

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sektor pariwisata merupakan salah satu potensi produktif yang sampai saat ini terus dikembangkan sebagai sumber pendapatan. Karakteristik alam dan tata nilai kehidupan masyarakatnya sangat memungkinkan untuk dikembangkan sebagai potensi wisata. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa pariwisata merupakan kegiatan usaha terbesar di dunia saat ini dan telah berkembang secara cepat. Dengan berhasil ditemukannya alat transportasi yang lebih cepat dan lebih besar daya muatnya, menjadikan daerah-daerah tujuan wisata yang sebelumnya dianggap jauh menjadi lebih dekat. Meningkatnya perjalanan tersebut mendorong timbulnya kebutuhan bagi penyediaan fasilitas-fasilitas pariwisata.

Kepariwisataan di Indonesia saat ini memberikan dorongan bagi industri-industri yang bergerak di bidang pariwisata. Pengembangan kepariwisataan di Indonesia dapat membuka peluang baru untuk pembangunan sarana dan prasarana kepariwisataan.

Sebagai salah satu sektor prioritas ASEAN, kinerja pariwisata ASEAN pada tahun 2008 menunjukkan pertumbuhan yang positif, meskipun tantangan yang dihadapi akibat krisis keuangan global dan situasi politik di beberapa Negara Anggota ASEAN. ASEAN menarik lebih dari 65 juta wisatawan pada akhir 2008 dengan peningkatan pada tahun-tahun lebih dari 5,1% dibandingkan dengan tahun 2007 dan menerima lebih dari 59 Juta.

Kepariwisata di Indonesia memberikan dorongan langsung terhadap kemajuan-kemajuan pembangunan atau perbaikan pelabuhan-pelabuhan (laut atau udara), jalan-jalan raya, pengangkutan setempat, program-program kebersihan atau kesehatan, pilot proyek sasana budaya dan kelestarian lingkungan dan sebagainya. yang kesemuanya dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik bagi masyarakat dalam lingkungan daerah wilayah yang berkepariwisataan juga dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang atau maju ekonominya, dimana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan ditengah-tengah industri lainnya.

Berikut ini adalah pertumbuhan wisatawan Nusantara yang datang ke Indonesia pada tahun 2004 hingga 2010 yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 di bawah ini.

TABEL 1.1
PERTUMBUHAN WISATAWAN NUSANTARA
TAHUN 2004-2010

TAHUN	WISNUS (ribuan orang)	PERJALANAN (ribuan)	TOTAL PENGELUARAN (triliun Rp)
2004	111.352	202.763	71,70
2005	112.701	198.359	74,72
2006	114.270	204.553	88,21
2007	115.335	222.389	108,96
2008	117.213	225.041	123,17
2009	119.944	229.731	137,91
2010	122.312	234.377	150,49

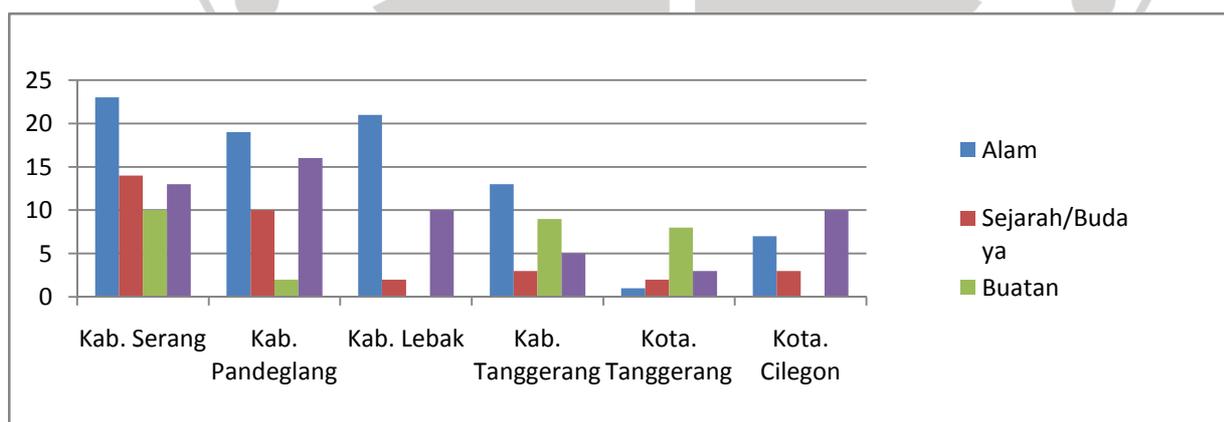
Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2011

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut, jika dibandingkan dengan wisatawan yang berkunjung ke Indonesia pada tahun 2005 sampai 2010 mengalami peningkatan terus menerus ini diakibatkan masyarakat Indonesia perlu yang namanya berwisata. Hal ini dapat membuktikan bahwa perkembangan wisatawan di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan, ini membuktikan adanya upaya pemerintahan Indonesia terhadap pengembangan serta pembangunan pariwisata di Indonesia, dan mempromosikan kawasan wisata yang ada di Indonesia.

Berbagai upaya peningkatan dan pengembangan potensi produk dan pasar pariwisata telah dilakukan. Salah satunya adalah melalui program “Visit Indonesia Year” mendapatkan target kunjungan wisata sebesar 7 juta wisatawan internasional dengan target perolehan devisa sebesar USD 6,7 milyar. Kinerja dari program tersebut, tampaknya memberikan hasil yang cukup menggembirakan, sehingga pada tahun 2011, target tersebut ditingkatkan menjadi 8 juta wisatawan Internasional dengan angka perolehan devisa sebesar USD 8 milyar. Membahas mengenai perkembangan pariwisata, tidak terlepas dari kinerja bisnis dan industri pariwisata, diantaranya meliputi: bidang usaha akomodasi, penyedia makanan dan minuman, dan bidang usaha terkait lainnya. Hal ini pula terdapat di Provinsi Banten yang memiliki perkembangan pariwisata yang sangat pesat ini terlihat dari banyaknya potensi objek wisata yang terletak di provinsi Banten yang memberikan pilihan kepada wisatawan untuk datang dan berwisata di provinsi Banten.

Provinsi Banten secara geografis berada di bagian barat Pulau Jawa dan berdekatan langsung dengan Pulau Sumatera. Provinsi Banten juga dekat dengan Jakarta sebagai pusat Ibu Kota Negara. Secara garis besar potensi wisata di Banten terdiri dari: Situs Banten Lama (Kerajaan Banten), Keindahan Pantai (Anyer, Carita dan Tanjung lesung), Aktraksi dan Kultur Tradisional (Aktraksi Debus dan Masyarakat Badui), Gunung dan Sumber Air Panas, Areal Konservasi (Taman Nasional Ujung Kulon, Cagar Alam Pulau Dua, Taman Wisata Pulau Sangiang) Danau (Rawa Danau) dan Gunung Berapi Krakatau di Selat Sunda, yang sangat cocok untuk para wisatawan Nusantara maupun mancanegara untuk beristirahat dan berrekreasi. ini terlihat dari banyaknya objek wisata yang ada di Banten seperti Pantai serta wisata alam dan wisata budayanya.

Sementara itu untuk mencapai Objek Wisata di daerah Banten pintu masuk Bandara Soekarno-Hatta merupakan akses satu-satunya yang terdekat untuk wisatawan Mancanegara sedangkan untuk wisatawan Nusantara banyak akses yang menghubungkan ke objek wisata di provinsi Banten.



Sumber: RIPPDA Provinsi Banten

GAMBAR 1.1
POTENSI KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA PROVINSI
BANTEN

Menurut data pada Gambar 1.1 Pengembangan Pariwisata Provinsi Banten diidentifikasi atas 204 Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi Banten. Terdiri dari 84 Obyek Wisata Alam, 34 Obyek Wisata Sejarah dan Budaya, 24 Obyek Wisata Buatan, dan 9 Obyek Wisata *Living Culture*. Sebanyak 71 DTW (34,8%) merupakan kawasan wisata yang telah berkembang baik dalam skala nasional maupun internasional. Sementara itu sekitar 100 DTW (49,0%) merupakan Obyek Wisata yang potensial untuk dikembangkan. Pola pengembangan pariwisata Provinsi Banten meliputi 18 kawasan, diantaranya Pantai Barat, Kawasan Wisata Pantai Selatan, Kawasan Wisata Pantai Utara, Kawasan Wisata Ziarah, Kawasan Wisata Taman Nasional Ujung Kulon (TNUK) serta Pulau dan Anak Gunung Krakatau, dan lain-lain. Melihat berbagai potensi keindahan alam yang dimiliki oleh Provinsi Banten sangat besar, dengan jarak ke wilayah perkotaan di Jakarta dan wilayah lainnya diharapkan membuat Banten menjadi tujuan wisatawan yang populer.

Provinsi Banten memiliki potensi obyek wisata yang cukup banyak serta menarik untuk dinikmati. Hal ini membuat para wisatawan tertarik untuk datang dan berkunjung ke obyek-obyek wisata yang ada di wilayah-wilayah di Provinsi Banten. Ini terlihat dari jumlah Wisatawan yang datang ke obyek-obyek wisata yang ada di wilayah Provinsi Banten pada kurun waktu 3 Tahun sejak 2008-2011, ini terlihat pada Tabel 1.2 di bawah.

TABEL 1.2
JUMLAH WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE PROVINSI BANTEN
PERIODE 2008-2011

Tahun	Kunjungan Wisatawan		Total
	Wisnus	Wisman	
2008	24,123,000	112,732	24,235,732
2009	49,923,971	134,612	50,058,583
2010	48,042,531	148,046	48,190,577
2011	46.438.654	139.164	46,577,818
JUMLAH	122,089,502	395,390	169,062,710

Sumber: Pemerintah Kab/kota se-Provinsi Banten

Pada Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pada tahun 2008-2009 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Banten mengalami peningkatan dari 24,235732 menjadi 50.058.583 ini dikarenakan pada tahun-tahun tersebut objek-objek wisata yang ada di Provinsi Banten tidak mengalami isu-isu negatif hal ini juga diperkuat oleh pernyataan kepala Disbudpar Provinsi Banten yang menyatakan bahwa wisatawan yang datang ke Banten pada tahun tersebut mengalami peningkatan itu dikarenakan objek wisata di Provinsi Banten dirasa aman dan cocok untuk dikunjungi, dan di tahun 2010 jumlah kunjungan wisata yang datang ke Banten mengalami penurunan yaitu sebesar 48,190,577, dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2011 yaitu sebesar 46,577,818, penurunan jumlah wisatawan tersebut diakibatkan oleh adanya aktifasi gunung Krakatau yang mengakibatkan jumlah kunjungan yang datang ke objek wisata di Provinsi Banten mengalami penurunan.

Karena adanya aktifasi gunung Krakatau, cuaca yang kurang bersahabat serta lain sebagainya kegiatan pariwisata di pantai-pantai yang ada di Banten pun mengalami penurunan selain itu juga kurangnya penataan dari objek tersebut hal ini

yang menimbulkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Banten mengalami penurunan.

Provinsi Banten merupakan salah satu destinasi yang memiliki potensi wisata yang sangat besar. Selain terkenal dengan wisata sejarah dan budaya melalui atraksi wisata berupa wisata ziarah. Salah satu wisata di Banten yang juga banyak diminati ialah wisata pantainya yang sangat luas dan juga besar. Berikut ini data kawasan Pariwisata Provinsi Banten, yang disajikan Pada Tabel 1.3 di bawah.

TABEL 1.3
POTENSI OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA DI PROV. BANTEN

No	Potensi Objek dan Daya Tarik Wisata			
	Alam		Sejarah/Budaya	Buatan
	Pantai	Pegunungan		
1	Anyer	Gunung Krakatau	Banten Lama	Cikole
2	Carita	Wisata Pegunungan	Makan syah	Cikoromoy
3		Gunung Santri	Baduy	Hiburan Malam
4		Pulosari	Batu Kawung	Pulo Umang
5				Kolam Renang

Sumber : Modifikasi Neraca Satelit Pariwisata Daerah Provinsi Banten

Berdasarkan data diatas memperlihatkan keberagaman objek dan daya tarik wisata yang ada di Provinsi Banten. Pada Tabel 1.3 tersebut memperlihatkan bahwa kawasan pantai merupakan salah satu objek wisata yang berada di kawasan Banten yang paling banyak diminati oleh wisatawan. Pantai Anyer dan pantai Carita Merupakan Kawasan yang memiliki potensi wisata alam dalam klasifikasi pantai yang baik. Pantai Anyer dan pantai Carita merupakan pantai di wilayah Banten yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Serang. Pantai

Anyer dan pantai Carita memiliki daerah yang strategis dan juga area yang sangat besar dan luas.

TABEL 1.4
FASILITAS DI PANTAI ANYER DAN PANTAI CARITA

N0	Fasilitas	Jumlah	
		Anyer	Carita
1	Kondominium	4	3
2	Banana Boat	3	3
3	Jet-sky	5	5
4	Kantor Informasi	1	1
5	Pondok Wisata	10	20
6	Rumah Makan	1	1
7	Speed boat	4	3
8	Perahu Motor	25	30
9	Pos Penjualan Tiket	1	1
10	Arena Bermain Anak	1	0
11	Hotel	15	8

Sumber: Modifikasi Pengelola DISBUDPAR Kab.Serang Banten Tahun 2011

Berdasarkan Tabel 1.4 terdapat beberapa fasilitas penunjang yang dimiliki oleh Pantai Anyer dan pantai Carita, dengan fasilitas tersebut dapat menjadikan suatu daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi Pantai Anyer dan pantai Carita, adapun tingkat kunjungan ke Pantai Anyer dan pantai Carita adalah sebagai berikut.

TABEL 1.5
DATA TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN PANTAI ANYER DAN
CARITA TAHUN 2008-2011

No	Objek Wisata	Tahun			
		2008	2009	2010	2011
1	Anyer	10.967.344	14.171.584	10.953.433	10.065.154
2	Carita	3.965.978	4.049.739	10.131.041	10.312.323

Sumber : Pengelola DISBUDPAR Kab.Serang

Berdasarkan Tabel 1.5 menyatakan bahwa jumlah wisatawan yang datang ke Pantai Anyer lebih besar dibandingkan dengan jumlah wisatawan ke Pantai Carita, ini terlihat jelas pada kunjungan wisatawan dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2009 mengalami peningkatan jumlah wisatawan, pada tahun 2008 jumlah wisatawan sebesar 10.967.344 sedangkan pada tahun 2009 meningkat menjadi 14.171.584, hal ini berbanding terbalik dengan jumlah wisatawan ke Pantai Carita yang mengalami penurunan, akan tetapi jumlah wisatawan yang datang ke pantai Carita mengalami peningkatan yang sangat signifikan ini diakibatkan karena pantai Carita sendiri banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik yang datang dari daerah Banten maupun luar banten yang rata-rata memiliki tingkat ekonomi yang rendah sampai menengah, sedangkan untuk pantai Anyer pada tahun 2011 mengalami penurunan dibandingkan dengan jumlah wisatawan pada tahun 2010 yang sekitar 10.953.433 menjadi sekitar 10.065.154 jumlah wisatawan yang datang ke pantai Anyer dari total wisatawan tersebut sekitar 60% wisatawan yang menginap ke pantai Anyer berbanding dengan jumlah wisatawan yang menginap di pantai Anyer pada tahun 2008 dan juga 2009 jumlah wisatawan yang menginap ke pantai Anyer dari semula pada tahun 2008 mencapai sekitar 70% dan pada

tahun 2009 sekitar 95% baik itu menginap di Hotel, pondok wisata, kondominium dan lain sebagainya yang ada di seputaran pantai Anyer, sedangkan dari tahun 2010 sampai dengan 2011 pantai Anyer kembali mengalami penurunan dari semula 10.953.433 menjadi 10.065.154. Penurunan jumlah wisatawan ini diakibatkan adanya aktifitas gunung Krakatau yang memberikan kesan tidak nyaman untuk wisatawan datang ke pantai Anyer, serta pengelolaan dari pihak pengelola yang kurang terpantau.

Dilihat dari jumlah kunjungan yang datang ke pantai Anyer ini menunjukkan bahwa perlu adanya pengelolaan yang baik agar jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke pantai Anyer bisa terus meningkat pada tahun 2012 yang ditargetkan mencapai angka 20.000.000 sedangkan untuk wisatawan yang menginap ditargetkan mencapai angka 95% jumlah wisatawan oleh pihak pengelola. Salah satu caranya yaitu dengan perbaikan fasilitas, sarana serta prasarana penunjang lainnya serta pembentukan *image* yang baik kembali dimata konsumennya yang sempat melemah, karena pembentukan *image* memerlukan perhatian secara khusus dari para pemasar dan pengelola yang merupakan salah satu faktor yang penting bagi konsumen untuk melakukan kunjungan pada suatu objek wisata, dimana *image* tersebut dibentuk dari adanya suatu *Brand* yang kuat hal ini dikemukakan oleh Betchel (Trave Edisi Khusus: 1/2008/12), mengemukakan pengertian merek sebagai berikut, “ Merek (*Brand*) yang kuat sudah tentu menciptakan kepercayaan dan *Image* Kualitas yang lebih baik ketimbang merek yang tidak terkenal”. Hal ini sebanding dengan *Brand* Pantai Anyer yang sudah sangat dikenal oleh wisatawan baik Nusantara maupun

Mancanegara, untuk itu guna meningkatkan *Image* dari pantai Anyer perlu adanya suatu upaya untuk menumbuhkan suatu *Brand Image* dalam benak wisatawan.

Brand image merupakan aset bagi suatu objek wisata, karena di dalamnya mengandung janji, kepercayaan wisatawan pada suatu *brand*. *Brand image* yang positif dapat membangun kredibilitas wisatawan terhadap merek, selain itu juga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung. Oleh karena itu, objek wisata harus berusaha menciptakan *brand image* yang baik dimata konsumennya karena merek sangat berguna untuk memudahkan pengunjungnya dalam mengambil keputusan untuk berwisata pada suatu objek wisata. Upaya untuk menciptakan *brand image* yang baik dimata wisatawan akan menimbulkan wisatawan melakukan kunjungan karena fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan wisatawan.

Merek atau *image* yang terkenal tersebut juga menjadi salah satu alasan atau motivasi wisatawan untuk berkunjung. Citra yang baik dari suatu objek wisata dapat mendorong proses kunjungan wisatawan terhadap produknya. Walaupun keputusan berkunjung dapat dipengaruhi bermacam-macam dorongan namun produsen dapat memperbesar kecenderungan tersebut dengan berbagai cara, salah satunya dengan citra merek yang baik.

Kepopularitasan *Brand* pantai Anyer lebih besar dibanding dengan pantai Carita, bukan hanya itu keunikan variasi serta kualitas dari pantai Anyer juga lebih baik dibanding dengan pantai Carita. Hal ini membuktikan bahwa pantai Anyer memiliki *Brand image* yang kuat dan baik yang mempengaruhi wisatawan untuk datang ke pantai Anyer akan tetapi pada tahun terakhir yaitu pada tahun 2011 jumlah wisatawan yang datang ke pantai Anyer mengalami penurunan

dibanding tahun 2010 dan pada tahun 2008 sampai dengan 2009. Oleh karena itu, pengelola pantai Anyer harus lebih meningkatkan kualitas dari pantai Anyer itu sendiri melalui Fasilitas maupun sarana prasarana untuk itu pantai Anyer harus menggunakan berbagai strategi dalam era persaingan antar merek tersebut.

Pantai Anyer memiliki keunikan dan juga keunggulan dibanding dengan pantai Carita yaitu ombak yang bervariasi sehingga cocok untuk ber-*surfing*, terdapat mercusuar yang mengarah ke pantai agar dapat melihat pemandangan pantai Anyer, lokasinya yang tepat dengan anak gunung Krakatau sehingga pengunjung bisa melihat selain itu juga disediakan fasilitas bagi pengunjung yang ingin menikmati anak gunung Krakatau dari dekat, serta dapat menikmati pesona alam yang ditawarkan Karang Bolong yang sarat nilai historis, sedangkan untuk pantai Carita sendiri memiliki fasilitas yang ditawarkan yaitu pantainya yang luas bisa juga menikmati anak gunung Krakatau dari dekat, menikmati sunset selain itu juga di pantai Carita terdapat Fasilitas penunjang lainnya seperti sarana bermain air di pantai yang tidak kalah dengan pantai Anyer, di bawah ini beberapa faktor dan pendapat wisatawan yang datang ke pantai Anyer dan pantai Carita, melalui data sekunder *brand image* di pantai Anyer dan pantai Carita:

TABEL 1.6
PENDAPAT WISATAWAN YANG DATANG KE PANTAI ANYER
DAN PANTAI CARITA.

No	Sumber	Anyer	Carita
1	http://wisatamelayu.com/id/object/593/525/pantai-anyer/&nav=geo	Yusriandi: Pantai Anyer sangat favorit karena didukung kualitas, fasilitas, serta keunikan yang lengkap, <i>resferentatif</i> dan fasilitas seperti <i>Home stay</i> , wisma, hotel, <i>resort</i> , <i>cottage</i> dan villa serta fasilitas lain.	

2	http://pandeglang.dagdigdug.com/2009/09/18/sekilas-tentang-pantai-anyer/	posting wisatawan: pantai anyer sangat berbeda dengan Carita, Anyer memiliki kualitas, variasi serta keunikan pemandangan yang menarik seperti menikmati <i>sunset</i> , anak gunung Krakatau, karang bolong serta mercusuar yang sarat nilai historis.	Pantai Carita memiliki pantai yang landai, dengan ombak yang kecil, kawasan pantai dipenuhi villa dan bungalow milik perorangan.
3	http://bloginfo99.blogspot.com/2010/12/keistimewaan-pantai-anyer.html	Memiliki keunikan menikmati sunset, anak gunung Krakatau, karang bolong serta mercusuar	Pantai yang landai, ombak yang kecil, dipenuhi villa dan bungalow milik perorangan.
4	http://desnantara-tamasya.blogspot.com/2011/04/pantai-anyer-dan-pantai-carita.html	Pantai anyer indah, infrastruktur baik penginapan beragam.	Pantai yang landai, pantai berupa karang-karang tapi tidak terjal.
5	KOMPAS 2 Maret 2005	Anyer menjadi alternatif "taman bermain" orang-orang Jakarta.	

Sumber: Internet

Tabel 1.6 menyatakan bahwa pantai Anyer memiliki kualitas, variasi serta keunikan yang berbeda dengan pantai Carita dari segi Fasilitas dan lain-lainnya, selain itu di pantai Carita memiliki pantai yang landai dengan ombak yang kecil, Sebagian besar kawasan pantai dipenuhi villa dan bungalow milik perorangan, ini mengakibatkan wisatawan dari tahun ke tahun lebih tertarik ke pantai Anyer dibandingkan pantai Carita akan tetapi jumlah wisatawan yang datang ke pantai Anyer pada tahun 2011 mengalami penurunan yang hampir sama dengan jumlah wisatawan yang datang ke pantai Carita. Untuk itu pantai Anyer agar jumlah wisatawannya kembali meningkat harus melakukan perubahan yang besar agar memiliki *Brand Image* yang kembali tinggi bagi pengunjung. Untuk itu dalam upaya meningkatkan jumlah wisatawan ke pantai Anyer, pantai Anyer sendiri

dihadapkan pada suatu permasalahan untuk dapat meningkatkan *Brand Image* wisatawan. Maka dari itu pihak pengelola berupaya meningkatkan *Brand Image* pantai Anyer melalui program yaitu, promosi, peningkatan mutu pelayanan dan produk wisata, pengembangan kawasan-kawasan pariwisata dan produk-produk baru, dan kerena melihat dari fasilitas produk yang bervariasi serta pemandangan alam yang ditawarkan yaitu berupa bisa melihat *Sunset* dari mercusuar, gunung Krakatau yang sangat terkenal yang bisa di lihat dan dinikmati secara dekat serta karang bolongnya yang penuh keindahan, serta fasilitas bermain air di pantai yang dapat dirasakan melalui panca indra serta emosi dari setiap wisatawan yang datang berkunjung maka untuk itu diperlukan suatu program yang lebih bisa meningkatkan wisatawan untuk datang dan menginap di pantai Anyer dan juga agar *Brand Image* dari pantai Anyer tersebut meningkat yaitu dengan melalui strategi Produk Wisata yang didalamnya terdiri dari atraksi, aksesibilitas, dan amenities, kepada wisatawan agar dapat mengunjungi kembali Pantai Anyer. Menurut Gamal Suwanto (2004:48) Produk wisata bukanlah suatu produk yang nyata. Produk ini merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat sosial, psikologis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkah laku ekonomi. Berdasarkan hal tersebut maka produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan (segi ekonomis), jasa masyarakat (segi sosial/psikologis) dan jasa alam.

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

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

Dalam meningkatkan *Brand Image* kepada pengunjung pengelola dapat melakukan sebuah pendekatan pemasaran yaitu strategi produk wisata karena sesuai dengan program yang dilakukan oleh Pantai Anyer dimana pengelola berupaya memberikan pengalaman menarik serta menawarkan suatu produk yang berbeda dengan yang di tawarkan oleh pantai lain di Banten pada wisatawan.

Dalam hal ini strategi produk wisata yang ditawarkan pengelola kepada para wisatawan selain keindahan anak Gunung Krakatau, mercusuar, serta Karang Bolong juga menawarkan yaitu melalui wisata rekreasi yaitu wisatawan dapat menikmati keindahan alam pantai tanpa harus menginap, sarana olahraga seperti voli pantai, sepak bola pantai, wisata Bahari seperti menyelam, berselancar, berlayar ke anak gunung krakatau, serta memancing selain itu juga disekitaran pantai Anyer juga disediakan jalur *Treking* dan juga mini mono rall setinggi 4m

yang mengelilingi seputaran pantai anyer untuk dapat melihat pantai anyer dari ketinggian selain juga melalui mercusuar yang di sediakan oleh pengelola, dari fenomena diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa Strategi produk wisata yang di tawarkan pun mengacu kepada atraksi, amenitas, dan aksesibilitas, ini dikarenakan di pantai Anyer memiliki keunikan seperti dapat menikmati *sunset*, dapat melihat anak gunung Krakatau, dapat menikmati permainan air di pantai sehingga wisatawan yang datang bisa menikmati keindahan pantai Anyer. Strategi tersebut dinilai cocok untuk digunakan, dimana DISBUDPAR ingin menyampaikannya melalui simbol-simbol yang dapat menciptakan sebuah kesan bagi tiap individunya. Untuk menciptakan kesan yang kuat, baik melalui iklan, *packaging*, ataupun *website*, selain itu juga pengelola ingin menyentuh/menawarkan kepada para wisatawan dengan suatu fasilitas yang berbeda dengan pantai lain yang bukan sekedar menyangkut keindahan, melalui cara memprasarani fasilitas-fasilitas penunjang dari objek-objek serta fasilitas-fasilitas yang ditawarkan seperti memprasarani wisatawan untuk berkunjung dan lebih dekat melihat gunung Krakatau serta memprasarani wisatawan yang ingin datang dan melihat Karang Bolong, ini dimaksudkan agar para wisatawan merasa puas dengan produk wisata yang ditawarkan setelah datang ke Pantai Anyer, maka suasana hati dan emosi jiwa yang mampu membangkitkan kebahagiaan dari para wisatawannya setelah datang ke Pantai Anyer ini untuk itu di gunakan strategi produk wisata itu dapat tercipta suatu rasa puas dan nyaman dalam benak para wisatawan yang datang ke pantai Anyer. Untuk itu pengelola dalam hal ini DISBUDPAR Kab. Serang melakukan strategi produk wisata.

Pendekatan ini dinilai sangat efektif karena sejalan dengan perkembangan jaman dan teknologi, selain itu untuk menciptakan suatu kepuasan serta untuk meningkatkan *Brand image*, para pemasar lebih menekankan diferensiasi produk untuk membedakan produknya dengan produk pesaingnya. Dengan strategi produk wisata wisatawan akan mampu membedakan produk dan jasa yang satu dengan yang lain karena dapat merasakan serta memperoleh pengalaman secara langsung, sebelum serta ketika mereka datang ke sebuah produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan pernyataan serta fenomena diatas, maka penulis perlu mengadakan penelitian dengan judul ” Pengaruh Produk Wisata untuk Meningkatkan *Brand Image* Pantai Anyer” survei dilakukan terhadap Wisatawan Nusantara yang datang ke Pantai Anyer.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian yang berjudul pengaruh Produk Wisata yang ditawarkan Pantai Anyer untuk meningkatkan *Brand Image* wisatawan adalah sebagai Berikut:

1. Bagaimana gambaran produk wisata di Pantai Anyer.
2. Bagaimana gambaran *Brand Image* di Pantai Anyer.
3. Bagaimana pengaruh produk wisata di pantai Anyer terhadap *Brand Image* wisatawan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan penelitian pada Objek Wisata Pantai Anyer :

1. Untuk memperoleh temuan tanggapan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Anyer mengenai Produk wisata pada Pantai Anyer.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai pandangan wisatawan terhadap *Brand Image* Pantai Anyer.
3. Memperoleh temuan tanggapan wisatawan yang berkunjung ke pantai Anyer mengenai pengaruh produk wisata terhadap *Brand Image* pada pantai Anyer.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini terdiri dari 2 jenis. Antara lain kegunaan praktis dan kegunaan teoritis.

1. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Pantai Anyer dalam upaya pembentukan produk wisata dalam meningkatkan *Brand Image* wisata dalam upaya pola yang diambil wisatawan untuk datang dan berkunjung ke Pantai Anyer.

2. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah, sebagai kajian pengembangan ilmu pemasaran dalam hal ini strategi pemasaran dan dalam hal ini lebih memfokuskan pada program strategi pemasaran yang berupa produk wisata dan juga *Brand Image*. Kegunaan lainnya yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan khususnya mengenai materi yang peneliti tulis.