

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia wisata di Indonesia saat ini sedang mengalami peningkatan, hal ini ditandai dengan semakin banyaknya tempat wisata yang berdiri dimasing-masing daerah yang tersebar di seluruh Indonesia. Sebagai negara tropis dengan keanekaragaman hayati terbesar kedua di dunia setelah Brasil, maka sangat tepat pemerintah kita memberikan perhatian yang khusus pada sektor pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan negara. Kondisi alam juga sangat mendukung karena wilayah Indonesia terdiri dari pulau-pulau dengan aneka ragam suku, adat-istiadat, dan kebudayaan (kepercayaan, seni, moral) yang menjadi ciri khas dan keunikan tersendiri, serta memiliki potensi keindahan alam mempesona. Hal ini yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan baik domestik maupun manca negara untuk mengunjungi tempat-tempat wisata Indonesia untuk memenuhi kebutuhan jasmani. Karena dengan berwisata kita dapat menghilangkan penat akibat aktivitas yang kita lakukan sehari-hari.

Kejenuhan akan aktivitas yang melelahkan membuat masyarakat menjadi haus akan hiburan atau rekreasi, didukung dengan perekonomian Indonesia yang menunjukkan arah yang positif. Hal ini terlihat dari data statistik jumlah wisatawan mancanegara (WISMAN) dari berbagai negara yang datang ke

Indonesia dan wisatawan nusantara (WISNUS) semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1. 1

Tabel 1.1

Data WISMAN dan WISNUS ke Indonesia pada Tahun 2006 - 2010

Jenis Wisatawan	2006	2007	2008	2009	2010
Wisatawan Nusantara	114.270.000	115.335.000	117.213.000	119.944.000	122.312.000
Wisatawan Mancanegara	4.871.351	5.505.759	6.234.497	6.323.730	7.002.944

Sumber : Badan Pusat Statistik (diolah kembali oleh penulis)

Semakin tingginya permintaan akan pariwisata mempengaruhi berkembangnya usaha wisata di Indonesia. Untuk mampu bersaing dengan daerah wisata yang lainnya diperlukan strategi di tiap-tiap daerah wisata untuk merespon permintaan pengunjung yang terus berubah. Salah satu strategi yang penting untuk diperhatikan oleh fungsi pemasaran adalah kebijakan dalam bauran pemasaran khususnya strategi terhadap produk yang ditawarkan. Jika suatu daerah wisata menawarkan produk wisata yang unik, lengkap, dan mampu memenuhi keinginan pengunjung, hal ini akan menciptakan kepuasan pengunjung. Pihak pengelola menciptakan kepuasan pengunjung wisata dengan melakukan strategi pengembangan produk wisata.

Menurut Yoeti (2002:211) produk wisata sebagai salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri atas tiga bagian yaitu: (1) Daya tarik daerah tujuan wisata, termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan, (2) Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi,

rekreasi dan lain-lain, (3) Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut (aksesibilitas)

Seperti yang kita ketahui, produk yang memadai dan lengkap menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh pengunjung. Karena atraksi (daya tarik) yang unik, ketersediaan fasilitas, dan aksesibilitas yang memadai adalah hal yang dirasakan pengunjung dari suatu daerah wisata. Atraksi wisata merupakan pendorong awal atau motivasi bagi seseorang untuk melakukan kunjungan, sehingga objek dan daya tarik wisata merupakan unsur paling penting di dalam menyusun suatu produk wisata. Elemen-elemen di dalam suatu atraksi wisata yang secara luas menentukan pilihan pengunjung dan mempengaruhi motivasi calon-calon pembeli (Ridwan 2012 :48-49).

Selain atraksi, Fasilitas adalah sesuatu yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berada di daerah tujuan pariwisata dan menjadi salah satu dari produk wisata yang mampu menciptakan kepuasan pengunjung melalui fasilitas yang ditawarkan (Ridwan 2012: 49). Dengan adanya daya tarik yang unik dan fasilitas yang memadai ditambah dengan aksesibilitas yaitu sesuatu yang memberikan kemudahan untuk menghubungkan wisatawan dari negara/ daerah asalnya ke negara/ daerah tujuan, dan selama berada di daerah tujuan (Ridwan 2012:49)

Salah satu daerah yang memiliki destinasi pariwisata yang menjanjikan adalah Taman Wisata Iman Sidikalang, Kabupaten Dairi. Dengan keindahan alam yang menarik, pengunjung dimanjakan melalui keindahan-keindahan yang terpampang di alam bebas. Tempat ini dibangun pada akhir tahun 1990-an dirancang oleh Bupati yang pada saat itu sedang menjabat yaitu Dr. Master P.

Tumangger, yang sebelumnya merupakan areal hutan alang-alang kemudian diubah dengan harapan dapat memajukan daerah dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Lokasinya berada di atas tanjakan dikelilingi hutan pinus dan menjadi maskot ibukota Kabupaten Dairi, Sidikalang. Objek Wisata TWI diharapkan mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Dairi di masa mendatang (<http://twi-ricardo.blogspot.com/>)

Tabel : 1.2
Jumlah Pengunjung di Taman Wisata Iman Sidikalang Tahun 2009-2013

NO	TAHUN	JUMLAH
1	2009	153.604
2	2010	101.110
3	2011	83.288
4	2012	88.131
5	2013	22.460
JUMLAH		448.593

Sumber : dinas Kebudayaan dan Kepariwisata Kabupaten Dairi



Dilihat dari data diatas, jumlah pengunjung mengalami penurunan yang tajam dan menjadi koreksi terhadap pihak pengelola TWI. Pada tahun 2010 mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2009 sebanyak 52.494 orang hingga pada tahun 2013 jumlah pengunjung merosot menjadi 22.460. Jumlah pengunjung yang menurun besar kemungkinan disebabkan oleh wisatawan merasa kecewa. Wisatawan yang kecewa berarti belum merasa puas dan belum dapat merasa senang melakukan kunjungan wisata Taman Wisata Iman. Kepuasan pengunjung merupakan tolak ukur keberhasilan suatu daerah wisata dalam memberikan pelayanan dan menawarkan produk wisata terhadap pengunjung domestik dan mancanegara.

Dilihat dari tabel kunjungan wisatawan di atas maka penyediaan produk-produk pariwisata dianggap penting untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang mencakup penyediaan sarana dan prasarana alat transportasi, akomodasi, agen perjalanan, makanan dan minuman, pramuwisata dan barang souvenir wisata, dan lain-lainnya. Untuk mendukung industri pariwisata, khususnya dalam rangka penyediaan seluruh komponen industri pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, maka perlu dilakukan suatu perencanaan untuk pengembangan produk yang baik dan terpadu dengan melibatkan seluruh unsur terkait atau *stakeholder*, seperti pemerintah, tenaga ahli pariwisata, masyarakat setempat (yang terlibat dalam usaha wisata) dan para pemangku kepentingan lainnya. Pengembangan produk-produk wisata tersebut tidak hanya akan berdampak positif dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata (DTW), namun juga untuk memotivasi para pelaku industri pariwisata untuk lebih

inovatif, kreatif dan menciptakan nilai tambah (*value added*) terhadap berbagai produk atau pelayanan (*services*) yang akan diberikan kepada para wisatawan yang akan berkunjung.

Irawan (2008) mendefinisikan kepuasan pengunjung sebagai persepsi pengunjung terhadap jasa yang telah memenuhi harapannya. Pengunjung tidak akan puas apabila pengunjung mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi dan sebaliknya pengunjung akan puas apabila persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan.

Dengan adanya peningkatan permintaan dibidang pariwisata akan menjadi tantangan bagi Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi untuk mempertahankan eksistensinya dengan kebijakan pengembangan produk wisata untuk memenuhi permintaan sesuai dengan harapan pengunjung, sehingga mampu bersaing dengan daerah wisata lainnya dan mampu memberikan kepuasan kepada pengunjung. Pengembangan produk wisata adalah langkah baik untuk dilakukan dengan menganalisis selera pasar dengan melibatkan masyarakat sekitar daerah tujuan wisata untuk berperan aktif sesuai dengan potensi yang dimiliki sehingga mampu memanfaatkan peluang yang ada.

Pihak pengelola TWI perlu mengetahui tingkat kepuasan pengunjung dengan pengembangan produk wisata meliputi *attractions* (daya tarik), *amenities* (fasilitas), *aksesibilitas* melalui perbandingan terhadap tingkat kepentingan (harapan) dan tingkat kinerja (kenyataan) yang didapat pengunjungpengunjung dalam menikmati produk wisata TWI, sehingga jumlah pengunjung semakin bertambah dari tahun ke tahun. Dan nantinya juga dapat memberikan gambaran kepada pihak pengelola dalam menetapkan kebijakan pengembangan produk wisata yang sesuai dengan keinginan pengunjung. Atribut-atribut produk wisata

yang dinilai berdasarkan tingkat kepentingan pengunjung dan tingkat kerja yang dirasakan oleh pengunjung akan dijabarkan dalam sebuah diagram, yaitu Diagram *Cartesius*, dengan membandingkan tingkat harapan dengan tingkat kinerja dari produk wisata rohani pada taman wisata iman sidikalang sebagai penilaian tingkat kepuasan pengunjung.

. Pihak pengelola dapat mengetahui kepuasan pengunjung melalui kepentingan pengunjung dan kinerja pihak pengelola, serta mengidentifikasi tindakan apa yang perlu dilakukan oleh manajemen pengelola Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi melalui penjabaran keseluruhan atribut produk wisata kedalam diagram *cartesius* yang terbagi dalam empat kuadran menurut derajat kepentingan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “ **MODEL PENGUKURAN KEPUASAAN PENGUNJUNG TERHADAP PENGEMBANGAN PRODUK WISATA ROHANI PADA TAMAN WISATA IMAN SIDIKALANG, KABUPATEN DAIRI**”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengunjung yang berkunjung ke Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi

2. Atraksi merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi
3. Fasilitas merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi
4. Aksesibilitas merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang dikemukakan di atas, penelitian ini dibatasi pada Bagaimana Pengembangan Produk Wisata Objek Wisata Rohani, Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi dapat mewujudkan Kepuasan Pengunjung.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Pengunjung sudah merasa puas terhadap produk wisata yang ditawarkan Taman Wisata Iman Sidikalang (TWI), Kabupaten Dairi?
2. Apakah diperlukan Pengembangan *Atraksi*/Daya Tarik, Fasilitas, dan aksesibilitas (Produk wisata) di Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi ?

1.5. Tujuan Penelitian

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengunjung terhadap pengembangan produk Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi, sedangkan tujuan spesifik adalah:

1. Analisis tingkat kepuasan pengunjung Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi.
2. Analisis informasi mengenai produk wisata (atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas) yang perlu dipertahankan, dan perlu ditambahkan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

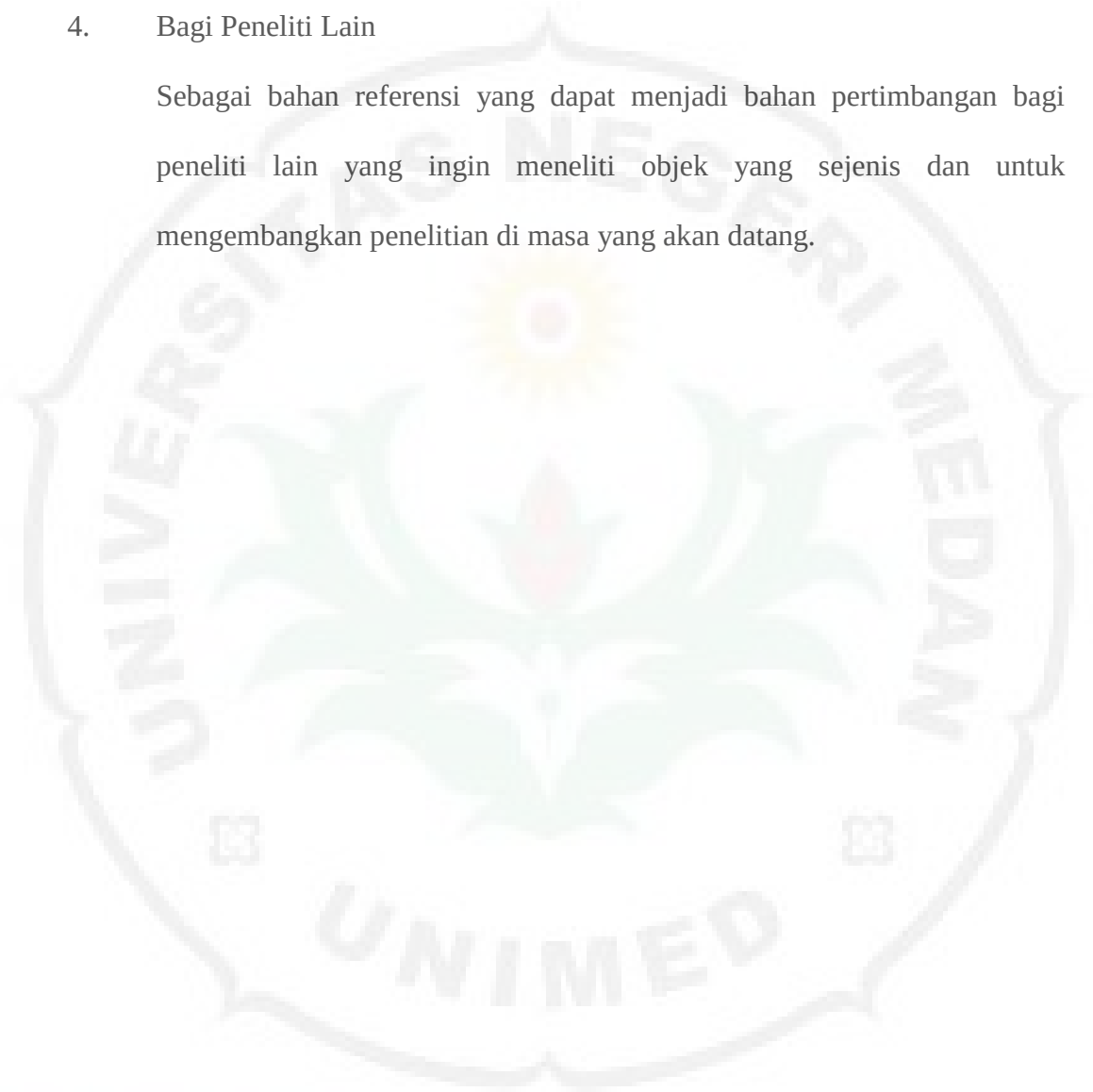
1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi Peneliti
Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti tentang kepuasan pengunjung dan pengembangan produk wisata rohani Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi baik secara teoritis maupun aplikasinya di lapangan.
2. Bagi Perusahaan
Sebagai bahan atau acuan dalam mengambil atau menentukan kebijakan dalam usaha meningkatkan produk dan pelayanan di Taman Wisata Iman (TWI) Sidikalang, Kabupaten Dairi
3. Bagi Universitas Negeri Medan
Sebagai tambahan literatur kepustakaan di bidang penelitian kepuasan pengunjung dan pengembangan fasilitas wisata rohani

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang ingin meneliti objek yang sejenis dan untuk mengembangkan penelitian di masa yang akan datang.



THE
Character Building
UNIVERSITY