

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Pada awalnya tempat wisata air panas alam Ciater yang sekarang lebih dikenal dengan sebutan *Sari Ater Hot Spring Resort Hotel* dan Rekreasi adalah tempat pemandian yang biasa dipergunakan oleh masyarakat sekitar Desa Ciater, Palasari dan Nagrak. Namun setelah seorang ahli berkebangsaan Belanda menemukan khasiat yang terdapat dalam air panas alam tersebut untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit khususnya penyakit kulit, maka mulailah berdatangan orang dari berbagai daerah untuk datang mandi sambil berobat ke Ciater. Mr. Hack Bessel atau Tuan Bessel dalam mengembangkan penelitiannya (begitulah panggilan akrab masyarakat kepada ahli Belanda itu) membangun rumah tinggal didekat sumber air panas alam Ciater, lokasinya kira-kira disekitar kantor Koperasi Karyawan PT. Sari Ater.

Pada tanggal 20 Maret 1974 Pemda TK II Kabupaten Subang menyerahkan pengelolaan Objek Wisata Air Panas Ciater kepada PT. Sari Ater yang dipimpin oleh Bapak H.A Soewarma, pada masa Bupati Kepala Daerah TKII Kabupaten Subang dijabat oleh Bapak Letkol Atju Syamsuddin. Manager pertama yang dipercayakan oleh PT. Sari Ater untuk memimpin pengelolaan objek Wisata air panas alam Ciater adalah Bapak Gautama, Alm (tahun 1974 s/d1975).

Seluruh area wisata seluas 7.335 Ha yang dikelola dibenahi dan dibuatkan pagar pembatas dari kawat berduri. Untuk menunjang pengembangan dan usaha promosi PT. SariAter membangun armada bis dengan salah satu trayek Bandung Subang melalui Ciater sebanyak 16 armada bis yang bernama Sari Express. Tahun 2000 Sari Ater Hot Spring Resort membangun kembali *Multi Function Room* Dayang Sumbi fasilitas ruangan *meeting* dengan kapasitas

750sampai 1000 orang. Ruangan tersebut bisa dipakai untuk pernikahan, ulang tahun, seminar dengan beberapa bentuk meeting. Sampai sekarang hotel dan objek wisata air panas alam Sari Ater lebih terkenal dengan sebutan Sari Ater *Hot Spring Resort Hotel and Recreation* (www.agoda.com diakses 25 Oktober 2012)

A. Logo Perusahaan



Gambar 1.1

Logo Perusahaan

B. Misi Perusahaan

Misi PT Sari Ater adalah melestarikan keunggulan alam pegunungan Kabupaten Subang yang memiliki sumber air panas untuk dikembangkan secara profesional menjadi destinasi wisata yang dapat dinikmati oleh masyarakat luas.

1.1.2 Produk dan Jasa yang ditawarkan

Sari Ater *Hot Spring Resort* merupakan salah satu kawasan wisata yang berkembang sangat pesat di Jawa Barat. Sari Ater Hot Spring Resort selalu melakukan inovasi untuk memanjakan konsumennya agar tidak merasa bosan dengan produk yang sudah ada. Inovasi yang dilakukan mulai dari pengembangan produk *sport and leisure* sampai dengan produk restorannya yaitu Kampung Lesehan Kabayan (www.agoda.web.id/Bandung, diakses tanggal 10 Januari 2013).

Berikut adalah produk Kolam rendam di Sari Ater *Hot Spring Resort*:

Tabel 1.1
Kolam Rendam Air Panas

No	Jenis Kolam Rendam Air Panas
1	Kolam Rendam Mayang Sari
2	Kolam Rendam Wangsadipa
3	Kolam Rendam
4	Kolam Rendam Jambu
5	Kolam Rendam Pulosari
6	Kolam Rendam Leuwi Sari
7	Kolam Rendam Emas (untuk merendam kaki)

Sumber: *Recreation Departement Sari Ater Hot Spring Resort 2012*

Sari Ater *Hot Spring Resort* juga memiliki fasilitas *Sport and Leisure* dapat dilihat Tabel 1.2:

Tabel 1.2
Produk Sport And Leisure

No	<i>Sport and Leisure Product</i>
1	<i>Go Kart Off Road</i>
2	<i>Paint Ball War Games</i>
3	<i>Mini Motto</i>
4	<i>ATV Adventures 4WD</i>
5	<i>Ciater Hilltop 4wd permanent Adventures off Road Track</i>
6	<i>BuggyTwin Seater</i>
7	<i>Flying Fox Thundem</i>
8	<i>Shooting Target</i>
9	<i>Billiard</i>
10	<i>Mini Golf (Put and Put)</i>

Sumber: *Recreation Departement Sari Ater Hot Spring Resort 2012*

Selain fasilitas rekreasi, Sari Ater *Hot Spring Resort* juga memiliki *café* dan *restaurant*, dapat dilihat pada Tabel 1.3 di bawah ini :

Tabel 1.3
Café dan Restaurant

No	<i>Café dan Restaurant</i>
1	<i>Go Kart Off Road</i>
2	<i>Paint Ball War Games</i>
3	<i>Mini Motto</i>
4	<i>ATV Adventures 4WD</i>
5	<i>Ciater Hilltop 4WD off Road Track</i>
6	<i>Buggy Twin Seater</i>
7	<i>Flying Fox Thundem</i>
8	<i>Shooting Target</i>
9	<i>Billiard</i>
10	<i>Mini Golf (Put and Put)</i>

Sumber: *Recreation Departement Sari Ater Hot Spring Resort 2012*

Fasilitas lainnya yaitu fasilitas akomodasi Hotel dan Bungalow pada Tabel 1.4 :

Tabel 1.4
Hotel dan Bungalow

No	<i>Tipe Hotel</i>	<i>Jumlah</i>
1	Standard Room	48 room
2	Deluxe Room	16 room
3	Deluxe Balcony	16 room
No	<i>Tipe Bungalow</i>	<i>Jumlah</i>
1	Sunan Suite	1 bungalow
2	Family Suite	5 bungalow
3	Suite Bungalow	5 bungalow
4	Junior Suite	24 bungalow
5	Family Bungalow	2 bungalow
6	Deluxe Suite Bungalow	9 bungalow
7	Superior Bungalow	3 bungalow
8	Deluxe Bungalow	4 bungalow

9	Standard Bungalow	32 bungalow
10	Adat House A	2 bungalow
11	Adat House B	4 bungalow

Sumber: *Recreation Departement Sari Ater Hot Spring Resort 2012*

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata telah menjadi sektor andalan di dalam pembangunan ekonomi sebuah negara. Perkembangan pariwisata merupakan penggerak ekonomi daerah sekitar maupun nasional serta dapat menjadi suatu andalan daerah. Salah satu sektor terhandal perekonomian yang turut menunjang serta meningkatkan pendapatan asli daerah baik tingkat daerah maupun nasional adalah sektor kepariwisataan. Diperlukan perhatian serta pengelolaan secara terus menerus, dengan pengembangannya yang efektif dan efisien agar dapat didayagunakan secara maksimal.

Menurut *World Tourism Organization* (WTO) pada tahun 2011 lebih dari 270 juta wisatawan menghabiskan \$92 milyar setiap tahun di beberapa tempat. Hal ini merupakan suatu pendapatan yang besar dalam sektor pariwisata. Dengan semakin berkembangnya industri pariwisata, jumlah wisatawan akan bertambah sebanyak 60% per – tahun menurut WTO. Pariwisata juga memberikan pengaruh pada sektor ekspor suatu negara dan menggerakkan orang-orang dari satu negara ke negara lain (<http://www2.unwto.org/home>, diakses tanggal 27 Oktober 2012).

Perkembangan pariwisata dunia juga mempengaruhi perkembangan industri pariwisata di Indonesia. Hal ini ditunjukkan melalui peningkatan jumlah devisa yang berasal dari perkembangan pariwisata. Seperti diilustrasikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.5
Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia

Tahun	Jumlah Wisatawan	Rata – Rata pengeluaran per orang (US Dollar)		Rata-rata lama tinggal	Penerimaan Devisa (Juta USD)
		Per kunjungan	Per Hari		
2006	4.871.351	913,09	100,48	9,09	4.447,98
2007	5.505.759	970,98	107,70	9,02	5.345,98
2008	6.234.497	1.178,54	137,38	8,58	7.347,60
2009	6.323.730	995,93	129,57	7,69	6.297,99
2010	7.002.944	1.085,75	135,01	8,04	7.603,45

Sumber : Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia, 2011, diakses tanggal 17 Oktober 2012

Dari data kunjungan wisatawan di atas cukup membuktikan bahwa sektor pariwisata di Indonesia sudah berkembang dan telah menjadi daya tarik bagi para wisatawan yang selanjutnya akan terus digalakan untuk menyumbang devisa negara non migas. Untuk itu pemerintah harus benar-benar bekerja keras dalam memajukan sektor pariwisata ini. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan membenahi daerah-daerah yang masih belum tertata dan menonjolkan potensi yang ada di daerah tersebut serta membekali masyarakat Indonesia tentang pentingnya pariwisata (www.kppo.bappenas.go.id, diakses tanggal 29 Nopember 2012). Melihat adanya peluang besar dari industri pariwisata maka kebutuhan terhadap industri perhotelan semakin tinggi, karena salah satu faktor kenyamanan wisatawan dalam berwisata adalah dengan adanya hotel/akomodasi yang berkualitas yang bisa menunjang semua kebutuhan para wisatawan.

Jawa Barat sebagai salah satu destinasi unggulan di Indonesia yang memiliki potensi wisata yang dapat menarik wisman dan wisnus. Diperkuat oleh lokasi yang berdekatan dengan pusat pasar pariwisata Indonesia yaitu Daerah Tujuan Wisata(DTW) Jakarta, yang merupakan salah satu pintu masuk

ke Indonesia. Provinsi Jawa Barat memiliki 360 daya tarik wisata diantaranya 214 dayatarik wisata alam, 73 wisata budaya dan 73 daya tarik wisata khusus. Potensi diatas belum termasuk berbagai potensi wisata yang belum tergali. Potensi wisata ini harus terus dikembangkan lebih baik lagi agar bisa menjadi daya tarik wisata bagi para wisatawan sehingga dapat meningkatkan dan memajukan industri pariwisata di Jawa Barat (*disparbud.jabarprov.go.id*, diakses tanggal 18 Nopember 2012).

Berikut ini merupakan data jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara yang berkunjung ke daya tarik wisata di Provinsi Jawa Barat. Berikut data jumlah wisatawan nusantara pada tabel 1.6 dibawah ini :

Tabel 1.6
Data Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat Tahun 2007-2011

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan		Jumlah	% kenaikan
	Mancanegara	Domestik		
2007	207.935	16.890.316	17.098.250	
2008	300.345	27.345.657	27.646.002	61,69
2009	361.256	28.356.987	28.718.243	3,87
2010	750.324	34.056.976	34.807.302	21,2
2011	800.678	36.154.376	36.955.054	6,1

Sumber : Disbudpar Jawa Barat, 2012, diakses tanggal 17 Oktober 2012

Berdasarkan tabel 1.6, dapat dilihat jumlah kunjungan dari tahun 2007 – 2011, terdapat kenaikan pada jumlah total kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun domestik setiap tahunnya, dengan jumlah kenaikan signifikan antara tahun 2007 – 2008 sebesar 61,69% dari tahun sebelumnya.

Salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki wisata alam yang menarik adalah Kabupaten Subang. Di kabupaten ini, terdapat banyak obyek wisata yang dapat dikunjungi dan juga telah terkenal hingga ke mancanegara dan telah menjadi ikon wisata Jawa Barat, yaitu Gunung Tangkuban Perahu dan wisata Sari Ater *Hot Spring Resort*. Peneliti memilih Sari Ater *Hot Spring*

Resort karena obyek wisata ini menjadi salah satu penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) terbesar di Kabupaten Subang dan jika dibandingkan dengan pesaingnya, Sari Ater *Hot Spring Resort* memiliki berbagai sarana dan fasilitas wisata yang lebih bervariasi dan telah menjadi *icon* wisata Jawa Barat (disparbud.jabarprov.go.id, diakses tanggal 18 Nopember 2012). Pada kawasan wisata ini tidak hanya terdapat wisata pemandian air panas alam saja, tetapi juga terdapat fasilitas *outboud* serta *sport and adventures product*. Selain itu, PT. Sari Ater terus mengembangkan inovasi fasilitas yang tidak dimiliki kompetitor khususnya untuk area rekreasi dan wahana wisata, di antaranya :

- a) Fasilitas Olahraga Panahan
- b) *Buggy Twin Sitter*
- c) *Permanent Track ATV & Jeep Offroad*

Setiap *weekend* dan *long weekend* kawasan ini selalu dipadati oleh wisatawan. Berikut ini data pengunjung rekreasi jumlah wisatawan Sari Ater *Hot Spring Resort* dapat dilihat pada tabel 1.7 dibawah ini :

Tabel 1.7
Data Pengunjung Sari Ater *Hot Spring Resort*

Tahun	Pengunjung		Jumlah
	Asing	Domestik	
2007	2,662	1,454,103	1,456,765
2008	2,077	1,204,408	1,206,485
2009	3,362	1,318,184	1,321,546
2010	4,514	1,418,936	1,423,450
2011	17,811	1,373,146	1,390,957
Total	30,426	6,768,777	6,799,203

Sumber : Data Statistik Pengunjung dari GRO
(*Guest Relation Officer*) Sari Ater *Hot Spring Resort*, 2012

Menurut tabel di atas dapat diketahui, jumlah wisatawan Sari Ater *Hot Spring Resort* berfluktuasi (naik-turun). Penurunan itu terlihat dari berkurangnya jumlah wisatawan yang semula berjumlah 1.456.765 pada tahun 2007 menjadi 1.206.485 pada tahun 2008. Meskipun sempat mengalami kenaikan pada tahun 2009 dan 2010, tetapi pada tahun 2011 jumlah pengunjung kembali turun menjadi 1.390.957 pada tahun 2011.

Salah satu faktor yang menyebabkan fluktuatifnya jumlah kunjungan tersebut adalah tingginya persaingan industri pariwisata di daerah Bandung Utara hingga Kabupaten Subang. Persaingan tersebut terjadi terutama sejak 15 tahun terakhir, yang ditandai dengan mulai dibangunnya kawasan wisata alam oleh beberapa perusahaan yang bekerjasama dengan Pemerintah Daerah ataupun BUMN seperti Perum Perhutani dan PT Perkebunan Nusantara. Berdasarkan data yang ada, terdapat sekitar 6 kompetitor dari obyek wisata Sari Ater di wilayah Bandung Utara-Lembang, yaitu Bumi Perkemahan Cikole, Grafika Lembang, Tangkuban Perahu, Taman Wisata Maribaya, Curug Dago, Taman Hutan Dago Pakar. Pada obyek wisata tersebut terdapat wisata alam sebagai produk utama. Selain itu, obyek wisata tersebut juga dilengkapi dengan fasilitas wisata pelengkap lainnya, seperti *resort*, rumah makan, kebun strawberry, lokasi *outbond* dan perkemahan. (Humas PT Sari Ater, Januari 2013).

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan Dasep Heriansyah selaku Humas PT Sari Ater (tanggal 9 Januari 2013), penurunan jumlah wisatawan tersebut karena masih belum maksimalnya kegiatan pemasaran kawasan wisata di PT Sari Ater, terutama melalui media massa. Selama ini PT Sari Ater lebih mengandalkan promosi melalui penyelenggaraan *event*, *sponsorship* acara tertentu, ataupun bekerjasama dengan berbagai lembaga seperti industri perhotelan, travel dan rumah makan, ataupun instansi pemerintah. Perusahaan juga belum dapat menilai sejauh mana kinerja

promosi yang telah dilakukan dapat secara efektif meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Faktor lainnya adalah obyek wisata lain menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan tarif masuk ke lokasi obyek wisata Sari Ater, misalnya tiket masuk pada obyek wisata Grafika Lembang seharga Rp 45.000 untuk biaya masuk dan sewa lokasi, sedangkan tiket masuk untuk wisata alam di Sari ater sebesar Rp 72.000/ orang.

Berdasarkan hal tersebut, maka penting bagi Sari Ater *Hot Spring Resort* memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan posisi dan *market share* perusahaan di tengah persaingan yang semakin tinggi. Di antara berbagai strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan menetapkan harga yang bersaing serta kelengkapan fasilitas yang disediakan. Hal ini karena dalam industri pariwisata salah satu faktor utama yang dinilai oleh wisatawan adalah kelengkapan fasilitas dan juga seberapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Kelengkapan fasilitas akan membentuk citra atas kualitas obyek wisata bagi wisatawan, sedangkan harga akan mempengaruhi biaya perjalanan wisata yang harus dikeluarkan oleh wisatawan. Hal tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap pemilihan obyek wisata yang akan dikunjungi.

Harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Dalam sebagian besar kasusnya, permintan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga semakin rendah permintaan, demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi tingkat permintaan terhadap produk yang ditawarkan (Tjiptono, 2008:151). Menurut Fred Lawson dan Boud-Bovy (2007:245) Fasilitas pendukung kegiatan wisata seorang pengunjung harian atau seorang wisatawan, walaupun fasilitas bukanlah hal utama yang bisa menjadikan konsumen merasa puas, namun dengan adanya fasilitas akan memudahkan segala bentuk kegiatan yang akan dilakukan oleh para konsumen.

Kelengkapan fasilitas dan sarana wisata menyebabkan wisatawan dapat menikmati obyek wisata secara maksimal, karena saat ini wisatawan memilih untuk berkunjung ke suatu obyek wisata tidak hanya ingin menikmati keindahan alam yang ada, tetapi juga fasilitas-fasilitas pendukung wisata yang dapat dinikmati. Sehingga seringkali kualitas obyek wisata dinilai dari fasilitas yang disediakan oleh pengelola terhadap wisatawan.

Penetapan harga (*price*) yang tepat dan ketersediaan fasilitas, merupakan salah satu strategi bisnis yang sangat penting dalam industri pariwisata karena hal tersebut diharapkan semakin mendorong konsumen untuk mengunjungi obyek wisata, yang pada akhirnya akan meningkatkan volume penjualan. Untuk itu, peneliti mencoba melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Penetapan Harga dan Fasilitas Wisata Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan pada *Sari Ater Hotel And Resort*”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka masalah pokok yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penetapan harga pada *Sari Ater Hotel and Resort*?
2. Bagaimana fasilitas wisata yang tersedia pada *Sari Ater Hotel and Resort*?
3. Bagaimana proses keputusan berkunjung wisatawan pada *Sari Ater Hotel And Resort* ?
4. Seberapa besar pengaruh penetapan harga dan fasilitas wisata terhadap proses pengambilan keputusan berkunjung wisatawan pada *Sari Ater Hotel And Resort*?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penetapan harga pada Sari Ater *Hotel and Resort*.
2. Untuk mengetahui fasilitas wisata yang tersedia pada Sari Ater *Hotel And Resort*.
3. Untuk mengetahui proses keputusan berkunjung wisatawan pada Sari Ater *Hotel And Resort*.
4. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan fasilitas wisata terhadap proses pengambilan keputusan berkunjung wisatawan konsumen pada Sari Ater *Hotel And Resort*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan dalam bidang *marketing*, khususnya yang berkaitan langsung dengan penetapan harga dan penyediaan fasilitas wisata di Sari Ater *Hotel And Resort*.
2. Bagi PT. Sari Ater, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi dan masukan dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang, khususnya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.
3. Bagi pihak lain, berguna sebagai acuan dan bahan referensi yang diharapkan dapat menambah literature hasil penelitian dalam bidang pemasaran.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I. Pendahuluan. Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan terhadap objek studi, latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II. Tinjauan Pustaka. Pada bab ini memaparkan penelitian terdahulu, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III. Metodologi Penelitian. Pada bab ini dibahas mengenai jenis penelitian, operasional variabel dan pengukuran skala, data dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, pengajuan instrumen penelitian, analisis data, serta pengujian hipotesis.

BAB IV. Analisis dan Pembahasan. Pada bab ini dijelaskan cara mengumpulkan data melalui kuisioner yang disebarkan dan telah diisi oleh responden serta pengolahannya menggunakan metode yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu pada bab ini akan dijelaskan mengenai analisa dari hasil pengolahan data responden dan data penelitian berdasarkan data yang diperoleh.

BAB V. Kesimpulan dan Saran. Pada bab ini akan menyimpulkan hasil yang didapat dari penelitian ini serta memberikan saran dan rekomendasi terhadap perusahaan.