



Keseimbangan Harga dan Kualitas Produk Wisata di Destinasi Batukaras Pangandaran Menurut Wisatawan

Raniri Munawar
ranirimunawar@mail.ugm.ac.id
Universitas Gadjah Mada

Article Info

Submitted 9 July 2022
Revised 19 August 2022
Accepted 21 September 2022

Keywords:

Tour price;
The quality of tourism products;
Tourist destinations;
Batukaras Beach;
Batukaras Beach tourists

Kata Kunci:

Harga wisata;
Kualitas produk wisata;
Destinasi wisata;
Pantai Batukaras,
Wisatawan Pantai Batukaras

D.O.I :
<https://doi.org/10.17509/jithor.v5i2.48394>

Abstract

The tourism industry's development has triggered many destinations to compete to show their quality. This study aims to find a balance between the price and quality of tourism products in Batukaras Beach according to tourists. Therefore, tourists often compare the price and quality with another before choosing their destination. The quality of tourism products is a perception of a product about the guarantee of satisfaction that will be obtained from a tourist destination. Data were collected through observation, documentation, and the distribution of questionnaires to 100 tourists. Data analysis was carried out in two stages. First, Importance-Performance Analysis (IPA) is used to test the quality of tourism products. Second, different tests and gap analyses were conducted to measure the balance of price and quality of tourism products. The study's results found a significant difference (0.022) between the price and quality of tourism products. This study shows that the balance of price and quality of tourism products is a fundamental factor for a destination in determining future planning. The implication is that developing the quality of tourism products, such as supporting facilities, public toilets, cleanliness, and a variety of tourist attractions, is needed to increase the satisfaction of tourists visiting Batukaras as a destination.

Abstrak

Perkembangan industri pariwisata memicu banyak destinasi wisata berkompetisi menunjukkan kualitasnya. Studi ini bertujuan untuk menemukan keseimbangan antara harga dan kualitas produk wisata di destinasi Pantai Batukaras menurut wisatawan. Maka dari itu, Wisatawan seringkali membandingkan harga dan kualitas antara satu destinasi dengan yang lainnya sebelum memilih. Kualitas produk wisata diartikan sebagai persepsi terhadap suatu produk tentang jaminan atas kepuasan yang akan didapatkan dari suatu destinasi wisata. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi dan distribusi kuesioner kepada 100 wisatawan. Analisis data dilakukan melalui dua tahapan. Pertama, Importance-Performance Analysis (IPA) digunakan untuk menguji kualitas produk wisata. Kedua, uji beda dan analisis gap dilakukan untuk mengukur keseimbangan harga dan kualitas produk wisata. Hasil studi menemukan adanya perbedaan yang signifikan (0.022) antara harga dan kualitas produk wisata. Studi ini menunjukkan bahwa keseimbangan harga dan kualitas produk wisata menjadi faktor fundamental bagi sebuah destinasi dalam menentukan perencanaan di masa mendatang. Implikasinya, pengembangan kualitas produk wisata seperti fasilitas penunjang, toilet umum, kebersihan dan variasi atraksi wisata diperlukan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Batukaras.

PENDAHULUAN

Pantai Batukaras merupakan salah satu destinasi wisata yang berada di Kabupaten Pangandaran. Destinasi ini memiliki pemandangan alam yang indah, gelombang laut yang bersahabat dan pantai yang landai sehingga aman untuk aktivitas wisatawan. Pantai Batukaras diapit oleh teluk kecil yang menjadikan gelombang ombak menuju pantai tidak terlalu liar. Tercatat selama pantai dibuka sebagai obyek wisata tidak pernah ada wisatawan yang tenggelam ataupun terseret ombak ([Harapanrakyat.com, 2019](#)). Tempat ini juga sering dijadikan arena berselancar oleh para peselancar lokal maupun mancanegara. Berbagai *event surfing* tingkat nasional hingga internasional rutin dilaksanakan di tempat ini, salah satunya yaitu “South Coast Singles 2022” yang diikuti oleh 66 peserta dari berbagai negara ([Kumparan.com, 2022](#)). Selain itu, destinasi ini juga memiliki atraksi wisata lainnya seperti hutan *mangrove*, danau, makam keramat dan beragam sajian kuliner lokal.

Pantai Batukaras menyimpan potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata yang unggul di masa mendatang. Pantai ini masuk dalam golongan obyek wisata kelas I bersama dengan Pantai Pangandaran dan Pantai Batu Hiu yang menjadi prioritas pengembangan pariwisata dan menjadi destinasi favorit di Kabupaten Pangandaran. Pada kondisi peak season rata-rata kunjungan wisatawan ke Pantai Batukaras mencapai 22.161 orang setiap harinya ([iNewsJabar.id, 2021](#)). Namun sayangnya potensi tersebut belum dimanfaatkan dengan baik oleh pengelola setempat. Saat ini sejumlah wisatawan mengalami kekecewaan terhadap fasilitas yang ada di Pantai Batukaras ([detikNews, 2020](#); [detikTravel, 2020](#)).

Berdasarkan hasil observasi ada beberapa hal yang menjadi perhatian penulis. Pertama, pengelolaan sampah masih kurang baik. Di Pantai Batukaras, wisatawan masih dengan mudah menemukan sampah berserakan di jalan raya bahkan di pasir pantai sehingga kebersihan merupakan hal

yang menjadi nilai minus ([Anggraini, 2018](#)). Kedua, tidak ada toilet umum yang bersih dan memadai. Saat ini seluruh toilet umum dikelola oleh warga sekitar yang menyatu dengan warung di tempat parkir dengan kondisi yang kotor dan kurang terawat. Ketiga, kualitas tempat parkir kendaraan kurang baik. Tempat parkir yang ada beralaskan tanah sehingga jika hujan turun maka jalanan akan becek dan mengotori alas kaki hingga karpet mobil wisatawan. Keempat, di blok Pantai Sangyangkalang, pantai tertutup oleh perahu nelayan yang parkir sehingga wisatawan tidak bisa melihat pantai dari jalan raya. Kondisi tersebut menjadikan pantai terlihat kumuh serta mengurangi keindahan pemandangan setempat. Kelima, kurangnya variasi atraksi wisata, pasalnya destinasi ini menyimpan berbagai potensi atraksi wisata yang dapat dikembangkan ([Zulpikar et al., 2017](#)).

Fenomena tersebut diperburuk dengan tingginya biaya yang harus dikeluarkan wisatawan untuk mengunjungi Pantai Batukaras. Adapun untuk tiket masuknya, satu mobil minibus kecil dikenakan harga tiket sebesar Rp. 95.000. Sedangkan bus besar dan sejenisnya dikenakan tiket masuk sebesar Rp. 515.000 ([Peraturan Bupati Pangandaran Nomor 38 Tahun 2022](#)). Harga tersebut belum termasuk biaya parkir kendaraan di dalam lokasi wisata.

Harga erat kaitannya dengan kualitas produk. Semakin tinggi harga yang ditawarkan maka semakin tinggi kualitas produk yang diberikan ([Seetanah et al., 2015](#)). Dalam konteks pariwisata, kualitas produk diartikan sebagai totalitas produk wisata dalam memberikan layanan yang baik untuk memenuhi harapan wisatawan saat melakukan kegiatan wisata ([Mira et al., 2018](#)). Dalam hal ini kualitas produk wisata menjadi faktor penting bagi wisatawan dalam menentukan kunjungan ke suatu destinasi atau destinasi lainnya yang berdekatan dengan produk wisata yang memiliki daya tarik terumbu karang ([Wirakusuma et al., 2019](#)). Sementara itu, harga juga

menentukan keputusan pembelian bilamana harga tersebut memiliki daya saing dan sesuai dengan kualitas atau manfaat yang dibutuhkan (Narwal & Nayak, 2020). Menimbang harga tiket masuk ke Pantai Batukaras cukup tinggi, maka harapan wisatawan pun semakin tinggi terhadap kualitas produk wisata yang ada. Oleh karena itu, idealnya ada keseimbangan antara harga yang dibebankan oleh destinasi dengan kualitas produk wisata yang ditawarkan.

Berdasarkan studi sebelumnya, beberapa peneliti telah melakukan kajian di Pantai Batukaras, diantaranya mengenai partisipasi masyarakat (Anggara, 2016), potensi desa wisata (Bukhori, 2018), dan strategi pemasaran (Nugraha, 2014). Kajian mengenai kualitas produk wisata pun sudah banyak dilakukan oleh peneliti, antara lain Mulyana (2020), Rahmiati et al., (2020) dan Bedradina & Nezdoyminov (2019). Bagaimanapun, studi ini berbeda dengan studi sebelumnya, studi ini bertujuan untuk menemukan keseimbangan antara harga dan kualitas produk wisata di destinasi Pantai Batukaras menurut wisatawan. Hasil studi ini diharapkan akan menjadi landasan bagi dinas setempat dalam perencanaan kepariwisataan di Pantai Batukaras di masa mendatang. Adapun dari sisi praktis, implikasi studi ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas wisatawan yang berkunjung ke destinasi Pantai Batukaras.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas menjadi salah satu penentu konsumen dalam membeli suatu produk (Sari, 2019). Sedangkan dalam konteks pariwisata, kualitas produk menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan (Yulianandaris et al., 2020). Sependapat dengan Kiralova (2019) yang mengatakan bahwa keberlanjutan destinasi dalam jangka panjang tergantung pada kualitas produk, pelayanan, dan pemasoknya. Yulianandaris et al., (2020) mengartikan kualitas produk wisata sebagai persepsi terhadap suatu produk tentang jaminan atas kepuasan yang akan didapatkan

dari suatu atraksi wisata yang mendorong seseorang memilih destinasi wisata yang dikunjungi. Sehingga kualitas produk wisata diukur oleh kinerja atribut tertentu dalam memberikan kepuasan kepada wisatawan sesuai dengan janji yang ditawarkan suatu destinasi wisata. Middleton & Clarke (2001) menjabarkan dimensi kualitas produk wisata meliputi kualitas amenities, kualitas atraksi dan kualitas aksesibilitas. Selanjutnya, kualitas produk biasanya dievaluasi dengan harga suatu barang ataupun jasa.

Beberapa literatur menyatakan wisatawan sensitif terhadap harga (Forsyth & Dwyer, 2009; Plessis & Saayman, 2018), yang berarti bahwa harga merupakan salah satu pertimbangan utama ketika keputusan berwisata dibuat. Oleh karena itu, dalam meningkatkan jumlah kunjungan sangat penting untuk memperhatikan daya saing harga suatu destinasi dalam kaitannya dengan kualitasnya. Daya saing harga adalah biaya hidup secara keseluruhan di suatu destinasi yang meliputi akomodasi, makanan dan minuman, belanja, energi, wisata dan hiburan (Seetaram et al., 2016). Wisatawan seringkali membandingkan harga di satu destinasi dengan yang lainnya dan mempertimbangkan perbedaan harga tersebut sebelum memilih destinasi yang akan dituju. Oleh karena itu, kenaikan harga di satu destinasi akan menyebabkan peningkatan jumlah wisatawan di destinasi pesaingnya (Plessis & Saayman, 2018).

Selain itu, harga seringkali dijadikan sebagai indikator nilai, yang mana konsumen berpikir jika sebuah produk memiliki harga yang tinggi maka tinggi juga kualitasnya (Seetanah et al., 2015). Harga memang merupakan aspek vital, tetapi pertanyaannya apakah wisatawan mendapatkan kualitas yang sesuai dengan apa yang ia bayarkan, dengan apa yang ia nikmati, sehingga memperoleh keseimbangan dalam sebuah aktivitas wisata. Keseimbangan harga dan kualitas produk wisata diartikan sebagai sebuah kondisi dimana produk wisata yang dikonsumsi oleh wisatawan memiliki nilai yang sama dengan harga yang ditawarkan

oleh penyedia jasa wisata sehingga dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan. Oleh karena itu, keseimbangan harga dan kualitas produk wisata menjadi strategi penting dalam perencanaan pariwisata untuk menciptakan kepuasan bagi wisatawan (Yuliani, 2015). Lebih dari itu, kepuasan berpengaruh pada loyalitas wisatawan yang berdampak pada kunjungan ulang wisatawan (Munawar & Munawar, 2021).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* deskriptif. Pengumpulan data dilakukan selama dua minggu di Bulan Juni 2022. Sebelum *survey* dilakukan, peneliti mengumpulkan informasi mengenai produk dan harga wisata di destinasi Pantai Batukaras melalui observasi dan dokumentasi. Selanjutnya *survey* dilakukan kepada wisatawan yang berkunjung ke destinasi Pantai Batukaras, Pangandaran. Peneliti membagikan kuesioner kepada wisatawan untuk memperoleh tanggapan mengenai kualitas produk wisata dan keseimbangan antara harga dan kualitas produk wisata di destinasi Pantai Batukaras dengan menggunakan 5 poin *skala likert* yaitu 1=Sangat Tidak Setuju, hingga 5=Sangat Setuju. Dalam menentukan ukuran sampel, studi ini menggunakan rumus slovin yaitu $n = N / \{1+(Ne^2)\}$. Adapun populasinya merujuk pada data dari Dinas

Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran mengenai jumlah wisatawan di Pantai Batukaras pada Tahun 2021 sebanyak 380.577 wisatawan menggunakan tingkat signifikansi 10%, sehingga sampel dalam studi ini yaitu $n = 380577 / \{1+ (380577 \times 0.102)\} = 99,97$ atau dibulatkan menjadi 100 wisatawan.

Metode analisis dalam penelitian ini terdiri dari dua tahapan. Pertama, pertanyaan kuesioner mengenai kualitas produk wisata dianalisis menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA), yaitu sebuah analisis untuk menemukan gap antara kinerja atribut dan harapan wisatawan. Kedua, pertanyaan kuesioner mengenai keseimbangan harga dan kualitas produk wisata dianalisis menggunakan uji beda dan analisis *gap*. Uji beda dilakukan untuk membandingkan perbedaan rata-rata antara harga dan kualitas produk wisata pada keseluruhan indikator yang diuji. Sedangkan analisis *gap* dilakukan untuk mengukur seberapa besar kesenjangan rata-rata persepsi wisatawan terhadap indikator-indikator yang dianalisis dari segi harga maupun kualitas produk wisata. Untuk pengujian analisis seluruhnya dilakukan menggunakan *software* SPSS 26. Adapun indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No item
Kualitas Produk Wisata (Middleton & Clarke, 2001)	Atraksi	• Keindahan alam Pantai Batukaras	Ordinal	1
		• Variasi atraksi wisata Pantai Batukaras	Ordinal	2
		• Keamanan Pantai Batukaras	Ordinal	3
		• Daya saing Pantai Batukaras	Ordinal	4
		• Kebersihan di Kawasan Pantai Batukaras	Ordinal	5
	Amenitas	• Kualitas penginapan dan rumah makan di Pantai Batukaras	Ordinal	6
		• Ketersediaan fasilitas penunjang	Ordinal	7
		• Kelayakan dan kebersihan toilet umum	Ordinal	8
		• Kualitas tempat parkir umum	Ordinal	9
	Aksesibilitas	• Kondisi jalan menuju Pantai Batukaras baik dan mudah dijangkau	Ordinal	10
	• Lokasi Pantai Batukaras strategis			

Raniri Munawar: Keseimbangan Harga dan Kualitas Produk Wisata di Destinasi Batukaras Pangandaran Menurut Wisatawan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No item
		• Ketersediaan papan penunjuk jalan / informasi wisata	Ordinal	11
			Ordinal	12
Harga <i>(Zeithaml et al., 2006)</i>	Tingkat harga	• Tiket masuk wisata dan parkir	Ordinal	13
		• Rumah makan	Ordinal	14
		• Penginapan	Ordinal	15
		• Sewa jasa wisata	Ordinal	16
		• <i>Souvenir</i>	Ordinal	17

Sumber: Hasil olah peneliti, 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuesioner, peneliti memperoleh informasi tentang karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan jumlah kunjungan. Dari segi jenis kelamin, responden laki-laki lebih banyak (61%) daripada perempuan (39%). Responden didominasi oleh kelompok usia muda 18-26 tahun (48%), diikuti kelompok responden 27-35 tahun (32%), dan kelompok terkecil adalah kelompok responden 35 tahun ke atas (20%). Sedangkan pekerjaan sebagian besar responden adalah pelajar (38%), diikuti oleh karyawan (29%), wiraswasta (25%) dan paling sedikit adalah ASN (aparatur sipil negara) sebanyak 8%. Sebagian besar responden baru pertama kali mengunjungi Pantai Batukaras (58%), sedangkan sisanya (42%) sudah pernah berkunjung ke Pantai Batukaras.

Gambar 1. Lokasi Destinasi Batukaras



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran

2. Produk Wisata Pantai Batukaras

a. Atraksi Wisata

Hasil studi menunjukkan bahwa Pantai Batukaras memiliki tiga tipe atraksi wisata. Selain atraksi wisata alam, tempat ini juga menawarkan atraksi wisata budaya dan atraksi wisata minat khusus. Pantai Batukaras sendiri terdiri dari tiga blok pantai, yaitu blok pantai Legok Pari dan blok pantai Batununggul yang biasanya digunakan wisatawan untuk beraktivitas seperti berkemah, berselancar, berenang dan olahraga air. Sementara blok pantai Sangyangkalang difungsikan untuk aktivitas nelayan memancing ikan.

Pantai Batukaras juga memiliki obyek wisata hutan *mangrove* yang menawarkan keindahan alam yang mempesona dengan berbagai varian *mangrove* di dalamnya. Di hutan *mangrove* ini terdapat jembatan panjang untuk aktivitas wisatawan dan beberapa *spot* foto unik yang menambah daya tarik wisata. Tiket masuk ke hutan *mangrove* cukup terjangkau sehingga tempat ini sering dijadikan referensi wisatawan saat berkunjung ke Batukaras. Alternatif wisata lain di Pantai Batukaras adalah Situ Cisamping. Situ Cisamping adalah sebuah danau yang memiliki air jernih dan berwarna hijau dengan luas lahan sebesar 30 hektar. Di tempat ini terdapat berbagai aktivitas menarik seperti area berkemah, berenang, perahu bebek, deretan saung untuk makan bersama dan fasilitas umum lainnya. Wisatawan yang mengunjungi Situ Cisamping tidak dipungut biaya tiket masuk tetapi hanya membayar biaya sewa jasa wisata yang digunakan.

Selain itu, di Pantai Batukaras juga terdapat kesenian tradisional dan upacara adat yang menjadi atraksi wisata budaya, salah satunya adalah upacara tradisional hajat laut. Upacara tradisional hajat laut adalah suatu rangkaian seremoni adat yang dilaksanakan oleh masyarakat Pantai Batukaras dalam rangka melestarikan kebudayaan daerah serta mensyukuri hasil laut yang diberikan Tuhan. Salah satu pengelola Pantai Batukaras (Asep) mengatakan bahwa upacara tradisional ini sangat dinantikan wisatawan, pasalnya setiap acara ini digelar maka kunjungan wisatawan ke Pantai Batukaras bisa melonjak 2 hingga 3 kali lipat dari hari-hari biasanya. Lebih lengkapnya mengenai tipe-tipe atraksi wisata yang ada di Pantai Batukaras dapat dilihat pada [Tabel 2](#) dibawah ini.

Tabel 2. Atraksi Wisata di Pantai Batukaras

Atraksi Alam	Atraksi Budaya	Atraksi Minat Khusus
1. Pantai Batukaras	1. Upacara Hajat Laut	1. Berselancar
• Blok Pantai Legok Pari	2. Makam Sembah Agung	2. Berenang
• Blok Pantai Batununggul	3. Seni Gondang Buhun	3. Berkemah
• Blok Pantai Sangyangkalang	4. Tari Ronggeng Amen	4. Wisata Perahu
2. Hutan Mangrove	5. Desa Wisata Batukaras	5. Banana Boat
3. Situ Cisamping	6. Wisata Gastronomi	6. Memancing
		7. Perahu Restoran Apung

Sumber: Hasil observasi peneliti, 2022

b. Aksesibilitas

Secara administratif Pantai Batukaras terletak di Desa Batukaras, Kecamatan Cijulang, Kabupaten Pangandaran, Provinsi Jawa Barat. Lokasi Pantai Batukaras cukup strategis karena berdekatan dengan Bandar Udara Nusawiru dan Terminal Cijulang sehingga memudahkan untuk dicapai wisatawan. Meskipun demikian, tidak ada angkutan umum yang terhubung ke Pantai Batukaras sehingga wisatawan yang datang menggunakan kendaraan umum harus menyewa mobil rental atau ojek motor. Keterbatasan transportasi umum menuju destinasi ini menyebabkan mayoritas

wisatawan yang berkunjung menggunakan kendaraan pribadi mereka.

Dari pusat Kecamatan Cijulang jarak menuju Pantai Batukaras sekitar 5 km ke arah selatan. Jika ditempuh dari Pantai Pangandaran, lokasi Pantai Batukaras berjarak 34 km ke arah selatan atau sekitar 40 menit jika ditempuh menggunakan kendaraan pribadi. Dari Jakarta perjalanan ke Pantai Batukaras menempuh jarak sekitar 392 km, sedangkan dari Bandung berjarak sekitar 197 km. Lokasi Pantai Batukaras cukup potensial karena berdekatan dengan destinasi wisata lainnya. Sebelah utara berdekatan dengan Pantai Bojongsalawe dan Pantai Batu Hiu, sebelah barat berdekatan dengan destinasi wisata *Green Canyon* dan sebelah selatan berdekatan dengan Pantai Madasari.

Secara keseluruhan jika dilihat dari kondisinya, jalan menuju Pantai Batukaras sudah cukup baik untuk dilalui kendaraan. Sepanjang jalan sudah diaspal dengan kualitas yang sangat baik bahkan di beberapa titik yang bergelombang dipasang jalan beton. Meskipun demikian ada beberapa titik lokasi yang memiliki jalan sempit dan berlubang sehingga sedikit mengganggu kenyamanan. Hal yang menjadi perhatian adalah minimnya *signboard* (papan penunjuk jalan) menuju Pantai Batukaras, sehingga wisatawan yang baru pertama berkunjung akan mengalami kesulitan dan perlu bertanya berulang kali untuk memastikan bahwa mereka berada di jalan yang benar.

c. Amenitas

Amenitas mempunyai peranan yang penting dalam kelangsungan sebuah destinasi wisata. Selain daya tarik wisata, wisatawan membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan mereka dalam rangka memudahkan pemenuhan kebutuhan dan kegiatan sehari-hari. Dalam hal ini Pantai Batukaras memiliki beberapa fasilitas yang disediakan untuk memenuhi layanan dan kebutuhan wisatawan selama berada di lokasi wisata. Lebih lengkapnya tentang jenis dan jumlah amenitas yang ada di Pantai Batukaras dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Amenitas di Pantai Batukaras

No.	Nama	Jumlah
1.	Hotel	29
2.	Homestay	42
3.	Restoran / Café	22
4.	Mushola / Masjid	11
5.	Fasilitas Kesehatan	1
6.	ATM (Anjungan Tunai Mandiri)	1
7.	Minimarket	1

Sumber: Hasil observasi peneliti, 2022

Layanan amenitas di Pantai Batukaras cukup bervariasi baik jenis maupun jumlahnya. Dari sisi akomodasi, wisatawan diberikan beberapa pilihan jenis penginapan mulai dari hotel bintang satu hingga empat, kemudian villa dengan arsitektur khas lokal berbahan dasar bambu, sampai sensasi menginap di rumah-rumah milik warga sekitar.

Dari sisi makanan dan minuman, Pantai Batukaras juga menawarkan berbagai macam hidangan mulai dari makanan *sea food*, *western food* sampai dengan sajian kuliner khas lokal seperti pindang gunung, tulang jambal roti, soto pangandaran, dan lain-lain. Namun berdasarkan amenitas yang ada, masih terdapat beberapa hal yang menjadi persoalan wisatawan. Misalnya fasilitas kesehatan, untuk menuju lokasi terdekatnya saja, jarak yang harus ditempuh cukup jauh yaitu sekitar 5 km dari lokasi wisata. Kemudian layanan ATM dan *minimarket* juga kurang memadai karena lokasi wisata yang luas namun jumlahnya terbatas sehingga cukup menyulitkan wisatawan.

Selanjutnya, tempat sampah umum di Pantai Batukaras sangat terbatas, sehingga wisatawan kesulitan untuk membuang sampah yang ada. Di sisi lain, toilet umum juga masih kurang memadai baik dari segi jumlah, kebersihan maupun kelayakannya. Oleh karena itu, hal seperti ini perlu menjadi perhatian oleh pengelola dalam memberikan pelayanan yang baik dan memadai bagi wisatawan.

3. Harga Produk Wisata di Pantai Batukaras

Untuk memasuki area Pantai Batukaras, pengunjung dikenakan biaya tiket masuk. Adapun penetapan biaya tiket masuk mengacu pada [Peraturan Bupati nomor 38](#)

[Tahun 2022](#) tentang perubahan tarif retribusi tempat rekreasi dan olahraga di Kabupaten Pangandaran. Biaya tiket masuk yang dibayarkan sudah termasuk retribusi kebersihan, retribusi tempat parkir khusus dan asuransi kecelakaan diri. Untuk lebih lengkapnya mengenai harga produk wisata di Pantai Batukaras dapat dilihat pada [Tabel 4](#).

Harga tiket masuk wisata sudah tetap sehingga tidak ada perubahan. Namun untuk harga penginapan, makanan dan sewa jasa wisata bisa berbeda-beda tergantung penyedia pelayanan atau jasa wisata. Jika dilihat dari segi harga, baik layanan penginapan maupun makanan dan minuman masih dirasa cukup tinggi bagi sebagian wisatawan lokal sehingga perlu juga memperhatikan segmen wisatawan dari kelas menengah ke bawah. Adapun harga lain-lain yang dicantumkan di atas adalah hasil dokumentasi peneliti di berbagai hotel, rumah makan dan layanan sewa jasa wisata.

Tabel 4. Harga Produk Wisata di Pantai Batukaras

No.	Tiket Masuk Wisata Pantai Batukaras	Tarif (Rp)	Harga Lain-lain	Tarif (Rp)
1.	Orang	Rp. 10.000	Toilet umum	Rp. 5.000
2.	Sepeda motor	Rp. 20.000	Parkir motor	Rp. 5.000
3.	Jeep/ Sedan dan sejenisnya	Rp. 60.000	Parkir mobil	Rp. 10.000
4.	Minibus kecil dan sejenisnya	Rp. 95.000	Harga makanan	Rp. 12.000 - 250.000
5.	Minibus besar dan sejenisnya	Rp. 135.000	Harga penginapan	Rp. 100.000 - 1.500.000
6.	Bus kecil dan sejenisnya	Rp. 205.000	Banana boat	Rp. 50.000
7.	Bus sedang dan sejenisnya	Rp. 295.000	Jetski	Rp. 250.000
8.	Bus besar dan sejenisnya	Rp. 515.000	Sewa ban	Rp. 10.000 - 50.000
9.	Hutan mangrove	Rp. 5.000	Sewa papan selancar	Rp. 75.000 - 150.000

Sumber: Perbup Pangandaran No 38 Tahun 2022 dan dokumentasi peneliti, 2022

4. Kualitas Produk Wisata Pantai Batukaras Menurut Wisatawan

Kualitas produk wisata pada studi ini dianalisis menggunakan *Importance Performace Analysis* (IPA). Menurut [Boley et al., \(2017\)](#) IPA merupakan salah satu alat analisis paling efektif yang digunakan dalam studi pariwisata. Analisis ini memungkinkan peneliti untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi wisatawan tentang pentingnya sebuah atribut dan kinerja aktual dari atribut tertentu. Analisis ini terdiri dari dua tahapan yaitu analisis *gap* dan diagram *kartesianus*. Adapun alasan menggunakan analisis ini adalah untuk mengukur harapan dan kinerja suatu atribut menurut wisatawan serta menentukan atribut-atribut mana saja dari kualitas produk wisata tersebut yang harus dipertahankan atau ditingkatkan di Pantai Batukaras.

a. Analisis Gap

Analisis *gap* merupakan nilai *gap* dari hasil pengurangan antara skor rata-rata *performance* (kinerja) dan skor rata-rata *importance* (harapan). Perhitungan tingkat *gap* nantinya dapat memberikan sebuah pemahaman atau strategi perencanaan dalam mempertahankan kinerja suatu atribut atau bahkan melakukan tindakan untuk meningkatkan kinerja atribut dalam suatu aktivitas wisata. Untuk mengetahui tingkat *gap* antara kinerja dan harapan wisatawan terhadap kualitas produk wisata di Pantai Batukaras dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Tingkat Gap Kualitas Produk Wisata Pantai Batukaras

No.	Indikator	Importance	Performance	Gap
1.	Keindahan alam	4.36	3.96	-0.4
2.	Variasi atraksi wisata	4.28	3.02	-1.26
3.	Keamanan	4.48	3.76	-0.72
4.	Daya saing	2.56	3.14	0.58
5.	Kebersihan	4.26	2.60	-1.66
6.	Penginapan dan rumah makan	4.16	3.74	-0.42
7.	Fasilitas penunjang	4.18	2.06	-2.12

No.	Indikator	Importance	Performance	Gap
8.	Toilet umum	4.10	2.50	-1.6
9.	Tempat parkir umum	3.50	2.82	-0.68
10.	Kondisi jalan	4.38	3.62	-0.76
11.	Lokasi strategis	2.66	3.36	0.7
12.	Signboard	3.22	2.56	-0.66

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2022

Berdasarkan tabel di atas, nilai *gap* dari atribut kualitas produk wisata di Pantai Batukaras didominasi oleh nilai negatif. Artinya, ada beberapa atribut yang tidak sesuai dengan harapan wisatawan. Indikator yang memiliki nilai *gap* paling besar yaitu fasilitas penunjang dengan nilai *gap* -2.12 dan rata-rata nilai kinerja 2.06. Dalam konteks ini, fasilitas penunjang yang dimaksud adalah fasilitas kesehatan, ATM, tempat sampah, penukaran uang, tempat ibadah dan lainnya. Atribut ini memiliki nilai *gap* paling besar karena fasilitas penunjang di Pantai Batukaras masih belum lengkap, kualitasnya tidak memadai atau jumlahnya yang sedikit sehingga wisatawan merasa kesulitan atau mengalami kendala saat membutuhkan fasilitas ini. Sedangkan indikator yang memiliki nilai *gap* paling kecil yaitu keindahan alam dengan nilai *gap* -0.4 dan rata-rata nilai kinerja 3.96. Hal ini menandakan bahwa keindahan alam Pantai Batukaras sudah cukup baik dan sesuai dengan harapan wisatawan. Keindahan alam adalah modal utama dalam suatu destinasi, seperti yang dikatakan [Syafitri et al., \(2021\)](#) bahwa keindahan alam merupakan faktor tertinggi yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Adapun sedikit *gap* mungkin disebabkan oleh faktor-faktor lain seperti ketidaksesuaian tata ruang dan kebersihan. Meskipun demikian, secara keseluruhan tidak terdapat *gap* yang signifikan antara harapan dan kinerja keindahan alam berdasarkan persepsi wisatawan.

b. IPA Matrix

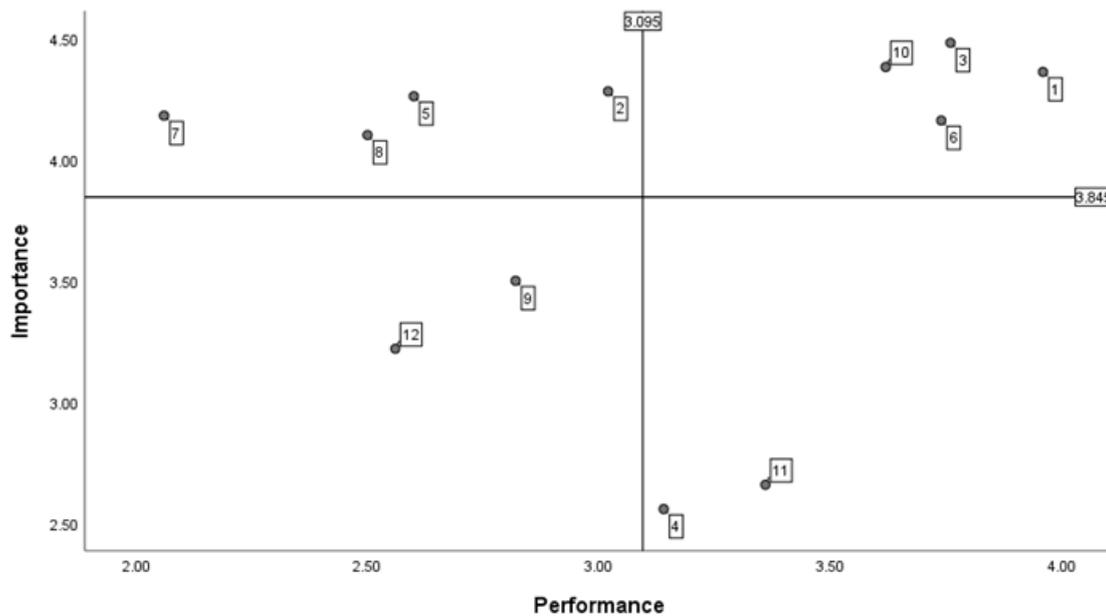
Analisis diagram kartesianus digunakan untuk mengukur kepuasan wisatawan terkait kualitas produk wisata di Pantai Batukaras. Analisis ini dibedakan ke dalam empat kuadran yang meliputi kuadran I (prioritas utama), kuadran II (pertahankan), kuadran

Raniri Munawar : Keseimbangan Harga Dan Kualitas Produk Wisata
Di Destinasi Pantai Batukaras Pangandaran Menurut Wisatawan

III (prioritas rendah) dan kuadran IV (berlebihan). Hasil analisis ini dapat menggambarkan atribut wisata mana saja yang akan menjadi prioritas utama pengelola untuk ditingkatkan, dipertahankan, prioritas rendah atau bahkan berlebihan. Analisis diagram kartesius berfungsi dengan

melakukan perpotongan dari dua buah garis lurus horisontal dan vertikal dengan menentukan total rata-rata kinerja dan harapan wisatawan. Berdasarkan pengolahan data menggunakan *software* SPSS 26 maka diperoleh gambar diagram kartesius sebagai berikut.

Gambar 2. Diagram Kartesius



Sumber: Hasil olah data peneliti, 2022

Gambar di atas adalah matriks harapan dan kinerja yang diperoleh dari 12 indikator kualitas produk wisata. Sumbu vertikal adalah *importance* (harapan) wisatawan, sedangkan sumbu horisontal adalah *performance* (kinerja) suatu atribut. Nilai rata-rata harapan sebesar 3.845 dan kinerja sebesar 3.095 digunakan sebagai *crossing point* dalam membangun jaringan IPA.

Indikator yang berada di sisi kiri atas masuk ke kuadran I (prioritas utama). Kuadran ini adalah bagian yang memuat indikator yang dianggap penting oleh wisatawan, namun pada keadaan eksisting belum sesuai dengan harapan wisatawan. Dalam arti lain wisatawan memiliki harapan besar pada indikator ini tetapi kinerja aktualnya tidak sesuai kenyataan di lapangan sehingga timbul *gap* antara harapan dan kenyataan. Adapun indikator yang masuk ke kuadran I adalah fasilitas penunjang, toilet umum, kebersihan dan variasi atraksi wisata.

Indikator ini menjadi kelemahan kualitas produk wisata Pantai Batukaras yang layak mendapatkan perhatian dan pengembangan lebih lanjut karena masuk ke dalam prioritas utama.

Indikator yang berada di sisi kanan atas masuk ke kuadran II (pertahankan). Kuadran ini adalah bagian yang memuat indikator yang dianggap penting oleh wisatawan dan kinerja aktualnya pun menunjukkan skor yang tinggi. Dalam arti lain ada keseimbangan antara kinerja atribut dan harapan wisatawan. Adapun indikator yang masuk ke kuadran II adalah keindahan alam, keamanan, penginapan dan rumah makan dan kondisi jalan. Indikator ini menjadi kekuatan kualitas produk wisata Pantai Batukaras yang layak untuk dipertahankan kinerja baiknya.

Indikator yang berada di sisi kiri bawah masuk ke kuadran III (prioritas rendah). Kuadran ini adalah bagian yang memuat indikator yang dianggap kurang penting oleh

wisatawan. Imbasnya peningkatan terhadap indikator yang ada di kuadran ini tidak menjadi prioritas karena berdampak kecil bagi wisatawan. Adapun indikator yang masuk ke kuadran III adalah tempat parkir umum dan *signboard* (papan penunjuk dan wisatawan, tetapi Pantai Batukaras tersebut. Adapun indikator yang masuk ke kuadran IV adalah lokasi strategis dan daya saing. Indikator ini tidak dianjurkan untuk dikembangkan oleh pengelola Pantai Batukaras dalam waktu dekat ini.

5. Keseimbangan Harga dan Kualitas Produk Wisata Menurut Wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh tanggapan wisatawan mengenai keseimbangan harga dan kualitas produk wisata di Pantai Batukaras. Pertama, uji beda dilakukan menggunakan *paired sample test*. Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan perbedaan rata-rata antara harga dan kualitas produk wisata pada keseluruhan indikator yang diuji. Kedua, analisis *gap* dilakukan untuk mengukur seberapa besar kesenjangan rata-rata persepsi wisatawan terkait indikator-indikator yang dibandingkan dari sisi harga maupun kualitas produk wisata. Pengujian dilakukan menggunakan SPSS dengan memasukan keseluruhan rata-rata harga dan kualitas produk wisata untuk selanjutnya ditemukan hasil dari perbedaan tersebut. Hasil uji beda dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 6. Paired Sample Test

	t	df	Sig. (2-tailed)
Pair1 Harga – KPW	3.641	4	.002

*Sig<0.05

Diketahui berdasarkan perhitungan statistik dengan uji beda *paired sample test* diperoleh nilai sig sebesar 0.022 dengan nilai t sebesar 3.641. Tingkat signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0.05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara harga dan kualitas produk wisata. Perbedaan tersebut

informasi wisata). Indikator ini mendapatkan prioritas yang rendah karena memiliki tingkat harapan atau kepentingan yang rendah pula.

Terakhir adalah kuadran IV (berlebihan). Kuadran ini adalah bagian yang memuat indikator yang dianggap tidak penting oleh wisatawan yang memiliki kinerja yang baik pada atribut menandakan bahwa persepsi wisatawan terhadap harga dan kaitannya dengan kualitas produk wisata di Pantai Batukaras tidak seimbang. Temuan ini memberikan pemahaman sekaligus sebuah acuan tentang perlunya menyusun tindakan berupa peningkatan aktual terhadap atribut-atribut yang memiliki kesenjangan yang tinggi antara harga dan kualitas produk wisata tersebut. Untuk lebih lengkapnya mengenai besaran kesenjangan dari masing-masing indikator, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 7. Tingkat *Gap* Harga dan Kualitas Produk Wisata Menurut Wisatawan

No	Indikator	Kualitas Produk Wisata	Harga	Gap
1	Makanan dan minuman	3.24	3.30	-0.06
2	Penginapan	3.36	3.48	-0.12
3	Tiket masuk wisata	3.16	3.32	-0.16
4	Sewa alat dan jasa wisata	3.04	3.12	-0.08
5	<i>Souvenir</i> dan oleh-oleh	3.08	3.10	-0.02
Nilai Rata-Rata Total		3.17	3.26	-0.09

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2022

Berdasarkan tabel di atas, nilai *gap* dari harga dan kualitas produk wisata di Pantai Batukaras didominasi oleh nilai negatif. Artinya, kualitas produk wisata di Pantai Batukaras belum sesuai dengan harga yang ditawarkan. Indikator yang memiliki nilai *gap* paling besar yaitu tiket masuk wisata dengan nilai *gap* -0.16 dan rata-rata nilai kualitas 3.16. Dalam konteks ini, tiket masuk wisata dihubungkan dengan kualitas produk wisata yang dirasakan wisatawan meliputi variasi atraksi wisata, keamanan, daya saing, kebersihan, fasilitas penunjang, toilet umum, tempat parkir dan aksesibilitas. Atribut ini memiliki nilai *gap* paling besar karena kualitas produk wisata di Pantai Batukaras masih belum memadai dan belum mampu

memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Sedangkan indikator yang memiliki nilai *gap* paling kecil yaitu *souvenir* dan oleh-oleh dengan nilai *gap* -0.02 dan rata-rata nilai kualitas 3.08. Hal ini menandakan bahwa kualitas *souvenir* dan oleh-oleh sudah cukup sesuai dengan harga yang ditawarkan. Adapun terdapat sedikit *gap* mungkin disebabkan oleh faktor lain, misalnya pada saat *peak season* wisatawan berburu *souvenir* dan oleh-oleh sehingga keterbatasan produk menyebabkan sedikitnya peningkatan harga dari saat kondisi normal.

Tanggapan wisatawan terkait harga wisata di Pantai Batukaras bervariasi mulai dari “sangat mahal” sampai ke “sangat murah”, namun secara keseluruhan variabel harga masuk ke dalam kriteria “sedang” dengan nilai rata-rata sebesar 3.26 (lihat Tabel 7). Hasil studi menunjukkan ketika dihubungkan dengan kualitas produk wisata maka harga merupakan aspek vital di dalam industri pariwisata. Temuan ini didukung oleh Plessis & Saayman (2018) yang menyatakan harga merupakan salah satu pertimbangan utama ketika wisatawan melakukan perjalanan. Selanjutnya Forsyth & Dwyer (2009) menambahkan bahwa wisatawan sangat sensitif terhadap harga, oleh karena itu, dalam meningkatkan kunjungannya sangat penting untuk memperhatikan daya saing harga suatu destinasi dalam kaitannya dengan kualitasnya.

Berdasarkan temuan studi, harga yang paling murah menurut wisatawan adalah *souvenir* dan oleh-oleh dengan nilai rata-rata 3.10. Hal ini dikarenakan pelaku usaha *souvenir* dan oleh-oleh yang termasuk dalam Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Batukaras telah menetapkan batasan produk dengan harga yang murah dengan tujuan meningkatkan *volume* penjualan. Sedangkan harga yang dianggap paling mahal bagi wisatawan adalah penginapan. Kebanyakan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Batukaras hanya pulang pergi. Sebagian wisatawan lebih senang menginap di Pantai Pangandaran karena lebih ramai dan populer. Adapun wisatawan yang menginap di Pantai Batukaras adalah wisatawan yang mencari

ketenangan karena suasana di tempat ini lebih sunyi dan asri dibandingkan Pantai Pangandaran. Meskipun begitu, biasanya di waktu tertentu seperti hari libur sekolah dan libur nasional tingkat penjualan hotel/ villa/ *homestay* di Pantai Batukaras meningkat seiring dengan melimpahnya wisatawan di seluruh destinasi yang ada di Kabupaten Pangandaran.

Berdasarkan hasil studi dapat disimpulkan bahwa perlu ada pengembangan terkait kualitas produk wisata di Pantai Batukaras. Tabel 7 menunjukkan persepsi wisatawan terhadap tingkat keseimbangan antara harga dan kualitas produk wisata di Pantai Batukaras dalam kategori yang kurang baik. Hal ini dikarenakan kualitas produk wisata di Pantai Batukaras belum dapat memenuhi harapan dan kebutuhan wisatawan. Wisatawan menganggap harga yang telah dikeluarkan tidak sebanding dengan kualitas produk wisata yang ditawarkan. Oleh karena itu, kualitas produk wisata perlu dijadikan prioritas utama yang menjadi perhatian pengelola atau pemerintah daerah Kabupaten Pangandaran. Studi ini menunjukkan keseimbangan harga dan kualitas produk wisata menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan wisatawan. Temuan ini sesuai dengan pendapat Kiralova (2019) yang menyatakan kualitas produk wisata dan harga yang sesuai menjadi dasar bagi wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi. Dalam hal ini produk wisata yang berkualitas diwujudkan dengan memberikan pelayanan prima dan ditunjang dengan sarana dan prasarana memadai yang mampu memberikan nilai-nilai positif.

KESIMPULAN

Studi ini bertujuan untuk menemukan keseimbangan antara harga dan kualitas produk wisata di destinasi Pantai Batukaras menurut wisatawan. Berdasarkan temuan studi, terdapat perbedaan yang signifikan antara harga dan kualitas produk wisata. Hal ini menandakan bahwa persepsi wisatawan mengenai keseimbangan harga dan kualitas produk wisata di Pantai Batukaras berada pada tingkat yang rendah. Artinya kualitas

produk wisata yang ada di Pantai Batukaras belum dapat memenuhi harapan dan kebutuhan wisatawan, sehingga wisatawan menganggap harga yang sudah dibayarkan tidak sebanding dengan kualitas produk wisata yang ditawarkan. Adapun indikator yang memiliki nilai *gap* paling besar yaitu tiket masuk wisata dengan nilai *gap* -0.16 dengan rata-rata nilai kualitas produk wisata 3.16.

Berdasarkan hasil *importance performance analysis* (IPA), terdapat empat indikator kualitas produk wisata yang masuk dalam kuadran I (prioritas utama), yaitu fasilitas penunjang, toilet umum, kebersihan dan variasi atraksi wisata. Kuadran ini perlu mendapatkan prioritas karena memuat indikator yang dianggap penting oleh wisatawan namun pada keadaan eksisting belum sesuai dengan harapan. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran I menjadi kelemahan kualitas produk wisata Pantai Batukaras yang layak mendapatkan peningkatan lebih lanjut.

Studi ini menunjukkan bahwa keseimbangan harga dan kualitas produk wisata menjadi faktor fundamental bagi sebuah destinasi dalam menentukan perencanaan pariwisata di masa mendatang. Temuan studi ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan bagi pengelola destinasi dalam melakukan tindakan berupa peningkatan aktual terhadap atribut-atribut yang memiliki kesenjangan yang tinggi diantara variabel yang dikaji. Keterbatasan studi ini bahwa cakupan kajiannya hanya berdasarkan persepsi wisatawan saja, sedangkan peran pemerintah daerah selaku pengelola destinasi terkait kebijakan pembangunan destinasi belum dikaji. Selain itu, variabel lain seperti keputusan berkunjung, loyalitas dan citra destinasi juga perlu digali untuk menambah pemahaman mengenai perspektif wisatawan. Oleh karena itu, studi ini merekomendasikan penelitian lanjutan guna memperluas kajian dan perencanaan di Pantai Batukaras serta mengetahui peran pemerintah daerah terhadap kebijakan dan pengelolaan destinasi yang dijalankan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada segenap pihak terutama Pokdarwis Batukaras yang mendukung pelaksanaan penelitian ini. Penulis juga berterima kasih kepada Bapak Dr. Ir. Djoko Wijono, M.Arch. yang banyak memberikan masukan sehingga penulisan artikel ini dapat terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, R. (2016). *Partisipasi Masyarakat dalam Pelaksanaan Pembangunan Fisik di Desa Batukaras Kecamatan Cijulang Kabupaten Pangandaran*. Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, 2(1), 625–637.
- Anggraini, E. R. (2018). *Perancangan Sistem Pengelolaan Sampah Kawasan Wisata Pantai Batukaras, Kabupaten Pangandaran*. Skripsi. Institut Teknologi Bandung.
- Bedradina, G., & Nezdoyminov, S. (2019). *Measuring the quality of the tourism product in the tour operator business*. Montenegrin Journal of Economics, 15(2), 81–93. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2019.15-2.7>
- Boley, B. B., McGehee, N. G., & Tom Hammett, A. L. (2017). *Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective*. Tourism Management, 58, 66–77. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.002>
- Bukhori, S. (2018). *Potensi Desa Batukaras Sebagai Desa Wisata di Kabupaten Pangandaran*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- DetikNews. (2020). *Pantai Batukaras Ditata, Area Sandar Perahu Nelayan Akan Direlokasi*. <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5271893/pantai-batukaras-ditata-area-sandar-perahu-nelayan-akan-direlokasi>
- DetikTravel. (2020). *Jembatan Mangrove Pangandaran Terbengkalai, Wisatawan*

Raniri Munawar : Keseimbangan Harga Dan Kualitas Produk Wisata
Di Destinasi Pantai Batukaras Pangandaran Menurut Wisatawan

- Kecewa*. <https://travel.detik.com/travel-news/d-5236779/jembatan-mangrove-pangandaran-terbengkalai-wisatawan-kecewa>
- Forsyth, P., & Dwyer, L. (2009). *Tourism Price Competitiveness*. In *The Travel & Tourism Competitiveness Report* (p. 77). World Economic Forum.
- Harapanrakyat.com. (2019). *Pantai Batu Karas Pangandaran, Objek Wisata yang Sudah Diakui Dunia*. <https://www.harapanrakyat.com/2019/07/pantai-batu-karas-pangandaran-hutan-mangrove/>
- iNewsJabar.id. (2021). *Pascakasus Pantai Batukaras, Jumlah Pengunjung Objek Wisata di Pangandaran Dibatasi*. <https://jabar.inews.id/berita/pascakasus-pantai-batukaras-jumlah-pengunjung-objek-wisata-di-pangandaran-dibatasi>
- Kiralova, A. (2019). *Sustainable Tourism Marketing Strategy: Competitive Advantage of Destination*. In *Sustainable Tourism: Breakthroughs in Research and Practice* (pp. 54–77). <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8699-1.ch004>
- Kumparan.com. (2022). *Pantai Batu Karas di Pangandaran Potensial Cetak Atlet Surfing Profesional*. <https://kumparan.com/ciremaityday/pantai-batu-karas-di-pangandaran-potensial-cetak-atlet-surfing-profesional-1xQcLWv3b74/full>
- Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann. <https://books.google.co.id/books?id=xBOoDUElpdYC>
- Mira, M. do R. C., Moura, A. F. A., & Mónico, L. dos S. M. (2018). *A New Measure of the Quality of Tourism Product*. *Journal of Tourism and Services*, 9(17), 1–22. <https://doi.org/10.29036/jots.v9i17.54>
- Mulyana, D. (2020). *Developing of Performing Arts As a Tourist Attraction To Improve the Quality of Tourist Experiences At Saung Angklung Udjo*. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 3(2), 188–196. <https://doi.org/10.17509/jithor.v3i2.28578>
- Munawar, F., & Munawar, R. (2022). *Achieving Tourist Loyalty in Cultural Heritage Destination: The Role of Atmospheric Tourism, Tourist Motivation, and Destination Satisfaction*. *Central Asia and the Caucasus*, 1(23), 1187-1198. <https://doi.org/10.37178/ca-c.23.1.115>
- Narwal, P., & Nayak, J. K. (2020). *How consumers form product quality perceptions in absence of fixed posted prices: Interaction of product cues with seller reputation and third-party reviews*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(June 2019), 101924. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101924>
- Nugraha, H. (2014). *Strategi Marketing Public Relations Objek Wisata Pantai Batukaras Melalui Kegiatan Surfing*. Skripsi. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Peraturan Bupati Pangandaran No 38 Tahun 2022 Tentang Perubahan Tarif Retribusi Tempat Rekreasi dan Olahraga, (2022).
- Plessis, E. du, & Saayman, M. (2018). *Aspects contributing to tourism price competitiveness of South Africa*. *Tourism Economics*, 24(2), 146–156. <https://doi.org/10.1177/1354816617729023>
- Rahmiati, F., Othman, N. A., Bakri, M. H., Ismail, Y., & Amin, G. (2020). *Tourism Service Quality and Tourism Product Availability on the Loyalty of International Tourists*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 959–968. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.959>
- Sari, N. (2019). *Pengaruh Harga Terhadap Persepsi Kualitas Produk*. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 2(2), 113–121. <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/KOGNISI/ar>

- icle/view/481
- Seetanah, B., Sannasee, R., & Rojid, S. (2015). *The Impact of Relative Prices on Tourism Demand for Mauritius: An empirical analysis*. *Development Southern Africa*, 32(3), 363–376. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2015.1010717>
- Seetaram, N., Forsyth, P., & Dwyer, L. (2016). *Measuring price elasticities of demand for outbound tourism using competitiveness indices*. *Annals of Tourism Research*, 56, 65–79. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.10.004>
- Syafitri, E. D., Nugroho, R. A., & Yorika, R. (2021). *Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Kebun Raya Balikpapan*. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.17509/jithor.v4i1.28205>
- Wirakusuma, R. M., Sukirman, O., Waliyudin, R. T., & Putra, R. R. (2019). DESIGNING CORAL REEF TRANSPLANTATION PROGRAM WITH LOCAL COMMUNITY IN FORM OF MARINE ECOTOURISM TOUR PACKAGE. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 185-196.
- Yulianandaris, Made Adhi Gunadi, & Rusli, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Wisata Umrah terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Lansia di Annisa Travel Jakarta*. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 2(02), 39–48. <https://doi.org/10.53050/ejtr.v2i02.137>
- Yuliani, R. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Wisata Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Kampung Main Cipulir*. *Menara Ilmu*, IX(60), 258–278.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Zulpikar, F., Prasetyo, D. E., Shelvatis, T. V., Komara, K. K., & Pramudawardhani, M. (2017). *Valuasi Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Lingkungan Menggunakan Metode Biaya Perjalanan di Pantai Batu Karas Kabupaten Pangandaran*. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 1(1), 53. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2017.1.1.53-63>