

STUDI DESKRIPTIF PROFIL KEPUASAN WISATAWAN SURABAYA YANG MELAKUKAN PERJALANAN WISATA KE BATU BERDASARKAN METODE HOLIDAY SATISFACTION

SiscaWinata

Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen

Johny Rusdiyanto

Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen

Juliani Dyah Trisnawati

Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen

Abstract

Melakukan perjalanan wisata di Kota Batu memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestic dan wisatawan mancanegara. Karena di Kota Batu banyak obyek-obyek wisata yang menyenangkan untuk dikunjungi, seperti: Air Terjun Coban Rondo, Pemandian Selecta, Songgoriti, Jawa Timur Park (Jatim Park), Klub Bunga, Plaza Batu, Pasar Wisata Minggu, Kusuma Agrowisata, dan di sepanjang perjalanan di Kota Batu banyak ditanami pohon apel, sehingga tidaklah mengherankan kalau kota ini dijuluki “Kota Apel.” Sebagai kota pariwisata, keindahan Kota Batu yang juga ditunjang adanya sarana dan prasarana, seperti hotel dan restoran, tidaklah mengherankan kalau kontribusi sektor pariwisata di Kota Batu cukup besar sampai mencapai 33 % dari total APBD Kota Batu. Sebagai wisatawan di Kota Batu yang pernah dilakukan sigi awal bulan September tahun 2007 menunjukkan bahwa intensitas wisatawan dalam setahun 1 – 2 kali sebanyak 93 %, obyek wisata yang banyak dikunjungi yakni 47 % adalah Jatim Park. Hal ini dinunjukkan oleh para wisatawan yang mengunjungi obyek wisata Kota Batu cukup memuaskan, namun kalau dicermati secara seksama memunculkan masalah penelitian yakni bagaimana profil kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Batu dengan menggunakan metode *holiday satisfaction* ? Konsep kepuasan wisatawan yang dikemukakan menurut Oliver dikutip Tjiptono (2005:196) adalah “*the consumer’s fulfillment response* yang menunjukkan penilaian bahwa fitur produk atau jasa akan memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat *under-fulfillment* dan *over-fulfillment*.” Sedangkan metode *holiday satisfaction* ditunjukkan oleh adanya perbedaan antara harapan dan persepsi wisatawan terhadap obyek wisata yang pernah dikunjunginya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harapan lebih besar daripada persepsi yang telah dirasakan oleh wisatawan Surabaya yang telah mengunjungi obyek wisata di Kota Batu. Hal ini berarti wisatawan itu merasa tidak puas. Ketidakpuasan ini ditunjukkan oleh respon terkait dengan dimensi daerah tujuan, keberadaan toko souvenir dan cinderamata, hotel dan restoran, pusat seni, transportasi, dan sumber informasi. Kesemuanya ini tampak pada analisis kuadran yang digunakan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, secara deskriptif bahwa wisatawan Surabaya yang berkunjung ke Kota Batu dapat dikatakan masih belum merasa puas dan sudah selayaknya Kota Batu yang banyak obyek wisatanya ini perlu banyak pembenahan guna memberikan daya

tarik lebih menyenangkan lagi bagi wisatawan domestik atau mancanegara dikemudian hari.

Kata Kunci: Wisatawan, *holiday satisfaction*, analisis kuadran.

A. Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan fenomena yang sangat kompleks dan unik, karena memiliki sifat multidimensi, baik secara fisik, sosial, ekonomi, politik maupun budaya. Industri pariwisata itu tidaklah berdiri sendiri, tetapi merupakan industri yang terdiri dari serangkaian usaha-usaha yang berbeda-beda yang saling terkait di dalam satu rangkaian industri pariwisata (seperti: restoran, hotel, travel, toko souvenir atau cinderamata, dan lain sebagainya).

Kota Batu yang terletak di ketinggian 700 sampai 1100 meter di atas permukaan laut dan posisinya di kaki gunung panderman dengan suhu udara antara 15° - 19° C, menjadi daerah wisata yang udaranya sejuk seakan kota Batu itu menjadi "Bandung"nya Jawa Timur. Seperti layaknya wilayah pegunungan yang daerahnya subur, kota Batu memiliki panorama alam yang indah dan berudara sejuk, tentunya akan menarik perhatian untuk mendorong minat masyarakat untuk mengunjungi dan menikmati kota Batu sebagai kawasan pegunungan yang memberikan daya tarik wisata tersendiri. Awal abad 19 kota Batu dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata oleh orang-orang Belanda. Situs dan bangunan-bangunan peninggalan Belanda atau semasa Pemerintahan Hindia Belanda masih membekas bahkan menjadi aset dan kunjungan wisata hingga saat ini. Bangsa Belanda sangat kagum dengan keindahan dan keelokan kota Batu, sehingga Bangsa Belanda mensejahterakan daerah kota Batu dengan sebuah negara di Eropa yaitu Switzerland dan memberikan predikat sebagai De Klein Switzerland atau Swiss kecil di Pulau Jawa (<http://www.pemkotbatu.go.id>).

Banyak obyek wisata yang ditawarkan oleh kota Batu kepada wisatawan demi meningkatkan jumlah wisatawan yang datang berwisata ke kota Batu. Saat ini tidak kurang dari enam belas obyek wisata yang ditawarkan kota Batu kepada wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara, beberapa diantaranya adalah: Air Terjun Coban Rondo, Pemandian Selecta, Songgoriti, Jawa Timur Park (Jatim Park), Tanaman Obat Keluarga, Klub Bunga, Plaza Batu, Pasar Wisata Minggu, dan Kusuma Agrowisata (<http://digilib.unikom.ac.id>).

Menurut sigi awal yang telah dilakukan kepada 15 orang yang pernah berwisata ke Batu dan berdomisili di kota Surabaya menunjukkan bahwa intensitas untuk berwisata ke Batu sebanyak 1-2 kali dalam setahun adalah 93%; dan obyek wisata yang paling banyak dikunjungi yakni 47 % adalah Jatim Park. Sedangkan produk-produk wisata yang telah dipersepsikan dibanding dengan harapannya ternyata harapannya lebih besar daripada yang dipersepsikan. Hal ini mengindikasikan bahwa produk-produk wisata yang tersedia di kota Batu itu jauh dari harapan para wisatawan yang pernah mengunjungi obyek wisata. Diantara produk-produk wisata yang dimaksudkan adalah kemenarikan obyek wisata, keunikan souvenir, kualitas restoran,