

**PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK TOURISM OPPORTUNITY SPECTRUM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei Pada Pengunjung Cukang Taneuh/Green Canyon Kabupaten Ciamis)**

**Rela Trigantiarsyah  
Hari Mulyadi**

Manajemen Pemasaran Pariwisata FPIPS UPI

**ABSTRACT**

*Cukang Taneuh located in the village Kertayasa District Cijulang Kudat district is a tourist attraction that environment (ecotourism). Based on data Cukang Taneuh increase the number of tourists during the past four years, but a decline in the percentage of growth in the average number of visits are very significant. 2009 to 2010 the number of percentage increase amounted to only 9.24% of the target achievement of the increase in the number of tourists by 25% in 2010. Not achieving the target of tourist arrivals is presumably due to the lack of development of tourism products so that tourists experience burnout or boredom. One effort to improve and restore the number of tourists is the development of tourism products by using the technique of tourism opportunity spectrum. The purpose of this study was 1) to obtain findings regarding the development of tourism products by using the technique of tourism opportunity spectrum in tourist attractions Cukang Taneuh 2) To obtain findings regarding the decision to visit the tourist attractions Cukang Taneuh 3) To determine the effect of tourism product development by using the technique of tourism opportunity spectrum of the decision to visit the tourist attractions Cukang Taneuh. This research is descriptive and verification, because the method used is explanatory survey method using an ordinal scale. The analysis technique used in this research is the analysis of the path (path analysis), the sampling technique using systematic random sampling method through cross-sectional approach, the samples taken from the overall population of 150 visitors. The study of the hypothesis shows that the development of tourism products by using the technique of tourism opportunity spectrum consisting of accessibility, the characteristics of tourism facilities, social interaction, and the degree of management control has direct and indirect influence on the decision to visit the tourist attractions Cukang Taneuh 93.2% while the remaining 6.8% is influenced by other factors not examined in this study. The dimensions of the development of tourism products by using techniques spectrum of tourism opportunity to get high to low valuation is characteristic of tourism facilities, social interaction, the degree of management control, and accessibility*

*Keywords : Tourism Product Development, Tourism Opportunity Spectrum, Decision to Visit.*

**I. PENDAHULUAN**

Indonesia yang memiliki keragaman sumber daya alam yang berpotensi untuk dijadikan sebagai atraksi wisata juga berusaha untuk mengembangkan sektor industri pariwisatanya. Setiap daerah di kawasan Indonesia sangat merespon baik dalam hal pengembangan pariwisata ini. Jawa Barat yang merupakan salah satu wilayah di kawasan Indonesia dikenal sebagai provinsi yang memiliki kekayaan budaya dan pariwisata yang banyak dan beraneka ragam jenis, dan beberapa diantaranya memiliki kualitas dan daya tarik wisata yang tinggi. Keanekaragaman potensi dan daya tarik wisata ini akan memicu wisatawan untuk datang ke atraksi wisata-atraksi wisata di Jawa Barat. Berikut adalah jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang datang ke atraksi

wisata Jawa Barat dalam kurun waktu empat tahun, yaitu pada tahun 2007 sampai dengan tahun 2010.

**TABEL 1  
JUMLAH WISATAWAN NUSANTARA  
KE JAWA BARAT**

TAHUN	JUMLAH WISNUS	%
2007	23.785.302	21,22
2008	25.452.040	22,70
2009	24.075.527	21,48
2010	38.787.876	34,60
<b>JUMLAH</b>	<b>112.100.745</b>	<b>100</b>

**Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat, 2011**

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa selama kurun waktu empat tahun, kunjungan wisatawan nusantara tertinggi ke atraksi wisata di Jawa Barat terjadi pada tahun 2010 yaitu sebanyak

38.787.876 orang atau sebesar 34.60%. Jumlah kunjungan wisatawan nusantara ini didukung oleh potensi dan daya tarik atraksi wisata yang ada di Jawa Barat. Jawa Barat memiliki potensi dan daya tarik wisata yang beranekaragam. Kabupaten Ciamis merupakan salah satu kawasan yang terletak diujung selatan bagian timur Provinsi Jawa Barat juga memiliki potensi wisata, baik yang sudah dikembangkan menjadi atraksi-atraksi wisata unggulan, maupun yang masih tersimpan belum tergali dan dimanfaatkan. Berdasarkan topografinya, sebagian besar wilayah Kabupaten Ciamis merupakan pegunungan dan dataran tinggi, serta di bagian yang berbatasan dengan wilayah Jawa Tengah bagian selatan merupakan daerah pesisir. Hal ini menjadikan Kabupaten Ciamis memiliki kekayaan alam yang bervariasi untuk dijadikan sebagai daerah tujuan wisata. Selain itu, kreativitas dan keramahan penduduknya sangat menarik dan eksotis untuk dikunjungi. Berikut ini akan diperlihatkan dalam bentuk Tabel 1.2 wisatawan nusantara yang datang ke atraksi wisata Kabupaten Ciamis dalam kurun waktu empat tahun, yaitu pada tahun 2007 sampai dengan tahun 2010.

**TABEL 2**  
**JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA KE KABUPATEN CIAMIS**

TAHUN	JUMLAH WISNUS	%
2007	554.973	14,68
2008	894.954	23,67
TAHUN	JUMLAH WISNUS	%
2009	1.096.987	29,02
2010	1.233.570	32,63
<b>TOTAL</b>	<b>3.780.484</b>	<b>100</b>

**Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis, 2011.**

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa selama kurun waktu empat tahun terakhir jumlah kunjungan wisatawan nusantara terbesar terjadi pada tahun 2010 yaitu sebanyak 1.233.570 atau sebesar 32,63%. Pada tahun 2005, kunjungan wisatawan nusantara terus mengalami penurunan kunjungan sampai tahun 2007. Penurunan jumlah wisatawan ini terjadi karena adanya peristiwa teror bom yang terjadi di Indonesia yang menyebabkan kekhawatiran dan ketakutan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Selain itu, bencana alam Tsunami Pangandaran

pada tahun 2006 juga menjadi salah satu faktor menurunnya kunjungan wisatawan ke Kabupaten Ciamis. Pasca musibah tsunami ini timbul beberapa permasalahan walaupun sedikit demi sedikit permasalahan ini berkurang dan saat ini sedang menuju pemulihan yang menyeluruh. Hal ini terbukti dengan adanya kenaikan jumlah kunjungan wisatawan nusantara dari 554.973 menjadi 894.954 atau naik sebesar 5.06% dari tahun 2007 ke tahun 2008 sampai sekarang.

Kabupaten Ciamis memiliki kekayaan alam yang beragam, unik dan kreatif dengan bauran produk pariwisatanya yang bervariasi serta kelestarian panorama alam dan keajaibannya yang mempesona diharapkan mampu menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu ujung tombak daya saing dan eksistensi Kabupaten Ciamis serta mampu mewujudkan kesejahteraan masyarakatnya.

Kabupaten Ciamis memiliki atraksi wisata yang diminati wisatawan. Namun selama kurun waktu empat tahun tersebut terjadi perbedaan jumlah kunjungan wisatawan yang cukup signifikan di setiap atraksi wisata. Dalam usaha mengembangkan dan meningkatkan penyelenggaraan kepariwisataan secara menyeluruh, Kabupaten Ciamis berusaha untuk memasarkan atraksi-atraksi wisata lain yang juga tidak kalah menarik dari pantai Pangandaran. Hal ini dilakukan agar apabila wisatawan mengalami kebosanan terhadap atraksi wisata Pantai Pangandaran, maka pemerintah atau Disbudpar kabupaten Ciamis bisa memberikan alternatif pilihan atraksi wisata lain yang ada di kabupaten Ciamis. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kabupaten Ciamis yang tertuang dalam Rencana Strategis (Renstra) DISBUDPAR Kabupaten Ciamis tahun 2009-2014 adalah program pengembangan agrowisata. Kegiatan yang dilakukannya adalah mengembangkan kualitas agrowisata dan ekowisata yang bekerja sama dengan Dinas Pertanian dan Dinas Pertambangan Energi dan Lingkungan Hidup.

Cukang Taneuh/Green Canyon adalah salah satu atraksi wisata di Kabupaten Ciamis yang berbasis ekowisata. Ekowisata menurut *The Ecotourism Society* (1990) adalah suatu bentuk perjalanan wisata alami yang dilakukan dengan tujuan untuk mengkonservasi lingkungan dan melestraikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Ekowisata merupakan suatu bentuk wisata yang erat kaitannya

ldengan prinsip konservasi. Bahkan dalam strategi pengembangan ekowisata juga menggunakan strategi konservasi. Dengan demikian, ekowisata sangat tepat dan berdaya guna dalam mempertahankan keutuhan dan keaslian ekosistem di areal yang masih alami. Bahkan dengan ekowisata pelestarian alam dapat ditingkatkan kualitasnya karena desakan dan tuntutan dari para *eco-traveler*.

Kawasan ekowisata Cukang Taneuh terletak di Desa Kertayasa Kecamatan Cijulang (31 Km dari Pangandaran ke arah selatan). Atraksi wisata ini berupa aliran sungai Cijulang yang menembus goa dengan stalaktit dan stalaknit yang mempesona serta diapit oleh dua bukit dengan bebatuan dan rimbunnya pepohonan yang menyajikan atraksi alam yang khas dan menantang. Terdapat air terjun Palatar dimulut goa sehingga suasana di atraksi wisata ini terasa begitu sejuk dan penuh dengan nuansa petualangan. Kegiatan yang dapat dilakukan diantaranya adalah panjat tebing (*rock climbing*), berenang, bersampan sambil memancing, *body rafting*, dan juga *flying fox*. Daya tarik utama dari Cukang Taneuh adalah keindahan alamnya. Wisatawan dapat menikmati kesejukan alami air hujan abadi dari stalaktit dan stalaknit.

**TABEL 3**  
**JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA KE ATRAKSI WISATA CUKANG TANEUH**

Tahun	Jumlah	Persentase Pertumbuhan (%)
2007	14.951	
2008	35.316	136,21
2009	57.025	61,47
2010	62.293	9,24

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis, 2011.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa kunjungan wisatawan nusantara mengalami kenaikan jumlah wisatawan nusantara selama empat tahun terakhir yaitu dari tahun 2007-2010. Walaupun atraksi wisata Cukang Taneuh mengalami kenaikan jumlah wisatawan dalam setiap tahunnya, namun terjadi penurunan persentase pertumbuhan wisatawan yang sangat signifikan atau dapat dikatakan bahwa level kunjungan di Cukang Taneuh tetap meningkat namun dengan rata-rata kenaikan semakin menurun. Pada tahun 2009 sampai 2010 jumlah kunjungan wisatawan hanya mengalami kenaikan

sebesar 9,24% dimana jumlah tersebut tidak sebesar kenaikan jumlah wisatawan pada tahun 2007-2008 dan 2008-2009 yaitu sebesar 136,21% dan 61,47%. Selain itu jumlah kenaikan 9,24% wisatawan tersebut tidak memenuhi target pencapaian kenaikan jumlah kunjungan yang ditetapkan oleh pengelola Cukang Taneuh sebesar 25% di tahun 2010 (UPTD Cijulang, 2011).

Turunnya persentase pertumbuhan kunjungan tersebut disinyalir disebabkan karena tidak adanya pengembangan produk wisata yang dilakukan oleh pihak pengelola, sehingga wisatawan mengalami kejenuhan atau kebosanan ketika berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh. (Irma Risanti, 2010) Selain itu, minimnya sarana dan prasarana juga menyebabkan turunnya kunjungan wisatawan. Hal ini terbukti dengan banyaknya wisatawan yang mengeluhkan tentang masalah sarana dan prasarana yang tersedia di Cukang Taneuh. (Irma Risanti, 2010). Berdasarkan penelitian tersebut, Cukang Taneuh memiliki beberapa kelemahan dalam pengelolaan sumber daya yang ada baik itu sumber daya alam ataupun sumber daya manusia. Kurangnya fasilitas umum dan fasilitas penunjang juga bisa menjadikan Cukang Taneuh akan kehilangan wisatawan. Artinya bahwa faktor tersebut sangat berpengaruh pada pengembangan kawasan wisata Cukang Taneuh karena hal ini berkaitan dengan dengan pemanfaatan aliran sungai. Selain kelemahan ada juga faktor lain yaitu terancamnya ekosistem sungai. Hal ini merupakan ancaman yang sangat berpengaruh dalam pengelolaan kawasan wisata Cukang Taneuh karena apabila ekosistem sungai rusak maka kawasan wisata sungai ini akan menjadi rusak dan tercemar. Ancaman ekosistem yang terganggu, pengelolaan limbah (industri hilir) yang kurang tepat, rawannya terjadi longsor dan erosi di lingkungan bisa menurunkan kualitas destinasi Cukang Taneuh.

Apabila hal tersebut terus dibiarkan, maka ini dapat menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Cukang Taneuh dan bahkan bukan tidak mungkin atraksi wisata Cukang Taneuh akan kehilangan wisatawan. Oleh karena itu pengelola atraksi wisata Cukang taneuh melakukan beberapa langkah atau program untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Upaya yang dilakukan oleh pengelola untuk meningkatkan dan mengembalikan jumlah kunjungan wisatawan adalah dengan

melakukan sebuah pengembangan produk sehingga atraksi wisata Cukang Taneuh ini memiliki sebuah daya tarik baru bagi wisatawan. Wiendu Nuryantie, ketua panitia *World Conference Culture, Education and Science (Wisdom) 2010* mengatakan, tanpa produk baru kita akan mengalami *product fatigue*, keletihan produk, jadi susah mendongkrak wisatawan. Jadi, selain promosi yang digenjut, yang lebih penting adalah pembangunan kualitas destinasi. (kompas.com, diakses pada 09 Desember 2010)

Di sisi lain, kenaikan jumlah wisatawan di kawasan ekowisata tidak selamanya membawa dampak positif bagi kelestarian alam dan infrastruktur dari atraksi wisata tersebut. Pemanfaatan kawasan yang melebihi daya dukung fisiknya dapat menyebabkan degradasi sumber daya alam, penurunan kualitas hidup komunitas disekitarnya, *overcrowding*, dan sebagainya, yang mengakibatkan pengalaman dan kesan buruk bagi wisatawan. (I Gede Pitana, 2009:136).

Produk utama dari atraksi wisata Cukang Taneuh adalah keindahan alamnya, sehingga kelestarian alam ini perlu terus dijaga agar tidak terjadi penurunan kualitas dari alam tersebut. Oleh karena itu, pengelola kawasan wisata perlu membuat sebuah pengembangan produk yang bisa menjaga keseimbangan antara jumlah kunjungan wisatawan yang meningkat dengan kelestarian ekosistem di kawasan ekowisata. Pengembangan produk ini dilakukan dengan menyempurnakan produk yang telah ada. Penyempurnaan produk yang telah ada ini dilakukan dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum*. Elemen-elemen yang diperkenalkan oleh Butler dan Walbrook (2003) dalam *tourism opportunity spectrum* diantaranya adalah aksesibilitas, kompatibilitas dengan kegiatan lain, karakteristik sarana pariwisata, interaksi sosial, akseptabilitas komunitas lokal terhadap wisatawan, dan manajemen derajat kontrol. Selain pengembangan pelestarian lingkungan atau ekosistem alam, dalam teknik *tourism opportunity spectrum* ini masyarakat lokal juga bisa menjadi daya tarik bagi atraksi wisata di Cukang Taneuh. Masyarakat lokal diberikan penyuluhan atau pelatihan-pelatihan supaya dapat berinteraksi langsung dengan wisatawan. Karakteristik sarana pariwisata juga menjadi salah satu elemen penunjang kesuksesan pengembangan sehingga bisa menjadi daya

tarik bagi wisatawan yang akan berkunjung ke suatu destinasi. Hal yang dilakukannya adalah dengan mengembangkan sarana dan prasarana wisata yang sesuai dengan kapasitas daya dukung wisatawan.

Pengembangan destinasi pariwisata memerlukan teknik yang baik dan tepat. Teknik pengembangan itu harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah aspek aksesibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan/kompatibilitas dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, tingkat resistensi komunitas lokal, dan sebagainya. Saat ini pengelolaan, perawatan dan pelayanan kawasan wisata Cukang Taneuh dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disbudpar) yang secara operasional dikelola oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Cijulang dengan dibantu oleh KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) yang diantaranya adalah para pemuda masyarakat sekitar kawasan wisata Cukang Taneuh. Selama ini Cukang Taneuh sudah mengembangkan produk wisatanyadengan menerapkan konsep *Tourism opportunity spectrum*.

Pengelola Cukang Taneuh menyediakan informasi mengenai rute dan destinasi baik melalui media cetak maupun elektronik. Selain itu, pengelola Cukang Taneuh juga sudah bekerja sama dengan biro-biro perjalanan atau tour-tour operator. Namun ketersediaan sarana transportasi untuk menuju kawasan Cukang Taneuh belum dikelola secara maksimal. Wisatawan masih kesulitan mendapatkan sarana transportasi umum untuk menjangkau atraksi wisata Cukang Taneuh. Penyediaan akomodasi seperti penginapan, restoran, dan kios cinderamata sudah dikelola, namun untuk sarana dan prasarana umum serta pengelolaan wisatawan juga belum dikelola secara maksimal sehingga banyak wisatawan yang mengeluhkan soal sarana dan prasarana umum ini. Pengelola Cukang Taneuh selalu memberikan penyuluhan tentang kelestarian lingkungan kepada masyarakat di sekitar kawasan Cukang Taneuh sehingga aktivitas penebangan hutan dan pembuangan sampah ke sungai di Cukang Taneuh tidak terjadi. Pengelola Cukang Taneuh juga memberikan pelatihan-pelatihan kepada KOMPEPAR agar bisa menjadi tour guide di Cukang Taneuh.

Saat ini pemerintah, investor, ataupun pengembang pariwisata harus mulai menyadari bahwa wisatawan semakin mengharapkan dan menuntut tinggi kualitas lingkungan di atraksi wisata yang mereka kunjungi, terlebih untuk kawasan ekowisata. Dalam industri pariwisata, pertumbuhan pangsa pasar ekowisata dinilai sangat cepat, oleh karena itu dalam pengembangannya, ekowisata harus menganut sistem pariwisata yang berkelanjutan.

Pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* ini disinyalir dapat meningkatkan atau mengembalikan kunjungan wisatawan serta memperkecil resiko kerusakan sumber daya alam dari faktor-faktor ancaman yang dihadapi oleh pengelola dan meningkatkan kualitas lingkungan sehingga wisatawan tidak berhenti melakukan perjalanan wisata ke daerah tersebut dan bisa menjadikan Cukang Taneuh sebagai kawasan wisata unggulan di Kabupaten Ciamis. Berdasarkan fenomena tersebut, maka perlu diadakan penelitian mengenai “Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Dengan Menggunakan Teknik *Tourism opportunity spectrum* Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Cukang Taneuh/Green Canyon Kabupaten Ciamis)”

### 1.1. Rumusan Masalah

Fokus penelitian ini adalah sejauh mana pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* dapat mempengaruhi keputusan berkunjung keatraksi wisata Cukang Taneuh. Berdasarkan fokus penelitian tersebut, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran pengembangan produk wisata Cukang Taneuh yang menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum*
2. Bagaimana gambaran tingkat keputusan berkunjung di atraksi wisata Cukang Taneuh
3. Seberapa besar pengaruh pengembangan produk wisata Cukang Taneuh dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* terhadap keputusan berkunjung

### 1.2. Tujuan Penelitian

1. Memperoleh temuan mengenai pengembangan produk wisata Cukang Taneuh dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum*,

2. Memperoleh temuan mengenai keputusan berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh
3. Memperoleh temuan mengenai besarnya pengaruh pengembangan produk wisata Cukang Taneuh dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* terhadap keputusan berkunjung

### 1.3. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata khususnya mengenai pentingnya pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* dalam meningkatkan keputusan berkunjung.
2. Kegunaan Praktis  
Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pihak pengelola atraksi wisata Cukang Taneuh sebagai bahan pengambilan kebijakan pengelolaan dalam melaksanakan strategi pemasaran khususnya mengenai pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* untuk meningkatkan keputusan berkunjung.

## II. KAJIAN PUSTAKA

Destinasi Pariwisata menurut Ricardson dan Fluker (2004:48), didefinisikan sebagai, “*A significant place visited on a trip, with some form of actual or perceived boundary. The basic geographic unit for the production of tourism statistic*”.

Destinasi berjalan menurut siklus evolusi yang terdiri dari tahap pengenalan (*introduction*), pertumbuhan (*growth*), pendewasaan (*maturity*), penurunan (*decline*) dan peremajaan (*rejuvenation*). Tujuan utama dari penggunaan model siklus hidup destinasi (*destination lifecycle model*) adalah sebagai alat untuk memahami evolusi dari produk dan destinasi pariwisata. Menurut Richardson dan Fluker (2004:51), yang dimaksud dengan siklus hidup destinasi (*destination lifecycle model*) adalah sebagai berikut : “*A model that characterizes each stage in the lifecycle of a destination (and destination areas and resort area) including introduction, growth, maturity, and decline and/or rejuvenation*”.

Siklus hidup destinasi menurut Butler (1980) dalam Richardson dan Fluker (2004:53), diantaranya yaitu *exploration, involvement, development, consolidation, stagnation, dan post-stagnation (decline and/or rejuvenation)*. Salah satu dari siklus hidup destinasi yang diteliti yaitu *development*. Dimana Investor luar mulai tertarik untuk menanamkan modalnya guna membangun berbagai fasilitas pariwisata di destinasi, seiring dengan berkembangnya pemasaran destinasi. Aksesibilitas mengalami perbaikan, *advertising* semakin intensif dan fasilitas lokal mulai diisi dengan fasilitas modern dan terbaru. Hasilnya adalah semakin menurunnya partisipasi dan kontrol oleh penduduk lokal. Atraksi buatan mulai muncul, khusus diperuntukan wisatawan. Tenaga kerja dan fasilitas import mulai dibutuhkan untuk mengantisipasi pertumbuhan pariwisata yang begitu cepat.

Sebagai sebuah produk wisata, kawasan wisata alam juga memerlukan suatu pengembangan. Menurut Wiendu Nuryantie, ketua panitia *World Conference Culture, Education and Science (Wisdom) 2010* mengatakan, Tanpa produk baru, kita akan mengalami *product fatigue*, keletihan produk, jadi susah mendongkrak wisatawan. Jadi, selain promosi yang digenjut, yang lebih penting adalah pembangunan kualitas destinasi. Oleh karena itu, dari siklus destinasi salah satunya *development* yang akan diteliti lebih lanjut adalah pengembangan produk wisata dengan menggunakan *tourism opportunity spectrum* di destinasi pariwisata Cukang Taneuh, karena hal tersebut merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.

Kegiatan pengembangan pariwisata alam selain memberikan dampak positif juga dapat membawa dampak negatif terhadap lingkungan, baik terhadap lingkungan atraksi wisata alam maupun terhadap lingkungan sosial budaya setempat. Dampak negatif terhadap alam umumnya terjadi sebagai akibat pengelolaan atraksi wisata alam yang kurang baik, misalnya pengembangan kegiatan wisata yang tidak memperhatikan daya dukung lingkungan dan kurangnya pengetahuan, kesadaran, serta pendidikan masyarakat dan wisatawan terhadap kelestarian lingkungan.

Menurut I Gede Pitana (2009: 134) ada beberapa teknik dalam mengembangkan pariwisata, diantaranya *Carrying Capacity, Recreational Carrying Capacity (RCC)*,

*Recreational Opportunity Spectrum (ROS), Limits of Acceptable Change (LAC), Visitor Impact Management Model (VIMM), Visitor Experience and Resources Protection Model (VERP), Visitor Activity Management Program (VAMP), dan Tourism opportunity spectrum (TOS)*.

Butler dan Waldbrook (2003) dalam jurnalnya yang berjudul *A New Planning Tool: The Tourism opportunity spectrum* memperkenalkan teknik pengembangan ekowisata yang dikenal dengan *Tourism opportunity spectrum (TOS)*. Daya tarik dari TOS ini berada pada bagian fakta bahwa TOS menyediakan sebuah konteks yang menawarkan bahwa perubahan dapat dilakukan, dan kemungkinan besar implikasi-implikasi pengembangan pun ditinjau.

Elemen-elemen dalam konsep *Tourism opportunity spectrum* adalah sebagai berikut:

1) Aksesibilitas

Dalam pengembangan pariwisata sebagai sebuah sistem, faktor aksesibilitas, baik berupa perencanaan perjalanan, penyediaan informasi mengenai rute dan destinasi, ketersediaan sarana transportasi, akomodasi, ataupun kemudahan lain untuk mencapai destinasi menjadi penentu berhasilnya peluang pengembangan destinasi. Aksesibilitas juga menyangkut manajemen informasi kawasan pengembangan bagi calon wisatawan mengingat keunikan destinasi. Akses informasi bisa dari mulut ke mulut, dari keluarga dan teman. Buku-buku pariwisata, brosur, tabloid, iklan, dan sejenisnya juga sangat penting. *Tourism opportunity spectrum* menyebutkan, semakin mudah aksesibilitas ke destinasi pariwisata maka semakin besar peluang keberhasilan pengembangannya.

2) Kompatibilitas dengan kegiatan lain

Keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata sangat ditentukan oleh kompatibilitasnya terhadap aktivitas lain di kawasan pengembangan. Sifat interdependensi, baik sumber daya maupun dampak suatu kegiatan disuatu kawasan terhadap kawasan lain, menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata. Hal yang perlu diperhatikan adalah sampai level mana sebuah pengembangan kawasan dapat mempengaruhi kawasan lain dan

kondisi yang bagaimana yang paling optimal dan baik untuk menunjang kawasan pengembangan. Beberapa aktivitas mempunyai dampak langsung, seperti penebangan hutan, pembuangan limbah, penangkapan ikan dan pengambilan terumbu karang, dan sebagainya. Jika aktivitas itu terus berlangsung maka akan mengurangi kompatibilitas terhadap konsep pengembangan destinasi pariwisata. *Tourism opportunity spectrum* menyebutkan bahwa semakin tinggi derajat kompatibilitas pengembangan destinasi pariwisata maka semakin besar peluang pengembangannya.

- 3) Karakteristik sarana pariwisata  
Karakteristik sarana pariwisata sangat menentukan peluang pengembangan sebuah destinasi pariwisata. *On-site management*, penataan sarana pariwisata, termasuk didalamnya pengadaan fasilitas baru, penanaman atau introduksi vegetasi, akomodasi, tempat perbelanjaan, fasilitas hiburan, serta penataan akses lalu lintas ke kawasan, sangat menentukan keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata. Pembangunan sarana pariwisata ini memerlukan modifikasi kawasan destinasi yang bisa saja berakibat sangat kompleks. Penyediaan sarana pariwisata yang mempunyai karakteristik tidak sesuai dengan ekosistem dan sifat alamiah destinasi mungkin akan memperkecil peluang keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata tersebut.
- 4) Interaksi sosial  
Kedatangan wisatawan pada suatu destinasi wisata, apalagi destinasi yang mengandalkan sumber daya alam dan kehidupan ekosistem sebagai atraksi utamanya, mempunyai potensi untuk merusak keseimbangan ekosistem tersebut. Dalam derajat tertentu, ekosistem sosial dan ekosistem alamiah akan terpengaruhi. Konsekuensinya, eksistensi kawasan tersebut akan selalu dalam ancaman degradasi kualitas. Dalam sistem kepariwisataan, ada dua kondisi interaksi manusia yang harus dipertimbangkan. Pertama, interaksi manusia dengan lingkungan/ekosistem yang mempengaruhi ekosistem alam. Kedua, interaksi antara wisatawan dengan komunitas lokal yang dapat mempengaruhi ekosistem sosial.

Interaksi ini dapat berupa adaptasi atau peningkatan kadar gangguan yang dirasakan oleh komunitas lokal seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan yang melampaui ambang batas atau daya dukung sosial. Beberapa studi menunjukkan adanya dampak positif dan dampak negatif pariwisata terhadap komunitas lokal. *Tourism opportunity spectrum* menyebutkan, semakin besar dampak positif yang ditimbulkan pariwisata terhadap kualitas interaksi sosial manusia dengan ekosistem sosial dan ekosistem lingkungannya maka peluang pengembangan destinasi pariwisata akan semakin besar.

- 5) Tingkat akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan wisatawan  
Keberadaan orang baru disuatu wilayah akan mengakibatkan terjadinya keseimbangan baru pada sistem sosial di wilayah tersebut untuk memastikan sistem sosial tersebut tetap stabil. Keseimbangan baru tersebut dapat dicapai baik melalui mekanisme damai atau konflik terlebih dahulu. tingkat penerimaan atau akseptabilitas komunitas lokal terhadap datangnya wisatawan di kawasan tersebut menimbulkan reaksi dalam derajat tertentu. Tingkat dan sifat reaksi (damai/konflik) sangat ditentukan oleh derajat akibat yang akan ditimbulkannya dan kemampuan pengendalian (kontrol) oleh komunitas lokal. Akibat dan kontrol keduanya harus dikelola sebaik mungkin. Semakin buruk sistem kendali terhadap kedua faktor tersebut dalam konsep *Tourism opportunity spectrum* maka peluang pengembangan destinasi pariwisata akan semakin kecil.
- 6) Derajat manajemen kontrol  
Derajat manajemen kontrol mencerminkan kelenturan pengelolaan destinasi wisata. Kecendrungan pariwisata ke depan adalah penonjolan pengalaman pribadi (personal experience) yang memerlukan kecermatan pengelolaan destinasi pariwisata agar mampu memuaskan sifat petualangan dari wisatawan. Konsekuensinya, pengelolaan destinasi pariwisata memerlukan paket wisata yang individualized dan personal. Dalam *Tourism opportunity spectrum*, keberhasilan manajemen kontrol dalam menyeimbangkan hasrat wisatawan yang menginginkan pengalaman dan



petualangan yang spesifik dengan penyediaan atraksi wisata yang sesuai akan menentukan tingkat keberhasilan peluang pengembangan destinasi pariwisata.

Menurut Butler dan Waldbrook (2003: 26) penembusan pasar yang lebih luas dengan kesesuaian yang lebih besar diantara unsur-unsur dapat diraih dengan memanfaatkan "*Tourism opportunity spectrum*" dan menggabungkan setiap faktor yang ditampilkan dengan cara yang kreatif. Daya tarik dari TOS ini berada pada bagian fakta bahwa TOS menyediakan sebuah konteks yang menawarkan bahwa perubahan dapat dilakukan, dan kemungkinan besar implikasi-implikasi pengembangan pun ditinjau.

Perubahan dari model asli yang disuguhkan dalam konsep TOS tidak lah begitu besar, dan tidak ada teoritikal utama atau terobosan konseptual yang diklaim. Akan tetapi, siapapun yang sudah biasa dengan bentuk literatur dari pariwisata dan rekreasi akan menyadari bahwa hanya sedikit sekali antar referensi dan antar fertilisasi ide-ide yang ada. Seperti yang dikemukakan oleh Butler (1989) dalam jurnalnya yang berjudul *A New Planning Tool: The Tourism opportunity spectrum* (2003) berikut,

*The modification of the original model proposed here is not profound, and no major theoretical or conceptual breakthrough is claimed. However, anyone familiar with both the tourism and the recreation bodies of literature will be aware how little cross-referencing and cross fertilisation of ideas takes place.*

Mengidentifikasi strategi-strategi pemasaran dan peluang pengembangan merupakan hal yang relatif mudah, tetapi sering sulit untuk melaksanakan pengembangan terencana yang mencerminkan tujuan masyarakat lokal dan keuntungan jangka panjang. Masalah utama terletak pada usaha untuk "mengontrol pengembangan pariwisata" dan mengidentifikasi tanggung jawab untuk kontrol ini. Dalam daerah rekreasi yang lebih luas, dimana spektrum peluang rekreasi dibuat, tanggung jawab sering terletak pada agensi umum yang didesain. Jadi, dengan tidak adanya suatu rencana atau konsep untuk membentuk pengembangan wisata jangka pendek dapat membatasi atau menghancurkan pengembangan wisata jangka panjang yang berkelanjutan dan juga

mengancam kelangsungan hidup suatu destinasi.

Menggunakan batasan adalah spektrum dari seorang manusia menilai situasi spasial dan kedua kriteria yang digunakan serta pengukuran penerimaan faktor tersebut akan mencerminkan komitmen daerah dengan basis sumber daya untuk pariwisata. Dalam pariwisata, realitas batas diidentifikasi dapat mewakili: tingkat keterlibatan masyarakat lokal (termasuk kepemilikan tanah dan jumlah informasi yang berkaitan dengan karakteristik fisik dan budaya destinasi, informasi pemasaran, komitmen daerah untuk pengembangan pariwisata jangka panjang dan pemahaman proses dalam operasi.

Berdasarkan uraian diatas pengembangan kawasan wisata yang tepat mempunyai peranan penting dalam proses keputusan berkunjung wisatawan ke suatu atraksi wisata. TOS merupakan sebuah alat pengembangan pariwisata yang bisa mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke atraksi wisata dengan tetap memperhatikan aspek pelestarian lingkungan alam di dalam mengembangkan destinasi sehingga tetap terjaga kualitas destinasinya.

Hal tersebut didukung pula oleh pendapat Butler (2003), secara detail, TOS mengasumsi bahwa spektrum pengukuran dan penilaian indikator pengembangan yang digunakan haruslah: (1) dapat diamati dan diukur, (2) secara langsung dapat dikendalikan dibawah manajemen kontrol, (3) terkait langsung dengan preferensi wisatawan dan mempengaruhi keputusannya untuk melakukan wisata atau tidak ke tempat tersebut, dan (4) mempunyai karakteristik dan kondisi tertentu.

Tingkat kunjungan yang diadopsi dari teori Kotler dan Armstrong (2008:129) bahwa, dalam memenuhi kebutuhannya, konsumen akan berada dalam suatu proses keputusan pembelian. Dalam menjalankan niat pembelian tersebut, konsumen terdapat enam sub keputusan pembelian, apakah keputusan pembelian berdasarkan pilihan produk wisata, pilihan merek objek wisata, pilihan saluran distribusi, pilihan waktu kunjungan, tingkat kunjungan dan metode pembayaran. Namun, dalam hal ini penelitian hanya memilih empat dimensi dari enam dimensi yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008:129) tanpa saluran distribusi dan metode pembayaran, karena hal ini disesuaikan penelitian di objek wisata Cukang Taneuh

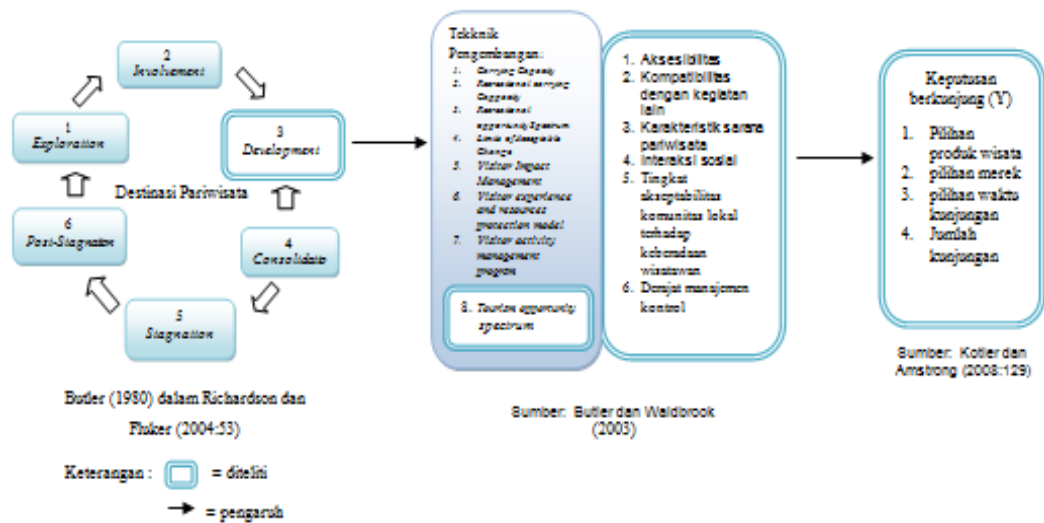


Keempat model komponen keputusan kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata Cukang Taneuh ini dijadikan dimensi dalam variabel Y yaitu keputusan pengunjung untuk mengunjungi atraksi wisata Cukang Taneuh.

Setelah beberapa faktor yang diungkapkan diatas, adapun pengaruh dari beberapa unsur pengembangan produk wisata dengan menggunakan *tourism opportunity spectrum* X merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan

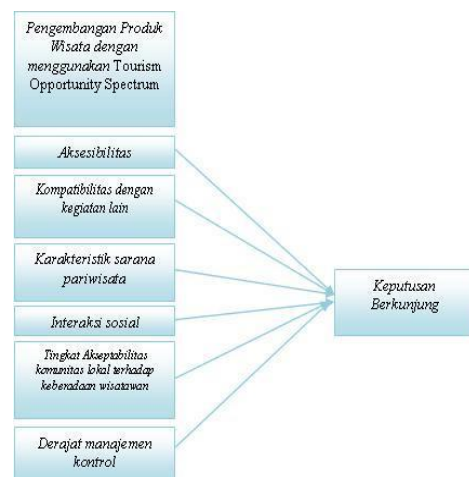
berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa pengembangan produk wisata dengan menggunakan *tourism opportunity spectrum* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



**GAMBAR 1**  
**KERANGKA PEMIKIRAN**

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, penulis menggambarkan paradigma penelitian yang menempatkan satu variabel bebas, dan satu variabel terikat, yaitu variabel pengembangan produk wisata dengan menggunakan *tourism opportunity spectrum* yang terdiri dari aksesibilitas, kompatibilitas dengan kegiatan lain, karakteristik sarana pariwisata, interaksi sosial, tingkat akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan wisatawan, derajat manajemen kontrol dan keputusan berkunjung (Y). Paradigma penelitian merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis, dan jumlah hipotesis serta tehnik atau model dalam penelitian ini yang digambarkan pada Gambar 2.2.



**GAMBAR 2**  
**PARADIGMA PENELITIAN**

## 2.1. Hipotesis

Hipotesis atau hipotesa adalah suatu kesimpulan yang bersifat sementara dalam suatu penelitian. Arikunto (2009:5) mengemukakan bahwa: "Suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul".

Selain itu juga hipotesis sangat berguna untuk mengarahkan penelitian yang tengah atau akan dilaksanakan sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2009:93), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, sehingga hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi.

Butler (2003) mengatakan secara detail, TOS mengasumsi bahwa spektrum pengukuran dan penilaian indikator pengembangan yang digunakan haruslah: (1) dapat diamati dan diukur, (2) secara langsung dapat dikendalikan dibawah manajemen kontrol, (3) terkait langsung dengan preferensi wisatawan dan mempengaruhi keputusannya untuk melakukan wisata atau tidak ke tempat tersebut, dan (4) mempunyai karakteristik dan kondisi tertentu.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: "keputusan berkunjung dipengaruhi secara positif oleh pengembangan produk wisata dengan menggunakan *tourism opportunity spectrum*."

Sub hipotesis :

1. Keputusan berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh dipengaruhi secara positif oleh aksesibilitas.
2. Keputusan berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh dipengaruhi secara positif oleh kompatibilitas dengan kegiatan lain.
3. Keputusan berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh dipengaruhi secara positif oleh karakteristik sarana pariwisata.

4. Keputusan berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh dipengaruhi secara positif oleh interaksi sosial.
5. Keputusan berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh dipengaruhi secara positif oleh tingkat akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan wisatawan
6. Keputusan berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh dipengaruhi secara positif oleh derajat manajemen kontrol.

## III. METODE PENELITIAN

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2008:11) mendefinisikan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai promosi penjualan dan bagaimana promosi penjualan tersebut dapat berpengaruh pada keputusan pembelian.

Penelitian verifikatif menurut Suharsimi Arikunto (2009:8) merupakan "Penelitian yang pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di dalam lapangan".

Dalam penelitian ini akan diuji mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, dalam penelitian ini di uji pengaruh pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* terhadap keputusan berkunjung ke Cukang Taneuh.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif, metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif survey dan metode explanatory survey untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Metode tersebut dipergunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2008:11) yang dimaksud dengan metode survei yaitu:

Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan

sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

Penelitian yang menggunakan metode ini, melakukan kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Metode pengembangan yang dipergunakan adalah cross-sectional method. Menurut Husein Umar (2009:42), cross sectional method yaitu metode penelitian dengan cara meneliti suatu fenomena tertentu dalam satu kurun waktu saja.

**3.1. OPERASIONALISASI VARIABEL**

Menurut Sugiyono (2009:113), operasional variabel adalah bagaimana

caranya kita mengukur suatu variabel, untuk mengetahui apa yang menjadi konsep teoritis dan konsep analitis, maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Adapun variabel-variabel yang akan diuji yaitu pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* (X) yang terdiri dari aksesibilitas, kompatibilitas dengan kegiatan lain, karakteristik sarana pariwisata, interaksi sosial, tingkat akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan pengunjung, dan derajat manajemen kontrol sebagai variabel bebas dan keputusan berkunjung (Y) sebagai variabel terikat. Berikut adalah operasionalisasi variabel dalam penelitian ini :

**TABEL 4  
OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Tourism opportunity spectrum</i> (X)	<i>Tourism oportunity spectrum is offerred as a tool to maximise natural resource-based tourism development within acceptable constrains.</i> (Butler & Waldbrook, 2003: 22)				
Aksesibilitas (X1)	Aksesibilitas, baik berupa perencanaan perjalanan, penyediaan informasi mengenai rute destinasi, ketersediaan sarana transportasi, akomodasi, ataupun kemudahan lain untuk mencapai destinasi merupakan salah satu faktor penentu berhasilnya peluang pengembangan destinasi	Kemudahan mencapai lokasi destinasi	Tingkat kemudahan mencapai lokasi destinasi	Ordinal	A.1
		Sumber informasi untuk mencapai destinasi	Ragam sumber informasi untuk mencapai destinasi	Ordinal	A.2
Kompatibilitas dengan kegiatan lain (X2)	Keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata sangat ditentukan oleh kompatibilitasnya terhadap aktivitas lain di kawasan pengembangan. Yang perlu diperhatikan adalah sampai level mana sebuah pengembangan kawasan dapat mempengaruhi kawasan lain dan kondisi yang bagaimana yang optimal dan baik untuk	Kesesuaian pembangunan lahan parkir	Tingkat kesesuaian pembangunan lahan parkir	Ordinal	A.3
		Keanekaragaman pohon	Tingkat kesesuaian keanekaragaman pohon	Ordinal	A.4
		Pembuangan sampah atau limbah	Tingkat pembuangan sampah atau limbah	Ordinal	A.5
		Pelestarian flora dan fauna	Tingkat pelestarian flora dan fauna	Ordinal	A.6

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	menunjang kawasan pengembangan.	Kebersihan lingkungan kawasan wisata	Tingkat kebersihan lingkungan kawasan wisata	Ordinal	A.7
		Kesesuaian jarak dengan pemukiman sekitar destinasi	Tingkat kesesuaian jarak dengan pemukiman sekitar destinasi	Ordinal	A.8
Karakteristik sarana pariwisata (X3)	Karakteristik sarana pariwisata adalah tentang bagaimana cara penataan sarana pariwisata, termasuk didalamnya pengadaan fasilitas baru, penanaman atau introduksi vegetasi, akomodasi, tempat perbelanjaan, fasilitas hiburan, serta penataan akses lalulintas ke kawasan.	Pengadaan fasilitas baru	Pengadaan fasilitas baru	Ordinal	A.9
		Kenyamanan tempat perbelanjaan (kios cinderamata)	Tingkat kenyamanan tempat perbelanjaan (kios cinderamata)	Ordinal	A.10
		Kenyamanan fasilitas umum (toilet, mushola, kantin)	Tingkat kenyamanan fasilitas umum (toilet, mushola, kantin)	Ordinal	A.11
		Tempat penginapan (hotel, motel, tempat berkemah)	Keterseediaan tempat penginapan (hotel, motel, tempat berkemah)	Ordinal	A.12
		Fasilitas penunjang keamanan bagi pengunjung (life vest, P3K, dll)	Fasilitas penunjang keamanan bagi pengunjung (life vest, P3K, dll)	Ordinal	A.13
interaksi sosial (X4)	Keberadaan pengunjung di kawasan wisata alam bisa berdampak buruk bagi ekosistem alam dan juga ekosistem sosial.	Interaksi pengunjung dengan ekosistem (lingkungan alam)	Interaksi pengunjung dengan ekosistem (lingkungan alam)	Ordinal	A.14
		Pengalaman pengunjung terhadap masyarakat setempat	Tingkat pengalaman pengunjung terhadap masyarakat setempat	Ordinal	A.15
		Penyelenggaraan event tahunan oleh masyarakat setempat	Tingkat penyelenggaraan event tahunan oleh masyarakat setempat	Ordinal	A.16
tingkat akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan pengunjung (X5)	Keberadaan orang baru di suatu wilayah akan mengakibatkan terjadinya keseimbangan baru pada sistem sosial di wilayah tersebut untuk memastikan sistem sosial tersebut tetap	Penerimaan masyarakat lokal terhadap budaya baru yang di bawa oleh pengunjung	Tingkat penerimaan masyarakat lokal terhadap budaya baru yang di bawa oleh pengunjung	Ordinal	A.17
		Penerimaan	Tingkat	Ordinal	A.18

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	stabil.	pengunjung terhadap budaya dan adat istiadat masyarakat lokal	penerimaan pengunjung terhadap budaya dan adat istiadat masyarakat lokal		
Derajat manajemen kontrol (X6)	Derajat manajemen kontrol mencerminkan kelenturan pengelolaan destinasi wisata. Kecenderungan wisata kedepan adalah penjonolan pengalaman pribadi (personal experience) yang memerlukan kecermatan pengelolaan destinasi wisata agar mampu memuaskan sifat petualangan pengunjung.	Penyediaan atraksi wisata	Penyediaan atraksi wisata	Ordinal	A.19
		Aktivitas yang bisa dilakukan	Ragam aktivitas yang bisa dilakukan	Ordinal	A.20
		Penyediaan paket wisata oleh lokal dan non-lokal tour operator	Kemudahan mendapatkan paket wisata oleh lokal dan non-lokal tour operator	Ordinal	A.21
		Kepuasan pengunjung	Tingkat kepuasan pengunjung	Ordinal	A.22
		Keinginan pengunjung untuk kembali lagi ke destinasi	Tingkat keinginan pengunjung untuk kembali lagi ke destinasi	Ordinal	A.23
Keputusan Berkunjung (Y)	Tahap keputusan di mana pengunjung secara aktual melakukan pembelian produk wisata. Modifikasi Kotler & Amstrong (2008:146)	Pemilihan produk wisata Cukang taneuh	Tingkat Pemilihan produk wisata berdasarkan daya tarik atraksi wisata yang ditawarkan Cukang Taneuh	Ordinal	B.24
			Tingkat Pemilihan produk wisata atas dasar keragaman produk wisata yang ada di Cukang Taneuh	Ordinal	B.25
			Tingkat pemilihan pengunjung terhadap keputusan berkunjung berdasarkan kualitas ( <i>amenities</i> ) fasilitas wisata di Cukang Taneuh	Ordinal	B.26
			Tingkat pemilihan pengunjung terhadap keputusan berkunjung berdasarkan kemudahan	Ordinal	B.27

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			aksesibilitas menuju Cukang Taneuh		
		Pemilihan tempat wisata terfokus pada Cukang Taneuh	Tingkat Keputusan berkunjung berdasarkan kemenarikan Cukang Taneuh sebagai daerah tujuan wisata	Ordinal	B.28
			Tingkat Kepopuleran Cukang Taneuh dibanding kawasan wisata lainnya yang ada di Kabupaten Ciamis	Ordinal	B.29
		Pemilihan waktu kunjungan pengunjung ke Cukang Taneuh	Tingkat Pemilihan waktu kunjungan berdasarkan saat weekday (Senin-Jumat)	Ordinal	B.30
			Tingkat Pemilihan waktu kunjungan berdasarkan saat weekend (Sabtu-Minggu)	Ordinal	B.31
			Tingkat kunjungan berdasarkan pada saat kebutuhan khusus (tugas sekolah, family gathering, dll)	Ordinal	B.32
		Pemilihan Jumlah Kunjungan ke Cukang Taneuh	Tingkat keseringan berkunjung ke Cukang Taneuh	Ordinal	B.33
			Tingkat lama pengunjung berkunjung ke Cukang Taneuh	Ordinal	B.34





**IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1. Pengembangan Produk Wisata Dengan Menggunakan Teknik *Tourism Opportunity Spectrum***

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tanggapan pengunjung terhadap pengembangan produk wisata dengan menggunakan *tourism opportunity spectrum* diperoleh hasil rekapitulasi, yaitu:

**TABEL 5  
REKAPITULASI HASIL TANGGAPAN PENGUNJUNG TERHADAP PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DENGAN MENGGUNAKAN *TOURISM OPPORTUNITY SPECTRUM***

No	Sub Variabel	Total Skor	Skor Rata-rata	%
1	Aksesibilitas	1114	572	24,84
2	Karakteristik sarana pariwisata	2924	584,8	25,39
3	Interaksi sosial	1690	563,3	24,46
4	Derajat manajemen kontrol	2914	582,8	25,31
	Total	8642	2302,9	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

Pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dimensi yang memperoleh skor tertinggi adalah karakteristik sarana pariwisata yaitu sebesar 25,39%. Berdasarkan tanggapan pengunjung, karakteristik sarana pariwisata di Cukang Taneuh sudah cukup lengkap, nyaman, dan baik. Gamal Suwanto (2004:22) mengemukakan bahwa, fasilitas wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan pengunjung dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun daya tarik wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Sarana wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah sarana yang harus disediakan, secara kuantitatif yang menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan tercermin pada kepuasan pengunjung yang memperoleh pelayanan.

Penyediaan sarana pariwisata sangat menentukan peluang pengembangan sebuah destinasi pariwisata. *On-site management*, penataan sarana pariwisata, termasuk didalamnya pengadaan fasilitas baru, penanaman atau introduksi vegetasi, akomodasi, tempat perbelanjaan, fasilitas hiburan serta penataan akses lalu lintas ke kawasan, sangat menentukan keberhasilan

pengembangan destinasi pariwisata. (Butler, 2003)

Dimensi selanjutnya adalah derajat manajemen kontrol yang memiliki skor 25,31%, tertinggi kedua setelah dimensi karakteristik sarana pariwisata. Derajat manajemen kontrol merupakan rekapitulasi dari hasil keseluruhan perjalanan wisata yang pengunjung rasakan. Dalam hal ini, pengunjung Cukang Taneuh merasa puas dan memiliki keinginan untuk kembali lagi ke atraksi wisata Cukang Taneuh. Penyediaan atraksi wisata yang sesuai juga mempengaruhi pengunjung untuk memberikan skor yang tinggi terhadap dimensi derajat manajemen kontrol.

Suatu daerah wisata, di samping akomodasi akan disebut daerah tujuan wisata apabila ia memiliki atraksi-atraksi yang memikat sebagai tujuan kunjungan wisata. Middleton (2001:125) mengemukakan bahwa, atraksi wisata merupakan elemen-elemen yang terkandung dalam daya tarik wisata destinasi dan lingkungan di dalamnya yang secara individual atau kombinasinya memegang peran penting dalam memotivasi pengunjung untuk berkunjung ke daya tarik destinasi tersebut.

Selanjutnya, dimensi aksesibilitas memiliki skor 24,84%. Aksesibilitas menjadi peringkat ketiga dikarenakan akses menuju daya tarik wisata menurut pengunjung cukup mudah. Dikarenakan untuk menuju ke daya tarik wisata bisa menggunakan jalur darat berupa kendaraan pribadi, bus, dan travel, jalur udara dan laut. Fasilitas pengangkutan (*transportation facilities*) merupakan prasarana dan sarana yang memudahkan dipergunakan orang untuk mencapai daya tarik wisata.

Sebagaimana Middleton (2001:126) bahwa aksesibilitas merupakan kemudahan bagi pengunjung atau pengunjung untuk mencapai objek dan daya tarik wisata yang akan dituju. Kemudahan pencapaian mempengaruhi keputusan pengunjung untuk mengunjungi suatu objek dan daya tarik wisata. Ketepatan, kecepatan dan kelancaran inilah sesungguhnya yang dapat mengurangi jarak yang harus ditempuh dan waktu yang dipergunakan oleh pengunjung, yang memang menjadi harapan dan keinginan semula, pengunjung hendak memutuskan untuk mengadakan perjalanan.

Interaksi sosial merupakan dimensi yang memiliki skor terendah yaitu 24,46%. Dalam hal ini, pengunjung menganggap

bahwa keterlibatan masyarakat lokal sangat rendah. Sehingga pengalaman yang didapat pengunjung terhadap masyarakat kurang. Padahal interaksi sosial merupakan faktor yang berpengaruh besar terhadap keputusan berkunjung pengunjung. Selain itu, penyelenggaraan event di atraksi wisata Cukang Taneuh jarang dilakukan. Penyelenggaraan event merupakan salah satu daya tarik pengunjung untuk berkunjung ke sebuah atraksi wisata. Menurut *The International Ecotourism Society* (2000) dalam Damanik (2006:48), pengunjung menaruh perhatian besar pada budaya masyarakat di daerah tujuan wisata. Bahkan disebutkan pula bahwa pengalaman budaya di daerah tujuan wisata menjadi salah satu daya tarik yang diperhitungkan.

Butler dan Waldbrook (2003:26) mengemukakan bahwa pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* yang terdiri dari aksesibilitas, kompatibilitas dengan kegiatan lain, karakteristik sarana pariwisata, interaksi sosial, akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan pengunjung, dan derajat manajemen kontrol terkait langsung dengan preferensi pengunjung dan mempengaruhi keputusannya untuk melakukan wisata atau tidak ke tempat tersebut. Hal tersebut merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan pengunjung atraksi wisata Cukang Taneuh.

Secara keseluruhan variabel pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* dapat diketahui kedudukannya berdasarkan skor yang didapat berdasarkan data dari Gambar 4.10, di mana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor standar, yang didapat melalui perhitungan skor ideal (*criterion*) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel pengembangan produk wisata, hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2009:94) sebagai berikut:

**Mencari skor ideal Pengembangan Produk Wisata Dengan menggunakan *Tourism opportunity spectrum*:**

Skor ideal: Skor tertinggi x jumlah item pertanyaan x jumlah pengunjung

Skor ideal =  $5 \times 15 \times 150 = 11250$

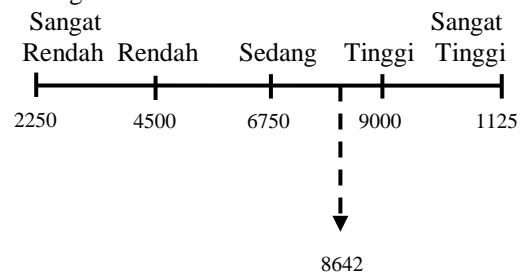
**Mencari skor terendah Pengembangan Produk Wisata Dengan menggunakan *Tourism opportunity spectrum*:**

Skor terendah: Skor terendah x jumlah item pertanyaan x jumlah pengunjung

Skor terendah =  $1 \times 15 \times 150 = 2250$

**Panjang interval kelas :  $11250/5 = 2250$**

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data pengembangan produk wisata dengan menggunakan *tourism opportunity spectrum* adalah 8642 lihat Tabel 1.5 dengan demikian maka pengembangan produk wisata dengan menggunakan *tourism opportunity spectrum* menurut persepsi 150 pengunjung adalah  $(8642 : 11250) \times 100\% = 76,82\%$ . Hasil ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Nilai 8642 sesuai dengan data penelitian yaitu termasuk dalam kategori interval sedang dan tinggi tetapi lebih mendekati tinggi, jadi pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* menurut tanggapan pengunjung di atraksi wisata Cukang Taneuh dalam kategori tinggi dengan persentase 68,75%.

#### 4.2. Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung yang diadopsi dari teori Kotler dan Armstrong (2008:129) bahwa, dalam memenuhi kebutuhannya, konsumen akan berada dalam suatu proses keputusan pembelian. Dalam menjalankan niat pembelian tersebut, konsumen terdapat enam sub keputusan pembelian, apakah keputusan pembelian berdasarkan pilihan produk wisata, pilihan merek objek wisata, pilihan saluran distribusi, pilihan waktu kunjungan, tingkat kunjungan dan metode pembayaran. Namun, dalam hal ini penelitian hanya memilih empat indikator dari enam indikator yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008:129) tanpa pilihan saluran distribusi dan metode pembayaran, karena hal ini disesuaikan penelitian di atraksi wisata Cukang Taneuh. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh pembahasan tanggapan pengunjung terhadap keputusan berkunjung adalah sebagai berikut.



dalam kategori tinggi dengan persentasi 75,32%.

#### 4.3. Pengaruh Pengembangan Produk Wisata dengan Menggunakan Teknik *Tourism opportunity spectrum* Terhadap Keputusan Berkunjung

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji besarnya pengaruh pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* (X) yang terdiri dari aksesibilitas (X<sub>1</sub>), kompatibilitas dengan kegiatan lain (X<sub>2</sub>), karakteristik sarana pariwisata (X<sub>3</sub>), interaksi sosial (X<sub>4</sub>), akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan pengunjung (X<sub>5</sub>) dan derajat manajemen kontrol (X<sub>6</sub>) terhadap keputusan berkunjung (Y) dilakukan dengan menggunakan uji statistik analisis jalur (*path analysis*).

Serta untuk menguji hipotesis dihitung besarnya koefisien jalur masing-masing variabel. Selanjutnya berdasarkan perhitungan statistik yang didasarkan pada angka-angka dari masing-masing variabel terlebih dahulu dilakukan transformasi, dimana dalam perhitungan transformasi dilakukan dengan program yang ada dalam SPSS Versi 19.0. Secara lengkap hasil pengolahan data pengaruh pengembangan produk dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* beserta enam sub variabelnya terhadap keputusan berkunjung pengunjung di atraksi wisata Cukang Taneuh disajikan secara rinci dalam Tabel 4.3 sebagai berikut:

**TABEL 7**  
**HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN JALUR, PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG DARI PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK TOURISM OPPORTUNITY SPECTRUM**

Pengaruh Langsung Terhadap (Y)	Pengaruh Tidak Langsung Melalui						R <sup>2</sup> F <sub>1</sub> , ..., F <sub>6</sub>	t hitung		
	Aksesibilitas (X <sub>1</sub> )	Kompatibilitas dengan kegiatan lain (X <sub>2</sub> )	Karakteristik sarana pariwisata (X <sub>3</sub> )	Interaksi sosial (X <sub>4</sub> )	Akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan pengunjung (X <sub>5</sub> )	Derajat manajemen kontrol (X <sub>6</sub> )		t	Sig	Keputusan
0,0807	-	0,0005	0,0449	0,0358	0,0014	0,0122	0,1753	6,237	0,000	H <sub>0</sub> ditolak
0,0016	0,0005	-	0,0002	0,0006	0,0002	0,0018	0,0105	0,158	0,873	H <sub>0</sub> diterima
0,1102	0,449	0,0002	-	0,0680	0,0014	0,0286	0,2337	7,746	0,000	H <sub>0</sub> ditolak
0,1706	0,358	0,0006	0,0680	-	0,0019	0,0208	0,3649	8,732	0,000	H <sub>0</sub> ditolak
0,0012	0,0014	0,0002	0,0014	0,0019	-	0,0008	0,0068	1,532	0,123	H <sub>0</sub> diterima
0,0100	0,0122	0,0018	0,0203	0,0203	0,0003	-	0,0716	2,334	0,020	H <sub>0</sub> ditolak
							0,936			

#### TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

Pengujian hipotesis melalui nilai signifikansi dan uji-t menghasilkan penolakan terhadap H<sub>0</sub> pada dimensi aksesibilitas (X<sub>1</sub>), karakteristik sarana pariwisata (X<sub>3</sub>), interaksi sosial (X<sub>4</sub>), dan derajat manajemen kontrol (X<sub>6</sub>) karena nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan dengan 0,05. Hal tersebut berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* yang terdiri dari aksesibilitas (X<sub>1</sub>), karakteristik sarana pariwisata (X<sub>3</sub>), interaksi sosial (X<sub>4</sub>), dan derajat manajemen kontrol (X<sub>6</sub>) terhadap keputusan berkunjung (Y) pengunjung di atraksi wisata Cukang Taneuh. Sedangkan pada dimensi kompatibilitas dengan kegiatan lain (X<sub>2</sub>) dan akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan pengunjung (X<sub>5</sub>) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal tersebut berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* yang terdiri dari kompatibilitas dengan kegiatan lain (X<sub>2</sub>) dan akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan pengunjung (X<sub>5</sub>) terhadap keputusan berkunjung (Y) pengunjung di atraksi wisata Cukang Taneuh. Meskipun terjadi ketidaksesuaian (tidak kompatibel) antara kegiatan yang ada di Cukang Taneuh dan juga penerimaan masyarakat lokal yang kurang, namun pengunjung tetap melakukan kunjungan ke Cukang Taneuh.

Adapun untuk menguji ulang dengan menggunakan model *trimming*. Heise et,al dalam Riduwan dan Engkos (2011:127) menyatakan "model *trimming* adalah model yang digunakan memperbaiki suatu model

struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan”. Jadi model *trimming* terjadi ketika koefisien jalur di uji secara keseluruhan ternyata ada variabel yang tidak signifikan, kalau pun ada satu, dua atau lebih variabel yang tidak signifikan peneliti perlu model struktur analisis jalur yang telah dihipotesiskan.

Pengujian hipotesis kali ini dilakukan untuk menguji besarnya pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* (X) yang terdiri dari aksesibilitas (X<sub>1</sub>), karakteristik

sarana pariwisata (X<sub>2</sub>), interaksi sosial (X<sub>3</sub>), dan derajat manajemen kontrol (X<sub>4</sub>), hasil pengujian hipotesis *path analysis* dengan menggunakan bantuan SPSS 19.0 dapat dilihat pada Tabel 4.4.

**TABEL 8**  
**HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN JALUR, PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG DARI PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DENGAN MENGGUNAKAN TOURISM OPPORTUNITY SPECTRUM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MENGGUNAKAN MODEL TRIMMING**

X	Pengaruh Langsung Terhadap (Y)	Pengaruh Tidak Langsung Melalui				R <sup>2</sup> Y <sub>X1,....,X3</sub>	t hitung t tabel=1,982	Sig	Keputusan
		Aksesibilitas (X1)	Karakteristik sarana pariwisata (X2)	Interaksi sosial (X3)	Derajat manajemen kontrol (X4)				
X1	0,0889	-	0,0467	0,1071	0,0098	0,2525	6,507	0,000	Ho ditolak
X2	0,1239	0,0467	-	0,0711	0,0238	0,2655	8,264	0,000	Ho ditolak
X3	0,1665	0,1071	0,0711	-	0,0157	0,3604	8,570	0,000	Ho ditolak
X4	0,0062	0,0098	0,0238	0,0157	-	0,0555	1,986	0,038	Ho ditolak
R <sup>2</sup>						0,932			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2011

Pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* yang memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan berkunjung adalah interaksi sosial yang berpengaruh langsung sebesar 36,04% pengaruh tidak langsung melalui aksesibilitas sebesar 16,65%, melalui karakteristik sarana pariwisata sebesar 7,11%, dan melalui derajat manajemen kontrol sebesar 1,57%.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa pengaruh pengembangan produk dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* terhadap keputusan berkunjung adalah sebesar 0.932 sedangkan koefisien jalur variabel lain di luar variabel pengembangan produk wisata dengan menggunakan *tourism opportunity spectrum* yang terdiri dari aksesibilitas, karakteristik sarana pariwisata,

interaksi sosial, dan derajat manajemen kontrol ditentukan melalui:

$$P_{Ze} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X1,.....X4)}} = \sqrt{1 - 0.9320} = 0,068$$

Hal tersebut berarti X1, X2, X3, dan X4 bersama-sama mempengaruhi tingkat kunjungan sebesar 93,2% dan sisanya sebesar 6,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak masuk ke dalam penelitian ini.

**V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

**5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verikatif pengaruh pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* terhadap keputusan berkunjung ke

atraksi wisata Cukang Taneuh dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penilaian pengunjung yang berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh terhadap pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* dinilai baik atau tinggi. Dimensi dari pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* yang mendapatkan penilaian tinggi ke rendah adalah karakteristik sarana pariwisata, interaksi sosial, derajat manajemen kontrol, dan aksesibilitas.
  2. Penilaian pengunjung terhadap keputusan berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh juga dinilai tinggi atau baik. Penilaian tertinggi ada pada indikator pemilihan produk, pemilihan merek, dan pemilihan waktu kunjungan. Sedangkan penilaian terendah terdapat dalam indikator pemilihan jumlah kunjungan.
  3. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* yang terdiri dari aksesibilitas, karakteristik sarana pariwisata, interaksi sosial, dan derajat manajemen kontrol secara bersama-sama mempengaruhi keputusan berkunjung pengunjung untuk berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh. Besarnya pengaruh pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* terhadap keputusan berkunjung adalah sebesar 93,2%, sedangkan sisanya sebesar 6,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 5.2. Rekomendasi**
- Berdasarkan uraian kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rekomendasi untuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis dan Unit Pendapatan Teknis Daerah Kebudayaan dan Pariwisata Cijulang (UPTD Budpar) dan KOMPEPAR dalam meningkatkan keputusan berkunjung, yaitu dengan melakukan beberapa upaya untuk mengevaluasi dan meningkatkan pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik *tourism opportunity spectrum* yang dimiliki dengan upaya sebagai berikut :
1. Meningkatkan aksesibilitas menuju Cukang Taneuh agar wisatawan lebih antusias berkunjung ke cukang Taneuh yaitu dengan perencanaan perjalanan, penyediaan informasi mengenai rute dan destinasi, ketersediaan sarana transportasi, akomodasi, ataupun kemudahan lain untuk mencapai destinasi. Akses informasi bisa dari mulut ke mulut, keluarga dan teman, buku-buku pariwisata, brosur, tabloid, iklan, dan sejenisnya. Perbaikan infrastruktur jalan juga perlu dilakukan oleh pemerintah daerah setempat.
  2. Meningkatkan karakteristik sarana pariwisata yang sudah tersedia di Cukang Taneuh. Cukang Taneuh merupakan kawasan ekowisata, sehingga pembangunan fasilitas-fasilitas tertentu seperti pembangunan hotel harus dibatasi demi menjaga kelestarian ekosistem alamnya. Untuk mengatasi masalah tersebut, pihak pengelola bisa memanfaatkan rumah penduduk untuk dijadikan *homestay* atau sejenisnya untuk dijadikan tempat menginap para wisatawan, tentu saja dengan standar kebersihan dan kelayakan. Selain itu, menambah kios-kios cinderamata juga perlu dilakukan, selain bisa memberdayakan masyarakat lokal dalam membuat kerajinan tangan khas Cukang Taneuh hal ini juga bisa menambah kualitas perekonomian masyarakat lokal. Kebersihan toilet dan mushola juga perlu ditingkatkan agar wisatawan merasa lebih nyaman. Penyediaan tempat sampah perlu di tingkatkan.
  3. Meningkatkan interaksi sosial yang ada di Cukang Taneuh. Hal ini bisa dilakukan dengan menawarkan pengalaman-pengalaman positif bagi wisatawan maupun masyarakat lokal melalui kontak budaya yang lebih intensif. Masyarakat lokal memberikan peluang kepada wisatawan untuk menyaksikan upacara, *event*, pertunjukan yang sudah dimiliki oleh masyarakat setempat. Interaksi wisatawan dengan ekosistem alam perlu mendapat perhatian dari pihak pengelola, meskipun motif berwisata bukan untuk melestarikan lingkungan tetapi wisatawan harus terlibat dalam berbagai upaya pelestariannya. Upaya ini bisa dilakukan dengan pemberian informasi kepada wisatawan melalui



tulisan atau plang-plang yang bisa dibuat oleh pengelola Cukang Taneuh.

4. Meningkatkan derajat manajemen kontrol melalui penyediaan atraksi-atraksi wisata yang telah ada. Penyediaan atraksi wisata baru seperti *body rafting* perlu ditingkatkan lagi promosinya sehingga wisatawan lebih tertarik untuk mencoba atraksi wisata tersebut. Penyedia jasa wisata sebaiknya tidak hanya menyiapkan sekedar atraksi untuk menarik minat wisatawan, tetapi juga menawarkan peluang bagi mereka untuk lebih menghargai lingkungan sehingga keunikan Cukang Taneuh dan lingkungannya tetap terpelihara dan masyarakat lokal serta wisatawan berikutnya dapat menikmati keunikan tersebut. Selain itu, penyedia jasa wisata perlu menyediakan kegiatan-kegiatan produktif yang langgeng agar masyarakat lokal dapat menikmati hidup yang lebih baik secara berkelanjutan karena wisatawan tidak pernah nyaman menikmati produk dan layanan wisata yang mewah di tengah-tengah kemiskinan massal di daerah tujuan wisata.
5. Berdasarkan preferensi wisatawan dalam berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh menunjukkan hasil yang baik tetapi tingkat kunjungan ini harus dipertahankan dan lebih ditingkatkan agar atraksi wisata Cukang Taneuh dapat menjadi salah satu destinasi pilihan masyarakat baik sebagai sarana untuk mengisi waktu liburan maupun sebagai alternatif berwisata. Selain sebagai tempat rekreasi, Cukang Taneuh juga memiliki peran ganda sebagai tempat konservasi lingkungan. Oleh karena itu, meskipun pengelola mempunyai target kunjungan yang tinggi, pihak-pihak terkait juga harus bisa tetap menjaga kelestarian alam karena itu merupakan daya tarik utama dari Cukang Taneuh.
6. Membuat terobosan atau inovasi baru yang lebih menarik yang berkaitan dengan konservasi alam seperti membuat jalur *trekking* yang ramah lingkungan, ataupun penambahan flora dan fauna di cagar alam.
7. Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna, selain itu dari hasil penelitian terdapat faktor lain yang ditunjukkan oleh variabel epsilon yang tidak diteliti dalam penelitian ini, oleh

karena itu Penulis berharap akan adanya penelitian selanjutnya untuk memperoleh hasil yang lebih baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Prosedur Penelitian* (edisi revisi ke lima). Jakarta: Rieka Cipta.
- Butler, R.W. dan L.A. Waldbrook. 2003. *A New Planning Tool: The Tourism opportunity spectrum. The Journal of Tourism Studies Vol.14, No 1.*
- Damanik, J. dan Weber, F. Helmut. 2006. *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Husein, Umar. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler P., Jhon T. Bowen and James Maken. 2006. *Marketing for Hospitality and Tourism 4th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kusmayadi, Endar S. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta. Gramedia Pustaka.
- Middelton, T.T.C & Clarke, J. 2001. *Marketing in Travel and Tourism 2rd Edition*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Morrison, Alastair. M., (2002), *Hospitality and Travel marketing*, United State: Delmar Thomson Learning.
- Mower and Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Erlangga.
- Mulyana, Imam. 2004. *Keputusan Pembelian*. Jurnal
- Pitana, I Gede, dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi dan Antropologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pitana, I Gede. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Rencana Strategis (RENSTRA) Tahun 2009-2014. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis.
- Riduwan dan Sunarto. 2007. *Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan dan Kuncoro. 2011. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Risanti, Irma. 2010. *Pengembangan Fasilitas Green Canyon Sebagai Kawasan Wisata di Kabupaten Ciamis*. Manajemen Resort and



- Leisure. Universitas Pendidikan Indonesia. Tidak Untuk Diterbitkan.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal,SH. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009
- Yazid. 2005. *Pemasaran Pariwisata Edisi 1*. Jakarta : Alfabeta
- Yoeti, Oka A. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa

**Website:**

Entertainment.kompas.com/read/20010/10/19/21091083/pariwisata.indonesia.jauh.ketinggalan (diakses: 09 Desember 2010)

[www.balipost.co.id/balipostcetak/2007/3/27/02.html](http://www.balipost.co.id/balipostcetak/2007/3/27/02.html) (diakses: 09 Desember 2010)

