YANG DILAKUKAN LEMBAH BOUGENVILLE RESORT

No	Program	Usaha yang dilakukan perusahaan	
		Sebelum	Sesudah
1.	Promosi	a. Tidak adanya sarana promosi seperti <i>website</i> dan brosur yang dibuat sangat sederhana. b. Tidak ada marketing <i>freeland</i>	a. Memperbaiki sarana promosi yang sudah ada seperti memperbaiki tampilan <i>website</i> dan memperbaiki tampilan brosur. b. Menambah jumlah marketing <i>freeland</i> dan menenempatkannya di daerah Bandung dan Jakarta.
2.	Harga	a. Harga Villa yang semula disamakan antara <i>weekday</i> dan <i>weekend</i> kini mengalami perbedaan.	a. Harga pada saat <i>weekday</i> lebih murah dibandingkan dengan harga pada saat <i>weekend</i> .
3.	Produk	a. Fasilitas yang ditawarkan : - Tempat makan hanya berupa ruang makan seadanya/sederhana - Pada taman burung, burung yang ada hanya beberapa jenis - Area <i>playground</i> yang seadanya dan dengan fasilitas yang masih sederhana. - <i>Shelter</i> pada awalnya hanya terdapat dua buah. - Pada awalnya tidak ada hari khusus untuk	a. Lembah Bougenville Resort mengembangkan dan memperbaiki beberapa fasilitas yang ditawarkan seperti: - Ruang makan yang seadanya dan sederhana kemudian di kembangkan menjadi cafe yang lebih menarik. - Penambahan jenis dan jumlah burung pada taman burung dan taman kakatua. - Perluasan area <i>playground</i> . - Penambahan <i>shelter</i> . - Kebersihan yang selalu diperhatikan dan

		<p>melakukan kebersihan.</p> <p>b. Pada bidang jasa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sumber Daya manusia yang terdapat di Lembah Bougenville <i>Resort</i> belum terlatih dan hanya dari lingkungan terdekat lokasi. - Hanya terdapat beberapa karyawan di tempat-tempat tertentu. - <i>Briefing</i> dilakukan satu minggu sekali. - Pelayanan <i>outbound</i> mulanya hanya dengan satu instruktur dan dengan peralatan yang masih sederhana. - Keramahan karyawan belum begitu diperhatikan. - Akses yang dilalui masih belum memadai. 	<p>ditingkatkan dilakukan hari khusus kebersihan pada hari senin.</p> <p>b. Lembah Bougenville <i>Resort</i> melakukan perbaikan pada jasa, diantaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menambah dan mencari Sumber Daya Manusia (SDM) / karyawan yang sesuai pada bidangnya dan mengutamakan pendidikannya. - Penempatan karyawan yang memberikan jasa kepada konsumen secara langsung. - Selalu melakukan <i>breifing</i> sebelum daya tarik wisata dibuka. - Pelayanan <i>outbound</i> dengan instruktur terlatih. - Keramahan karyawan yang selalu diperhatikan. - Memperbaiki seluruh akses yang menuju kawasan Lembah Bougenville <i>Resort</i>.
--	--	--	---

Bermunculannya daya tarik wisata baru di kawasan Desa Cibodas pada mulanya cukup mempengaruhi tingkat kunjungan di Lembah Bougenville *Resort* namun hal itu tidak berlangsung lama karena pihak Manajemen Lambah Bougenville *Resort* melakukan beberapa upaya revitalisasi produk dalam mempertahankan produk dan jasa yang ditawarkannya. Menurut Gamal Suwanto (2004:48) produk wisata merupakan gabungan dari berbagai

komponen, antara lain : atraksi suatu daerah tujuan wisata, fasilitas/amenitas yang tersedia, aksesibilitas ke dan dari daerah tujuan wisata.

Lembah Bougenville *Resort* akan terus melaksanakan perbaikan manajemen serta melaksanakan perubahan pada produk dan jasanya untuk menarik lebih banyak pengunjung yang diharapkan dapat mengurangi beragam kendala yang dihadapi Lembah Bougenville *Resort*. Setiap perusahaan harus menciptakan strategi yang akan membantu menunjang, meningkatkan dan mempertahankan posisi produk tersebut dalam pasar sasarannya. Strategi revitalisasi merupakan salah satu keputusan penting yang dapat dilakukan oleh Lembah Bougenville *Resort* melalui produk wisata yang merupakan suatu alat utama untuk mencapai posisi tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Revitalisasi merupakan upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan yang dulunya pernah hidup, akan tetapi mengalami kemunduran. Revitalisasi produk wisata dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar wisatawan memilih (preferensi) Lembah Bougenville *Resort* sebagai tujuan kunjungannya. Menurut Nindyo Suwarno (2008:414) pengembangan revitalisasi suatu kawasan yang meliputi analisis produk wisata dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi suatu tujuan wisata.

Revitalisasi produk wisata dapat menentukan keputusan pengunjung dalam memilih daya tarik wisata mana yang akan dikunjungi, suatu daerah tujuan wisata akan dapat menarik minat pengunjung apabila daerah tujuan wisata tersebut dapat menyajikan produk wisata yang baik dan unik. Semakin baik dan unik produk wisata yang diberikan oleh suatu daya tarik wisata, maka akan lebih

banyak pengunjung yang datang berkunjung ke daya tarik wisata tersebut yang nantinya akan meningkatkan jumlah pengunjung ke daya tarik wisata tersebut (Sayid Abdul Karim 2010:2).

Lembah Bougenville *Resort* terus berusaha merevitalisasi produk wisata yang ditawarkannya agar dapat menarik minat pengunjung untuk mengunjungi Lembah Bougenville *Resort*. Melalui revitalisasi produk wisata yang baik akan meningkatkan preferensi (pilihan) mengunjungi Lembah Bougenville *Resort*. Berdasarkan latar belakang di tersebut, maka perlu dilakukan penelitian oleh penulis dengan judul **Pengaruh Revitalisasi Produk Wisata Terhadap Preferensi mengunjungi Lembah Bougenville *Resort*** (Survei pada Pengunjung Lembah Bougenville *Resort* di Desa Cibodas).

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana revitalisasi produk wisata yang terdapat di Lembah Bougenville *Resort* ?
2. Bagaimana gambaran preferensi mengunjungi Lembah Bougenville *Resort* ?
3. Bagaimana pelaksanaan revitalisasi produk wisata terhadap preferensi mengunjungi Lembah Bougenville *Resort* ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk memperoleh temuan mengenai revitalisasi produk wisata di Lembah Bougenville *Resort*.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai preferensi wisatawan untuk mengunjungi Lembah Bougenville *Resort*.
3. Untuk memperoleh model revitalisasi produk wisata terhadap keputusan berkunjung ke Lembah Bougenville *Resort*.

1.4 Kegunaan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak maka tujuannya yaitu :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan dan masukan pada pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata khususnya mengenai revitalisasi produk wisata terhadap preferensi mengunjungi dan dapat bermanfaat sebagai media untuk penerapan ilmu-ilmu yang telah di dapat dan dipelajari serta diharapkan dapat memperluas wawasan serta menambah pengetahuan.

2. Kegunaan Praktis

a. Kegunaan untuk Lembah Bougenville Resort

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan berupa informasi kepada Lembah Bougenville Resort dan dijadikan pertimbangan dalam pengembangan program pemasaran khususnya program revitalisasi

produk wisata dalam meningkatkan preferensi mengunjungi Lembah Bougenville Resort.

b. Kegunaan untuk pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pembaca yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Lembah Bougenville resort.

