

**PENGARUH ATRAKSI DAN FASILITAS WISATA TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG DI SITU CILEUNCA*****(THE EFFECT OF TOURISM ATTRACTIONS AND FACILITIES ON
VISITOR SATISFACTION IN SITU CILEUNCA – PANGALENGAN)*****Shafira Amelia Fadhil¹**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
firaliafadhil@gmail.com**Panji Pamungkas²**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
panji.pamungkas@stiepar.ac.id**Enok Maryani³**Universitas Pendidikan Indonesia-Bandung
enokmaryani@upi.edu**ABSTRACT**

The tourist net power of Bandung District is relatively small compared to West Bandung District and Bandung City, even though the number of tourist objects is the most compared to the two regions. One of the attractions in Bandung district is Situ Cileunca, which has historical value, natural value and cultural beauty, but the number of tourists continues to decrease. The purpose of this study was to determine the effect of tourist attractions and facilities on visitor satisfaction at Situ Cileuca Pangalengan. The research was conducted through a survey of 100 respondents. The data was processed quantitatively through SPSS software. The results of the instrument test showed that it was valid and reliable to be applied. Attractions and facilities show a good classification and have a significant effect. The coefficient of determination is 65.60%, the remaining 34.40% is influenced by other variables not examined in this study. Based on the results of the study, it is recommended to improve the quality of service, the quality of attractions and facilities as well as digital promotions, so that tourist satisfaction can be increased and the attractiveness of tourism is more socialized among the wider community.

Keywords: *Attractions, Facilities, Visitor Satisfaction.*

ABSTRAK

Daya jaring wisatawan Kabupaten Bandung relatif sedikit dibandingkan dengan Kabupaten Bandung Barat dan Kota Bandung, padahal jumlah objek wisatanya paling banyak dibandingkan kedua daerah tersebut. Salah satu objek wisata di kabupaten Bandung adalah Situ Cileunca, yang memiliki nilai historis dan keindahan alam serta budaya, namun jumlah wisatawannya terus berkurang. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atraksi dan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung di Situ Cileuca Pangalengan. Penelitian dilakukan melalui survei ke 100 responden. Data diolah

secara kuantitatif melalui *software SPSS*. Hasil pengujian instrumen menunjukkan valid dan reliabel untuk diaplikasikan. Kemenarikan dan fasilitas menunjukkan klasifikasi baik dan memberikan pengaruh yang signifikan. Koefisien determinasi sebesar 65,60%, sisanya 34,40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas atraksi dan fasilitas serta promosi secara digital, agar kepuasan wisatawan dapat ditingkatkan dan kemenarikan wisata lebih tersosialisasi lagi di kalangan masyarakat yang lebih luas.

Kata kunci : Atraksi, Fasilitas, Kepuasan Pengunjung.

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki kekayaan alam yang sangat melimpah, baik sumberdaya di daratan maupun di lautan. Semua itu dapat menjadi aset penting bagi kepariwisataan. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi tumpuan bagi pemerintah untuk meningkatkan devisa, pendapatan daerah dan pendapatan masyarakat. Banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia, merupakan peluang bisnis yang menguntungkan. Destinasi unggulan yang banyak dikunjungi oleh wisatawan di antaranya Bali, Jawa Tengah, NTT, Jakarta, Bangka Belitung, dan Sumatera Utara (Kemenparekraf, 2020). Jawa Barat tidak termasuk kedalam 10 wisata unggulan, padahal secara lokasi paling dekat dengan Jakarta dan merupakan *overland*-nya Jakarta ke Jawa Tengah.

Bandung Inti yang meliputi Kota Bandung, Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat merupakan daerah yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan, pada tahun 2019 yaitu 10.372.669 orang dari total Jawa Barat 47.272.478 orang pada tahun yang sama (jabar,2019). Jumlah tersebut lebih banyak dibandingkan dengan Kab. Cianjur dan Karawang yang daya jaring wisatawannya tertinggi di Jawa Barat. Perkembangan data wisatawan yang dapat menunjukkan daya jaring wisatawan di Jawa Barat, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung barat dan Kota Bandung dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Daya Jaring Wisatawan

Daerah Tahun	Jawa Barat	Kota Bandung	Kabupaten Bandung Barat	Kabupaten Bandung
2017	45 216 254	1 863 561	1 886 451	3 964 181
2019	47 272 478	2 442 250	5 440 158	2 490 261

Sumber : <https://jabar.bps.go.id/indicator/16/220/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-objek-wisata.html>

Berdasarkan data di atas, Jawa Barat merupakan daerah yang potensial untuk menjaring wisatawan dilihat dari lokasi kedekatannya dengan Jakarta, keragaman objek alam, dan budayanya. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung dari tahun 2017 sampai 2019. Demikian pula Kota Bandung dan

Kabupaten Bandung Barat, jumlah wisatawan mengalami peningkatan yang cukup besar. Sementara itu Kabupaten Bandung justru mengalami penurunan. Tahun 2020 dapat diabaikan karena pada waktu itu jumlah wisatawan seluruh dunia mengalami penurunan akibat COVID-19. Pariwisata merupakan sektor yang paling terpuruk akibat adanya COVID-19. *World Travel and Tourism Council (WTTC)* menyatakan sekitar 50 juta orang akan kehilangan pekerjaan di sektor pariwisata akibat COVID-19. Menurut perkiraan yang dinyatakan oleh WTTC, sektor pariwisata akan mengalami penyusutan hingga 25% pada tahun 2020. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada Januari 2020 turun di angka 1,272 juta kunjungan, atau turun 7,62 persen dari total kunjungan Desember 2019. Penurunan ini bersifat global di seluruh dunia karena adanya COVID-19 (Maryani, 2018).

Kabupaten Bandung sebagian besar wilayahnya terletak di Bandung bagian Selatan. Kabupaten Bandung memiliki 28 objek wisata alam, 106 wisata budaya dan 38 objek wisata buatan (simasda, bandungkab, 2019). Salah satu destinasi yang memiliki nilai historis tinggi adalah Pangalengan, dimana didalamnya ada perkebunan Malabar yang dibuka tahun 1919, rumah-rumah peninggalan Belanda, perkebunan yang terhampar luas dan Situ Cileunca sebagai wisata air. Situ Cileunca adalah sebuah danau yang memiliki luas sekitar 1.400 hektar, dengan area yang terpakai untuk wisata seluas 1.000 hektar. Daerahnya dikelilingi perbukitan dan Gunung Malabar, dengan ketinggian 1550 M dpl. Dengan potensi tersebut Situ Cileunca dapat menjadi destinasi unggulan di daerah Pangalengan. Jumlah wisatawan yang berkunjung di Situ Cileunca Pangalengan terdapat dalam tabel ini:

Tabel 2
Jumlah Wisatawan yang Berkunjung di Situ Cileunca

Tahun	Jumlah Wisatawan	% Pertumbuhan
2018	58.654	
2019	49.035	-16%
2020	15.552	-68%

Sumber : *Pengelola Situ Cileunca, Olahan Peneliti (2020)*

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke Situ Cileunca mengalami penurunan setiap tahunnya. Maryani (2019:102) menjelaskan, destinasi harus memiliki 8 komponen agar dikunjungi oleh wisatawan yaitu:

- a. Daya tarik wisata, yaitu segala sesuatu yang memiliki kemenarikan untuk dikunjungi dan dinikmati oleh wisatawan, dapat berupa keindahan alam, budaya, keunikan, dan hal yang bernilai lain hasil buatan manusia.
- b. Fasilitas umum, yaitu kelengkapan dasar fisik suatu wilayah yang pengadaannya memungkinkan wilayah tersebut dapat berperan dan berfungsi dengan baik termasuk kehidupan masyarakatnya.
- c. Fasilitas khusus pariwisata yaitu semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan

- dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata, seperti pusat informasi, peta perjalanan, toko cinderamata, tempat penukaran uang, dan sebagainya.
- d. Aksesibilitas adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi, atau pergerakan dari satu objek ke objek lainnya yang memudahkan pergerakan wisatawan di destinasi.
 - e. Masyarakat merupakan subjek dalam pengembangan pariwisata. Masyarakat dapat menjadi penggerak pariwisata melalui berbagai aktivitas dan pelayanan bagi wisatawan termasuk kemenarikan budaya, wisatawan pun menjadi sasaran pengembangan pariwisata, yaitu peningkatan kesejahteraan.
 - f. Pemasaran pariwisata yaitu serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata, dan mengelola dengan wisatawan untuk mengembangkan kepariwisataan dan seluruh pemangku kepentingannya.
 - g. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan.
 - h. Kelembagaan kepariwisataan yaitu kesatuan unsur beserta jaringan yang dikembangkan secara terorganisasi, meliputi pemerintah, pemerintah daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi dan mekanisme operasional, yang secara berkesinambungan guna menghasilkan perubahan ke arah pencapaian tujuan di bidang kepariwisataan.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan, “Daerah Tujuan Wisata atau destinasi adalah kawasan geografis yang berada dalam satu wilayah atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas wisata, fasilitas umum, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.” Destinasi dengan berbagai pelengkapannya, diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan sebagai konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan penilaian dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa. Kepuasan wisatawan atau konsumen dalam hal ini, akan memberikan efek terhadap loyalitas dan promosi yang baik di daerah asal wisatawan.

Soekadjo dalam Suryana (2017) juga mengemukakan bahwa atraksi yang baik harus dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka di tempat atraksi dalam waktu lama dan memberi kepuasan kepada wisatawan yang berkunjung. Untuk mencapai hasil itu, beberapa syarat harus dipenuhi, yaitu kegiatan (*act*), objek (*artifact*), presentasi yang tepat, suasana, dan kesan. Pengukuran kepuasan konsumen menurut Andreasen dalam (Tjiptono, 2019) memiliki enam konsep inti yaitu sebagai berikut:

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*). Dalam konsep ini, cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa suatu perusahaan. Penilaiannya meliputi mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan/atau jasa perusahaan bersangkutan serta membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan

terhadap perusahaan pesaing.

- b. Dimensi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan diukur dengan empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan pesaing berdasarkan item yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.
- c. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*). Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian/ketidakesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk/jasa perusahaan.
- d. Niat beli ulang (*repurchase intention*). Dalam konsep ini, caranya adalah dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
- e. Kesiediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*). Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti dalam kasus pembelian produk/jasa yang pembelian ulangnya relatif lama.

Menurut Tse dan Wilton (Sunyoto, 2013) untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah kepuasan pelanggan sama dengan f (*expectations, perceived performance*) Dari persamaan tersebut ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu *expectation* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectation* maka pelanggan akan memperoleh kepuasan, jika sebaliknya pelanggan tidak akan memperoleh kepuasan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka akan memberikan dampak positif bagi perusahaan tersebut antara lain hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, meningkatnya pembelian ulang, terciptanya promosi dari mulut ke mulut oleh pelanggan, dan terciptanya loyalitas pelanggan (Sunyoto, 2013).

Berdasarkan kondisi yang ada di Situ Cileunca, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “bagaimana kemenarikan dan fasilitas wisata di Situ Cileunca dalam memberikan kepuasan kepada wisatawan?”

METODOLOGI PENELITIAN

Untuk menjawab pertanyaan penelitian dilakukan penelitian kuantitatif. Respondennya adalah wisatawan yang datang pada saat diadakan penelitian. Jumlah sampel sebanyak 100 orang. Sampel dipilih secara *non probability sampling* dan data diambil melalui kuesioner. Variabel penelitian yang diukur adalah Kemenarikan objek wisata (X_1) terdiri atas keberagaman daya tarik, keberagaman aktivitas, persentasi dan dan suasana di objek wisata; Kelengkapan fasilitas wisata (X_2) terdiri atas kelengkapan fasilitas umum dan fasilitas khusus, serta kebersihan fasilitas, dan Kepuasan wisatawan (Y) terdiri atas tingkat kepuasan wisatawan, konfirmasi harapan, keinginan beli ulang dan kesiediaan untuk merekomendasi.

Data yang diperoleh diolah dengan statistik berupa persentase, korelasi dan regresi. Sebelum kuesioner disebar terlebih dahulu diuji validitas, realibilitas dan

homogenitasnya. Skala pengukuran mempergunakan Skala *Likert* menurut Sugiyono (2017), Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa sangat setuju (5), setuju (4), cukup setuju (3) tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1). Setiap bobot akan dikalikan dengan jumlah yang menjawab item. Variabel dijabarkan menjadi indikator variabel, indikator dikembangkan menjadi beberapa item. Interpretasi persentasi mempergunakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3
Kategori Persentase Kuesioner

No.	% Skor	Kriteria
1.	20,00%-36,00%	Sangat Buruk
2.	36,01-52,00%	Buruk
3.	52,01%-68,00%	Cukup Baik
4.	68,01%-84,00%	Baik
5.	84,01%-100%	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2010)

Koefisien determinasi yaitu kuadrat korelasi untuk menguji seberapa besar pengaruh dari variabel atraksi wisata (X_1) dan fasilitas wisata (X_2) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Kriteria pengambilan keputusan hipotesis yang diajukan adalah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Nilai signifikansi yang diterima adalah $< 0,05$. Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, atau disignifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, atau disignifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan dengan kriteria:

$H_0 : \rho = 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh antara atraksi wisata dan fasilitas wisata (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

$H_a : \rho > 0$ Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara atraksi wisata dan fasilitas wisata (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kondisi Situ Cileunca

Situ Cileunca berada 45 km sebelah selatan Kota Bandung dan 185 km dari Kota Jakarta. Situ Cileunca berada di ketinggian 1400 M dpl dan dikelilingi oleh dua perkebunan teh Malabar yang dikelola oleh PTPN VIII. Menurut sejarah, Situ Cileunca merupakan kawasan pribadi seorang warga Belanda bernama Kuhlan yang dulu menetap di Pangalengan. Dalam pembangunannya Situ Cileunca dilaksanakan dalam waktu yang cukup lama yaitu selama 7 tahun (1919 - 1926) dengan membendung aliran sungai Cileunca, sehingga terbuatlah sebuah situ yang akhirnya menjadi sebuah bendungan yang sekarang diberi nama Dam Pulo. Volume Situ Cileunca yaitu 11.500.000 m³, memiliki luas perairan 181 ha, dan kedalaman 10 m.

Nama Cileunca, menurut penduduk dahulu banyak terdapat pohon leunca yaitu sejenis tumbuhan yang buahnya dijadikan lalapan bagi orang Sunda. Situ Cileunca menyajikan panorama alam yang indah, sejuk dan segar, sehingga seringkali disebut dengan Swiss-nya Indonesia. Selain difungsikan sebagai objek wisata, Situ Cileunca juga berfungsi sebagai pembangkit listrik tenaga air (PLTA). Air yang berasal dari danau tersebut dialirkan melalui Sungai Palayangan. Sungai ini pula yang sering dijadikan sebagai arena arung jeram. Di sekitar situ terdapat *camping ground*. Di Situ Cileunca pengunjung dapat bermain perahu, dan dapat mengunjungi perkebunan arbei dan stroberi. Sungai Palayangan menjadi alternatif wisata pilihan untuk berarung jeram dan *flying fox*.

Profil Responden

Profil responden terdiri atas jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan daerah asal wisatawan. Berdasarkan tabel 4, jenis kelamin wisatawan ke Situ Cileunca lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki. Hal ini dikarenakan aktivitas di Situ Cileunca tidak memerlukan kekuatan dan ketangkasan, seperti jalan-jalan, berfoto, dan menikmati keindahan alam atau memetik stroberi atau arbei. Wisatawan yang datang berada pada rentang usia remaja (17-25 tahun), karena remaja memungkinkan untuk memiliki waktu luang yang banyak dan kebutuhan refreshing tinggi, serta biaya yang murah. Biaya masuk ke Situ Cileunca hanya Rp. 5.000 per orang. Usia ini berkorelasi dengan Pendidikan yang umumnya Pendidikan SMA/SMK dan mahasiswa (sedang kuliah). Berdasarkan daya jangkau, Situ Cileunca masih lokal, yaitu hanya dikunjungi oleh asal wisatawan Bandung saja, yaitu Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Profil wisatawan lebih rinci dapat dilihat di tabel 4.

Tabel 4
Karakteristik Wisatawan

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi / %	No.	Jenis Kelamin	Frekuensi / %
1	Laki – laki	38			
2	Perempuan	62			
Usia			Pendidikan		
1	< 26 tahun	64	1	SD/Sederajat	0
2	26-30 Tahun	24	2	SMP/Sederajat	1

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi / %	No.	Jenis Kelamin	Frekuensi / %
3	31-45 Tahun	8	3	SMA/SMK	40
4	46-55 Tahun	3	4	Diploma	20
5	>55 Tahun	1	5	Sarjana	39
Pekerjaan			Daerah Asal		
1	Pelajar/Mahasiswa	49	1	Kabupaten Bandung	12
2	Pegawai Negeri Sipil	9	2	Kota Bandung	73
3	Pegawai Swasta	24	3	Kota lain tapi di Jawa Barat	11
4	Wirausaha	18	4	Luar Jawa Barat	4
Lamanya Tinggal					
1	< 2jam	15			
2	3 jam	22			
3	4 jam	20			
4	> 4 jam	43			

Kemenarikan Situ Cileunca Persepsi Wisatawan

Kemenarikan Situ Cileunca menurut wisatawan terutama adalah pemandangan alamnya yang indah dan suasana yang asri serta sejuk. Keberadaan Situ Cileunca di kawasan pegunungan, dikelilingi oleh perkebunan the yang memberikan keindahan dan kesejukan tersendiri (100%). Karena itu, jalan-jalan di perkebunan, berfoto, duduk-duduk santai, berperahu di danau, kamping, dan *rafting*, paralyang, merupakan aktivitas utama selama berada di Danau Cileunca. Setelah puas menikmati keindahan alam, wisatawan dapat membeli oleh-oleh khas Pangalengan yaitu berbagai olahan susu seperti karamel dan susu murni. Oleh-oleh hasil pertanian seperti sayuran dan stroberi, juga banyak terdapat di sepanjang jalan. Kegiatan berwisata di Situ Cileunca umumnya menghabiskan waktu lebih dari 3 jam, bahkan kalau berkemping dapat lebih dari 6 jam.

Untuk melakukan uji statistik, maka item dalam instrumen diuji validitas dan realibilitasnya dengan mempergunakan SPSS. R_{tabel} adalah 0,03, Instrumen akan dinyatakan valid apabila item mempunyai kolerasi positif dan lebih besar dari r tabel. Untuk kemenarikan R hitung antara 0,674 sampai 0,454, Fasilitas wisata 0.624 sampai 0,778, dan kepuasan wisatan 0,748 dan terkecil 0,637. Berarti semua item valid untuk diolah lebih lanjut. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5
Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	Alpha Cronbach	Rtabel	Keterangan
1	Atraksi Wisata	0,885	0,700	Reliabel
2	Fasilitas Wisata	0,778	0,700	Reliabel
3	Kepuasan Pengunjung	0,921	0,700	Reliabel

Sumber: Diolah Kembali (2021)

Dimensi kemenarikan Situ Cileunca diukur dari keberagaman kemenarikan (3 item), keberagaman kegiatan (4 item), presentasi (4 item) dan suasana (2 item).

Berdasarkan perolehan skor (Tabel 6), suasana yang sejuk dan nyaman merupakan daya tarik utama, untuk kemudian menyusul keberagaman kemenarikan, dan keragaman aktivitas. Ketiganya termasuk katagori baik. Presentasi yang dilihat dari keberadaan petunjuk jalan, peta, pusat informasi, brosur/*leaflet* di tempat *ticketing* dan keberadaan *guiding*, persentasinya paling kecil dengan kriteria cukup baik. Pemandu wisata yang memberikan informasi mengenai Situ Cileunca masih kurang, Pemandu *rafting* selalu *standby* dan penyewa perahu, akan siap memberikan informasi bila wisatawan akan *rafting* atau naik perahu. Demikian pula petunjuk jalan belum dipasang, hanya di jelaskan oleh pihak pengelola di Situ Cileunca. Walaupun demikian, bila dirata-ratakan dimensi kemenarikan secara keseluruhan termasuk baik.

Tabel 6
Kemenarikan Situ Cileunca

No	Indikator Kemenarikan	Bobot Jawaban					skor	Total skor	Skor Ideal	%
		5	4	3	2	1				
1	Keberagaman kemenarikan	22	145	122	11	0	300	1078	1500	72 %
2	Keragaman Kegiatan	30	194	152	24	0	400	1404	2000	70 %
3	Presentasi	36	175	169	20	0	400	1337	2000	67 %
4	Suasana	69	80	46	5	0	300	813	1000	81 %

Keberadaan Fasilitas Wisata

Keberadaan fasilitas wisata umum seperti listrik, air bersih, aksesibilitas, sarana kebersihan, tempat ibadah, toilet dan tempat parkir, jawaban responden termasuk baik walaupun jawabannya banyak yang tidak sangat memuaskan (sebagian besar berada di skor 4 dan 3). Demikian pula dengan keberadaan dan kelayakan fasilitas khusus bagi pariwisata seperti akomodasi, toko cinderamata, tempat istirahat wisatawan, fasilitas untuk menikmati *view/foto*, termasuk katagori baik persentase 72%, sehingga kalau dirata-ratakan menjadi 71,5% untuk fasilitas.

Tabel 7
Keberadaan dan kelayakan Fasilitas di Situ Cileunca

No	Indikator Fasilitas	Bobot Jawaban					skor	Total skor	Skor Ideal	%
		5	4	3	2	1				
1	Fasilitas Umum	54	232	183	30	1	500	1140	2000	71
2	Fasilitas Khusus	41	225	207	28	1	500	1804	2500	72

Kepuasan Wistawan

Kepuasan pengunjung terdiri atas indikator kepuasan pelanggan keseluruhan (4 item), konfirmasi harapan (4 item), niat beli ulang/repeated (3 item), kesediaan untuk merekomendasi kepada orang lain (3 item), menunjukkan hasil yang baik dengan persentasi yang rata-rata hampir sama yaitu 74%.

Tabel 8
Kepuasan Wisatan Berkunjung ke Siru Cileunca

No	Indikator Fasilitas	Bobot Jawaban					Skor	Total skor	Skor Ideal	%
		5	4	3	2	1				
1	Kepuasan secara keseluruhan	41	218	124	15	2	400	1483	2000	74%
2	Konfirmasi harapan	41	188	151	17	3	400	1453	2000	73%
3	Niat beli ulang	31	164	92	10	3	300	1105	1500	74%
4	Kesediaan untuk merekomendasi	39	147	106	80	0	300	1117	1500	74%
	Total	152	717	473	122	8	1400	5158	700	74%

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh dari variabel atraksi dan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung menunjukkan hasil R^2 sebesar 0,656 atau sama dengan 65,6%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel atraksi wisata (X_1) dan variabel fasilitas wisata (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) sebesar 65,60%. Sisanya yaitu 34,40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 9
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.656	.649	4.25697

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Tabel 10
Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.450	3.567		.967	.336
	X1	.637	.094	.628	6.806	.000
	X2	.516	.216	.221	2.394	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 10 persamaan regresi berganda diperoleh sebagai berikut

$$Y = (3,450) + 0,637 X_1 + 0,516 X_2 + e$$

Keterangan:

Y: Kepuasan Pengunjung di Situ Cileunca Pangalengan: Bilangan konstan atau nilai tetap

X₁: Atraksi Wisata

X₂: Fasilitas Wisata

b₁, b₂: Koefisien regresi variabel independen

e: Error/epsilon.

Dengan demikian dapat diinterpretasi sebagai berikut:

1. Konstanta (a): berarti jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel terikat (Kepuasan) sebesar 3,450.
2. Nilai koefisien atraksi wisata (X₁) sebesar 0,637. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan atraksi wisata satu satuan maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan naik sebesar 0,637 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Nilai koefisien fasilitas wisata (X₂) sebesar 0,516. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan fasilitas wisata satu satuan maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan naik sebesar 0,561 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Uji t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas yang menjelaskan tentang variabel terikat. Uji t dapat dilakukan berdasarkan nilai uji statistik yang diperoleh dari data Uji t dapat dilakukan berdasarkan kriteria berikut:

1. Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, atau disignifikasi $> 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, atau disignifikasi $\leq 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap dependen. Berikut adalah hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 11
Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	3.450	3.567		.967	.336
	X1	.637	.094	.628	6.806	.000
	X2	.516	.216	.221	2.394	.000

a. Dependent Variable: Y

Hipotesis 1

Berdasarkan tabel 11 dapat diperoleh koefisien variabel atraksi wisata (X_1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan hasil t_{hitung} 6.806 lebih besar dari t_{tabel} 1.98 dan memiliki signifikan $0.000 < 0,05$ dengan demikian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel atraksi wisata (X_1) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y).

Hipotesis 2

Variabel fasilitas wisata (X_2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan hasil t_{hitung} 2.394 lebih besar dari t_{tabel} 1.98 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ dengan demikian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel fasilitas wisata (X_2) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam model secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan :

Kaidah keputusan berdasarkan signifikansi

- Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, atau signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara bersama-sama ada pengaruh signifikan.
- Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, atau signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 12
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3350.377	2	1675.188	92.441	.000 ^b
	Residual	1757.813	97	18.122		
	Total	5108.190	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Hipotesis 3

Berdasarkan tabel 12 didapat hasil nilai probabilitas F_{hitung} (sig.) di atas nilainya 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan penelitian secara simultan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel atraksi dan fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Pembahasan

Situ Cileunca sangat layak disebut destinasi wisata karena memiliki atraksi wisata yang memiliki kemenarikan untuk dikunjungi dan dinikmati oleh wisatawan, dapat berupa keindahan alam, kesejukan, suasana yang alami dan segar. Demikian pula dengan keberadaan fasilitas umum dan khusus sudah ada. Keadaan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Maryani (2019) dan Soekadijo dalam Suryana (2017). Demikian pula dengan Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan pengertian destinasi pariwisata, sebagai “Daerah Tujuan Wisata atau destinasi adalah kawasan geografis yang berada dalam satu wilayah atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas wisata, fasilitas umum, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.” Destinasi dengan berbagai pelengkapannya, diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan sebagai konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan penilaian dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa. Kepuasan wisatawan atau konsumen dalam hal ini, akan memberikan efek terhadap loyalitas dan promosi yang baik di daerah asal wisatawan. Juga mengemukakan bahwa atraksi yang baik harus dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka di tempat atraksi dalam waktu lama dan memberi kepuasan kepada wisatawan yang berkunjung. Untuk mencapai hasil itu, beberapa syarat harus dipenuhi, yaitu kegiatan (*act*), objek (*artifact*), presentasi yang tepat, suasana, dan kesan.

Menurut Tse dan Wilton (Sunyoto, 2013) untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah kepuasan pelanggan sama dengan f (*expectations, perceived performance*) Dari persamaan tersebut ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu *expectation* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectation* maka pelanggan akan memperoleh kepuasan, jika sebaliknya pelanggan tidak akan memperoleh kepuasan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka akan memberikan dampak positif bagi perusahaan tersebut antara lain hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, meningkatnya pembelian ulang, terciptanya promosi dari mulut ke mulut oleh pelanggan, dan terciptanya loyalitas pelanggan (Sunyoto, 2013).

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Situ Cileunca Pangalengan mengenai pengaruh atraksi dan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung, dapat disimpulkan bahwa: (1) Atraksi wisata di Situ Cileunca, Pangalengan memiliki keragaman daya tarik

berupa pemandangan alam, keindahan, dan kesejukan udara. Aktivitas yang dapat dilakukan pun cukup beragam yaitu berfoto, jalan-jalan, bermain perahu, *flying foxs*, dan berarung jeram. Suasana yang nyaman dan tenang juga memberikan nilai positif bagi pengunjung, dan semuanya dalam katagori baik. Presentasi memiliki nilai terendah dalam indikator kemenarikan yang diukur dari adanya peta, papan informasi, *guiding* dan rambu-rambu lainnya yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam menjelajah Situ Cileunca; (2) Fasilitas wisata baik itu fasilitas umum maupun fasilitas khusus juga dinilai baik oleh wisatawan, hanya kualitasnya perlu terus ditingkatkan sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih berkualitas, misalnya kualitas air, tempat istirahat yang nyaman bagi wisatawan untuk bersantai, *guiding*, dan masih kurangnya fasilitas akomodasi/*homestay* bila wisatawan akan menginap; (3) Dengan kondisi yang ada kepuasan pengunjung sudah baik, walaupun perlu terus ditingkatkan dalam hal pelayanan sehingga segmen wisatawan dapat lebih bervariasi; (4) Pengaruh atraksi wisata dan fasilitas wisata memberikan pengaruh yang signifikan sebesar 65,6%, dengan koefisien korelasi sebesar 0,764 untuk atraksi wisata dan 0,701 untuk fasilitas wisata.

Saran

Perlu dikembangkan lebih beragam dan menarik atraksi wisatanya berupa wisata agrowisata seperti jeruk, stroberi dan sayuran, demikian pula wisata budaya seperti pencak silat dan singa Depok, perlu dipertunjukkan agar kepuasan pengunjung lebih meningkat. Pengembangan fasilitas wisata secara lebih beragam dan layak, dan yang terpenting adalah promosi perlu dilakukan secara luas untuk meraih segmen pasar yang lebih luas dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Lubis, Y., Hermanto, B., & Edison, E. (2018). *Manajemen dan Riset Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Maryani, E. (2019). *Geografi Pariwisata*, Yogyakarta: Ombak.
- Maryani, E. (2000). *Covid 10 dan Pariwisata*, Bandung: STIEPAR Yapari Press.
- Oktavia, L. S. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Statistik Untuk Kesehatan*. Yogyakarta: Gava Media. Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Pariwisata*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*. Buku Seru: Jakarta.
- Suryana. (2017). Analisis Atraksi Wisata di Taman Wisata alam Gunung Tangkuban Perahu. *Jurnal Tourism Scientific*, 2(2).
- Terry, G. R. (2009). *Prinsip - Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F., Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Sumber: <https://jabar.bps.go.id/indicator/16/220/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-objek-wisata.htm>