

ANALISIS DAYA PESONA WISATA BERDASARKAN PESPEKTIF WISATAWAN PADA TAMAN REKREASI SELECTA KOTA BATU JAWA TIMUR

¹Tri Marhaeni Widiastuti, ²Roos Widjajanti, ³Edy Chandra, Aprillina Sanjaya⁴

^{1,2,3,4}Prodi Administrasi Bisnis

^{1,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Malang

²Universitas Merdeka Malang

Email : tmmarhaeni@gmail.com, rooswidjajani@unmer.ac.id

Abstrak

Riset ini ditujukan untuk mendeskripsikan perspektif wisatawan mengenai daya pesona tempat wisata Taman Rekreasi Selecta, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data dengan wawancara tidak terstruktur dari 17 informan yang pernah berkunjung di tempat wisata tersebut, dan dianalisis secara kualitatif. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa daya pesona wisata menurut perspektif wisatawan adalah didominasi pada daya pesona alam yang dilengkapi dengan daya pesona buatan manusia, dengan kata lain lebih merujuk pada penilaian kualitas jasa yang mengarah pada bukti fisik yang telah disediakan dari jasa wisata. Rekomendasi yang disampaikan bagi pengelola wisatawan untuk mempertahankan daya pesona alami dan dapat meningkatkan daya pesona yang lain melalui daya pesona buatan atau bukti fisik jasa yang berbeda dari obyek wisata yang lain.

Kata Kunci : Daya Pesona wisata, perspektif wisatawan

Abstract

This research aims to describe the perspective of tourists on the charm of the Selecta Recreational Park tourist attraction, using a qualitative approach. Data with unstructured interviews from 17 informants who have visited the tourist attraction, and analyzed qualitatively. The results obtained indicate that the charm of tourism according to the perspective of tourists is dominated by the charm of nature which is complemented by the charm of man-made attractions, in other words, it refers more to the assessment of service quality that leads to physical evidence that has been provided by tourism services. Recommendations are submitted for tourism managers to maintain the charm of nature and can increase other charms through artificial charms or physical evidence of services that are different from other tourist attractions

Keywords: Charm of tourism, tourist perspective

PENDAHULUAN

Upaya untuk meningkatkan pendapatan suatu negara salah satunya adalah melalui sektor pariwisata seperti yang dikemukakan World Tourism Organization bahwa parawisata telah mengalami perkembangan secara terus

menerus dan diversifikasi yang semakin luas dampaknya parawisata merupakan salah satu bagian ekonomi yang berkembang dengan pesat di dunia. Pariwisata modern sangat terkait dengan pembangunan dan mencakup meningkatnya tujuan wisata baru.

Kondisi yang dinamis ini telah menjadikan pariwisata sebagai pendorong utama kemajuan sosial ekonomi.

Sumbangan Pariwisata bagi perkembangan ekonomi khususnya pada pendapatan asli daerah, melalui pengenaan pajak terhadap pariwisata yaitu PPN, PPH Pasal 21 ditujukan bagi karyawan, PPH pasal 25 dan 29 bagi perusahaan pariwisata, pajak restoran, pajak hotel, pajak hiburan, bea masuk barang mewah baik pajak pusat maupun pajak daerah. Pajak-pajak ini dikenakan pada berbagai aktivitas dan layanan yang disediakan dalam sektor ini, seperti penginapan, transportasi, makanan dan minuman, serta atraksi wisata. (Anasyah, 2024, <https://citraglobalconsulting.com/pajak-untuk-sektor-pariwisata/>)

Kontribusi sector pariwisata di Kota Batu pada penerimaan pajak barang dan jasa tertentu (PBJT) tahun 2024 adalah sebesar Rp. 125,2 M yaitu meliputi 46,4 M pajak perhotelan dan 39,3 (makanan dan minuman), serta Jasa Kesenian dan Hiburan sejumlah Rp 39,5

miliar.(

<https://malangraya.net/news/pemkot-batu-raup-penerimaan-pbjt-rp-1252-miliar-dari-sektor-pariwisata/>)

Jawa Timur merupakan provinsi yang memiliki urutan pertama dari 38 Propvinsi di Indonesia yang menjadi tujuan perjalanan wisatawan domestic pada tahun 2024 yaitu menurut BPS pada bulan November 2024 sejumlah 16.334.513 orang dari seluruh wisatawan domestic Indonesia sejumlah 80.612.557 orang, kemudian disusul Jawa Barat 13.659.362 yang melakukan perjalanan wisata

(<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjIwMSMy/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-tujuan--perjalanan.html>)

Kota Batu sebagai salah satu Kota terbaik dari 7 (tujuh) Kota di Jawa Timur yang dinobatkan sebagai surganya wisata alam dan keluarga (Pikiran Rakyat Surabaya), dimana Taman Rekreasi Selecta adalah salah satu obyek wisata dari 39 tujuan wisata di kota Batu.

Menurut World Tourism Organization (UNWTO), dalam Hidayah (2023) daya pesona wisata adalah segala hal yang dapat memikat bagi orang yang melaksanakan wisata ke suatu tempat yang meliputi : aktivitas, tujuan, atau acara dari wisata itu sendiri. Sedangkan menurut Pendit (1999) mengemukakan bahwa daya pesona wisata berbagai macam hal yang dapat merangsang atau mendorong dan memiliki makna bagi wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata.

Daya Pesona atau daya Tarik wisata merupakan hal penting yang harus diupayakan atau ditingkatkan bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa wisata, untuk menjaga agar wisatawan memiliki kesan yang baik dan terus diingat terhadap obyek wisata tersebut yang pada akhirnya akan berkunjung kembali ke obyek wisata tersebut, hal ini telah dibuktikan secara empiris oleh Wusko dan Khoviyah (2024) yang menyatakan bahwa daya Tarik wisata berpengaruh positif significant terhadap *memorable tourism experience* (kesan pengunjung terhadap

destinasi wisata yang berlangsung lama dalam ingatan wisatawan setelah kunjungan berakhir. Sementara itu penelitian Arwani (2021) menyatakan bahwa obyek daya Tarik wisata dan aksesibilitas memiliki pengaruh pada minat berkunjung wisatawan. Demikian juga Nurmala dkk (2022) mengemukakan hasil penelitiannya bahwa daya Tarik wisata mempengaruhi kepuasan pengunjung pada Wisata Pantai Ujung Blang Kota Lhokseumawe.

Penelitian ini berbeda dari penelitian yang telah dijelaskan yaitu dimaksudkan untuk mendeskripsikan daya pesona atau daya Tarik tujuan wisata Taman Rekreasi Selecta dari sudut pandang wisatawan.

TINJAUAN PUSTAKA

Wisata

Wisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan cara mendatangi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau menelaah kekhususan daya tarik wisata yang

didatangi dalam sementara waktu (UU, No 10 tahun 2009)

Wisatawan

Wisatawan adalah pengunjung yang melaksanakan kegiatan wisata (UU, No 10 tahun 2009) dan yang tertarik pada obyek wisata.

Pariwisata

Kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain (James J. Spillance, 1987). Pendapat lain Aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya. (Koen Meyers). Wahab dalam Yoeti Suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri/ diluar negeri,

meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap

Daya Pesona Wisata

Kawasan wisata akan memiliki daya pikat yang dapat menarik seseorang maupun kelompok untuk mengunjunginya bilamana memenuhi kriteria unik, indah, mudah di akses serta didukung sarana dan prasarana yang lengkap. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang No.10 tahun 2009 yang memuat bahwa pesona wisata merupakan segala sesuatu yang mempunyai nilai unik, keindahan, serta nilai yang berbentuk keberagaman kekayaan alam, budaya, maupun hasil karya manusia yang menjadi objek maupun target kunjungan wisatawan. Disamping itu juga disebutkan bahwa usaha wisata mencakup daya tarik atau daya pesona wisata, daerah pariwisata, serta berbagai macam jasa : yaitu angkutan, perjalanan, makanan dan minuman, akomodasi, hiburan, informasi, konsultasi, pemandu wisata,

perjalanan, pertemuan, rapat, dan pameran, wisata air dan spa

Menurut Witt dan Moutinho dalam Hidayah (2023), daya pesona wisata merupakan suatu objek, aktivitas, atau kegiatan yang menyediakan atau menampilkan hal yang membawa seseorang untuk melaksanakan perjalanan.

Klasifikasi Daya Pesona atau daya Tarik wisata menurut Fandeli (1995) meliputi :

1. Daya pesona wisata alam

Dimana wisata didasarkan atas ketertarikan pada obyek wisata yang memiliki keunikan kondisi alamnya. Jadi sumber ketertarikan wisatawan terletak pada kondisi alam termasuk lingkungan alam yang mempesona seperti pantai, gunung, lembah, air terjun, wisata taman dan tempat konservasi.

2. Daya pesona / tarik budaya

Wisata yang didasarkan pada ketertarikan pada tempat yang memiliki kekhususan budaya masyarakat maupun maupun adat istiadat, keadaan social masyarakat, acara-acara tradisional yang dilestarikan, seperti

obyek wisata keraton Solo, kraton Yogya, museum, Candi Prabanan dan sebagainya yang merupakan peninggalan nenek moyang dapat merupakan sumber daya Tarik wisata budaya

3. Daya pesona atau daya Tarik Minat Khusus

Merupakan wisata yang didasarkan atas daya tarik atau pesona yang sesuai dengan minat khusus wisatawan termasuk juga buatan manusia demikian seperti : taman hiburan rakyat, wisata belanja, wisata kuliner, wisata belanja, festival music, wisata olah raga, wisata religi dan lainnya contohnya festival carnavall tahunan di Jember yang dapat menyebabkan wisatawan berkunjung ke tempat wisata tersebut

Komponen yang dapat meningkatkan daya tarik obyek wisata menurut Pierce dalam Mulyo (2005) adalah meliputi:

1. Atraksi wisata, yaitu obyek, aktivitas yang menyajikan sesuatu yang dapat menarik bagi wisatawan. (belanja di pasar tradisional, berjalan di taman, melihat pertunjukan budaya dsb.)

2. Transportasi, yaitu sarana pencapaian ke tempat daerah tujuan wisata, hal ini berkaitan dengan kemudahan pencapaian dan tingkat aksesibilitas.
3. Akomodasi, yaitu pendukung kegiatan pariwisata yang bertujuan memenuhi kebutuhan wisatawan untuk mendapatkan kenyamanan dan kepuasan.
4. Fasilitas penunjang, meliputi fasilitas umum seperti telepon umum, mushola/masjid, toilet, dan fasilitas lain.
5. Prasarana, seperti penerangan, air bersih, dan lain-lain.

Sedangkan menurut Yoeti (1996) bahwa penentu daya pesona wisata lainnya yang dapat digunakan untuk mengembangkan Kawasan/lokasi wisata yang dapat meningkatkan wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut meliputi:

1. Kenyamanan yang bersifat alami seperti iklim, bentuk tanah, pemandangan, hutan belukar, flora, fauna, serta pusat kesehatan.

2. Hasil karya cipta manusia, yang terdiri dari :

- o Benda yang mempunyai nilai sejarah maupun nilai keagamaan sebagai contoh monument sejarah, rumah adat, museum, art gallery, dan
- o Kegiatan/aktivitas budaya seperti acara tradisional, pameran festival, upacara perkawinan, dan kesenian rakyat.

3. Tata cara hidup masyarakat secara tradisional yang dapat ditawarkan kepada wisatawan (kondisi sosial budaya masyarakat) yang menjadi daya tarik tersendiri dalam suatu pariwisata.

Menurut Cooper dalam Ardiansyah dan Maulida (2020) yang menyampaikan 4 unsur yang harus dipunyai suatu tempat tujuan wisata yang meliputi attraction, accessibility, amenity dan ancilliary (pelayanan tambahan) dengan penjelasan sebagai berikut : 1) Atraksi adalah bukti nyata yang dapat menarik

wisatawan yang terdiri dari atraksi alami (*natural resources*); atraksi wisata budaya dan atraksi buatan manusia. 2) *amenity* atau Fasilitas merupakan sarana (hotel, restoran, tempat olah raga dll) dan prasarana (jalan raya, air dll), yang dibutuhkan oleh pengunjung selama di tempat wisata. 3) Aksesibilitas Aksesibilitas merupakan sesuatu yang utama dalam pariwisata. Berbagai jenis transportasi merupakan hal yang utama dalam kegiatan perjalanan wisata yang disamakan dengan transferabilitas, yaitu mudah untuk berpindah dari satu tempat ke tempat yang berbeda. 4). Pelayanan Tambahan adalah jasa pelengkap yang menyokong suatu kegiatan yang berkaitan dengan wisata seperti badan pengelola, informasi turis, agen travel dan lainnya yang menunjang kegiatan wisata.

Dapat disimpulkan bahwa penyebab menariknya suatu tempat wisata bagi wisatawan bersumber dari kondisi alam, dari adat istiadat, dan dari hasil buatan manusia maupun minat khusus manusia

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang sesuai pada riset ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, Lokasi penelitian di STIA Malang dan Perumahan Joyo Grand Rt 01 Rw 08 Kota Malang, Obyek Penelitian Taman Rekreasi Selecta Kota Batu. Dan focus penelitian adalah data tentang deskripsi ketertarikan wisatawan berdasarkan sudut pandang mereka yang pernah melakukan kunjungan ke Taman Rekreasi Selecta. Informan penelitian ini wisatawan yang pernah berkunjung ke Selecta dari berbagai latar belakang Pendidikan, pekerjaan maupun kelompok umur. Jumlah informan 17 orang. Data dikumpulkan dengan cara wawancara secara langsung, maupun melalui grup whatsapp, serta observasi digunakan untuk memperkuat atau melengkapi data dari hasil wawancara. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis data yang merujuk pada pendapat Miles dan Huberman sedangkan Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan triangulasi teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada 17 informan yaitu orang yang pernah berkunjung ke obyek wisata Taman Rekreasi Selecta. Jadi pemilihan informan didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka minimal pernah berkunjung ke Taman Rekreasi Selecta minimal sekali. Dengan kata lain metode pengambilan sampel dengan cara purposive. Adapun hasil wawancara terkait daya pesona wisata Taman Rekreasi Selecta menurut perspective informan adalah disajikan sebagai berikut :

➤ Karakteristik Informan:

- Ditinjau dari Usia : kelompok lebih besar dari 50 thn = 6 orang; kelompok usia 45-50 = 2 orang; kelompok usia 35-45 = 0 dan kelompok usia 20-35 = 9 orang (dimana 3 orang berusia dibawah 25 tahun)
- Ditinjau dari Jenis Kelamin: 9 orang berjenis kelamin pria dan 8 orang wanita.

- Ditinjau dari Pendidikan: 13 orang berpendidikan minimal sarjana sampai magister dan 1 orang berpendidikan SMA dan 3 masih sedang menyelesaikan kuliah
- Ditinjau dari tahun kunjungan pada tahun 2022-2024
- Status Pekerjaan : Dosen = 5 orang; Tenaga Kependidikan = 4 orang; Guru = 1 orang; mahasiswa 3 orang; pengusaha/pegawai swasta = 2 orang dan ibu Rumah Tangga = 2 orang
- Informan telah berkunjung ke Selecta lebih dari satu kali
- **Sudut Pandang Wisatawan /Informan Tentang Daya Pesona Taman Rekreasi Selecta .**
Perspektif Informan beragam dalam memberikan penjelasan tentang daya pesona Taman Rekreasi Selecta dan mereka mengemukakan lebih dari satu jawaban tentang ketertarikan mereka terhadap obyek wisata Taman Rekreasi Selecta, untuk itu peneliti mengelompokkan jawaban mereka sebagai berikut :

- ✓ Pandangan pertama Informan yang tertarik berkunjung karena pemandangan atau taman bunga di Rekreasi Selecta indah, bagus untuk spot foto, udara sejuk/segar dan terletak lereng pegunungan dinyatakan oleh 15 informan, sedangkan yang dua orang tidak menyampaikan pendapatnya tentang ini.
- Pandangan Kedua informan yang tertarik berkunjung karena Pihak Selecta memberikan kebebasan bagi wisatawan untuk membawa makanan dan minuman sesuai keinginannya dan tempat makan tidak terpusat di satu tempat disampaikan oleh 6 informan
- Pandangan Ke tiga Informan yang tertarik berkunjung karena harga tiket masuk yang terjangkau dinyatakan oleh 7 orang
- Pandangan ke empat informan yang tertarik berkunjung ke Selecta karena kondisi Selecta yang bersih (Mushola, toilet dan lingkungan yang lain) serta nyaman untuk refreshing bersama keluarga dinyatakan oleh 7 orang
- Pandangan yang lima informan yang tertarik berkunjung ke Selecta karena ketersediaan berbagai wahana bermain maupun sarana dan prasarana yang menarik bagi anak-anak dan remaja (biang lala, sepeda udara, kolam ikan, flying fox yang tidak menakutkan, water boom, kamar mandi air panas, gua singa, area parkir yang luas dan sebagainya) dinyatakan oleh 10 orang.
- Pandangan yang ke enam dimana seorang informan menyatakan bahwa salah satu daya Tarik Taman Rekreasi Selecta karena telah menyediakan penginapan (hotel) Soekarno, hal ini memberikan kemudahan bagi wisatawan yang akan menghabiskan waktu lebih lama di taman Rekreasi Selecta

PEMBAHASAN

Sudut pandang informan (wisatawan) mulai pertama sampai yang

ke enam mengenai daya pesona atau daya Tarik obyek wisata Selecta yang dikatakan indah pemandangannya, udara bersih dan segar dalam suasana pegunungan hal ini mengindikasikan pada daya Tarik alam, pandangan ini dapat dikatakan sesuai dengan UU RI no 9 tahun 1990 pasal 4 ayat 1 a. dan b. karena flora atau taman bunga yang berada di Selecta itu merupakan hasil penanaman serta penataan oleh manusia maka dapat dikatakan bahwa keindahan taman di Selecta terdapat unsur hasil karya manusia juga. Demikian juga sesuai dengan UU No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan yang memuat bahwa daya Tarik wisata merupakan segala hal yang mempunyai keunikan, keindahan dan nilai dan berbagai macam kekayaan alam, budaya, dan hasil karya manusia yang menjadi target atau tujuan kunjungan wisatawan. Selanjutnya bahwa daya pesona menurut perspektif wisatawan juga telah sesuai dengan pendapat Yoeti (1996) yang daya pesona wisata terkait kenyamanan alami.

Daya pesona alami dan kamar mandi air panas yang disediakan (daya pesona buatan manusia) serta penetapan harga yang murah/terjangkau dapat dikatakan merupakan upaya untuk membedakan dengan pesaing yang ada atau disebut sebagai strategi biaya rendah dan strategi diferensiasi untuk memenangkan persaingan (Porter dalam Widiastuti, 2020), dalam bisnis jasa wisata pada saat ini di Kota Batu.

Perspektif Informan mengenai daya pesona wisata bila dihubungkan dengan usia informan; dimana untuk kawula muda yaitu yang berusia dibawah 25 tahun mereka lebih tertarik pada bukti fisik yang berupa wahana permainan dan spot foto yang bagus dan ada di tempat wisata (daya Tarik atraksi buatan manusia, kamar mandi air panas di tempat kolam renang); Sedangkan bagi informan yang berusia paruh baya dan telah berkeluarga yang menarik dari tempat wisata Selecta adalah udara segar atau sejuk , pemandangan indah alam pegunungan dan taman bunga yang indah (daya Tarik/atraksi alami dan buatan manusia). Bagi yang usia lanjut

menurut mereka yang menarik tempat wisata Selecta adalah selain pemandangan yang indah, taman yang asri juga wisata untuk keluarga maupun kelengkapan sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak Selecta (Mushola yang bersih, tempat parkir luas, bebas dapat membawa bekal dari rumah, maupun tersedia restoran yang memadai)

Perspektif wisatawan/informan tersebut mengenai daya Tarik wisata bila dihubungkan dengan pendapat Cooper dalam Ardyansyah dan Maulida (2020) tentang komponen yang harus dimiliki suatu obyek wisata bahwa Taman Rekreasi Selecta telah memiliki dan memenuhi unsur atraksi alami dan atraksi buatan/hasil karya manusia (kolam renang, wahana permainan dll). Demikian juga telah memenuhi unsur fasilitas (sarana prasarana yang dibutuhkan ketika wisatawan berkunjung di obyek wisata seperti penginapan telah tersedia, jalan raya, air, listrik, rumah makan dll) telah tersedia. Disamping itu ditinjau dari aksesibilitas taman rekreasi Selecta sangat mudah

dijangkau oleh moda angkutan umum maupun pribadi.

Penetapan harga tiket masuk menurut perspective wisatawan cukup terjangkau, meskipun pihak Selecta telah melakukan strategi pemberlakuan harga tiket yang terpisah untuk di setiap wahana permainan yang tersedia kecuali kolam renang dan lokasi taman bunga, strategi penetapan harga tiket masuk seperti ini menurut Lovelock dan Wright (2005) disebut non gabungan (*unbundled pricing*) yaitu pengenaan harga dasar untuk jasa utama plus ongkos tambahan dalam bentuk unsur pelengkap yang dipilih. Strategi biaya rendah yang dipilih ini dimungkinkan untuk menarik wisatawan agar berkunjung ke Selecta, dan merupakan strategi bersaing agar Selecta tetap berkelanjutan, mengingat persaingan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa wisata di Batu cukup ketat.

Sudut pandang wisatawan pada daya Tarik wisata di Selecta jika dihubungkan dengan dimensi kualitas jasa Zeithaml et al, dalam Arief (2006) yaitu lebih mengarah pada bukti fisik

atau representasi fisik (tangibles) yang dirasakan atau dilihat oleh wisatawan ketika mereka berkunjung. Hal ini dimungkinkan karena karakteristik jasa yang memiliki ciri khusus yang berbeda dengan barang, sehingga dibutuhkan representasi fisik yang dapat dilihat ataupun diraba oleh pengguna jasa tersebut. Disamping itu bahwa informan pada penelitian ini telah berkunjung ke Taman Rekreasi Selecta lebih dari satu kali, dapat dikatakan mereka termasuk wisatawan yang loyal terhadap Selecta sehingga dimungkinkan ketika mereka memberikan pendapat atau menilai kualitas jasa yang dikaitkan dengan daya pikat wisata, mereka menemukan kesesuaian antara layanan yang disediakan Selecta dengan harapannya dengan kata lain menemukan kepuasan (Widiastuti dan Paskalia, 2022). Daya Tarik alami dan kamar mandi air panas ini merupakan ciri pembeda

Kesimpulan dan Rekomendasi

Daya pesona wisata Taman Rekreasi Selecta menurut perspektif wisatawan adalah daya pesona alami dan buatan manusia serta dapat

disimpulkan lebih merujuk pada penilaian kualitas jasa yang mengarah pada bukti fisik (tangible) dari suatu usaha Jasa dengan kata lain mereka tertarik untuk berkunjung ke Taman rekreasi karena tersedianya sarana pokok dan sarana pelengkap dari parawisata itu sendiri, oleh karena itu bagi pihak manajemen jika ingin meningkatkan jumlah pengunjung maka dapat mempertahankan suasana alami serta meningkatkan daya pesona buatan manusia dengan melengkapi sarana maupun prasarana yang dimiliki, atau dapat disebut sebagai bukti fisik dari jasa wisata itu sendiri.

Pihak manajemen sebaiknya mempertahankan atau menarik pelanggan loyal dengan cara memberikan kartu anggota (misal) bagi yang berkunjung lebih dari 5 x dapat menikmati gratis menginap di hotel atau dengan cara yang lainnya (atau istilah marketingnya melakukan promosi penjualan yang lain). Menurut perspektif pelanggan bahwa pencari dari tempat rekreasi ini adalah keindahan pemandangan alam pegunungan dan

taman bunga serta segarnya udara maupun kamar mandi dengan air panas di lokasi kolam renang, dimana letaknya yang di lembah dan lereng bukit yang tidak dimiliki oleh taman rekreasi yang lain, untuk taman bunga di tempat yang lain juga ada untuk itu ke alamian dan kesegaran udara perlu dipertahankan dan dipelihara dengan melakukan reboisasi hutan sekitar atau memelihara tanaman pelindung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Imam dan Maulida Ratna Gema, (2020), *Kajian Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Untuk Pengembangan Kepariwisata Di Taman Wisata Alam Gunung Pancar Kabupaten Bogor*, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(4) September
- Arief, Muhtosim, (2006), *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*, Malang, Bayu Media
- Arwani, (2021), *Analisis Obyek Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Baru Yogyakarta*, *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(1) 2655-5433(online)
- Fandeli, C. (1995). *Dasar-dasar manajemen kepariwisataan Alam*. Yogyakarta, Liberty.
- Hidayah, Nurdin (2023) *Atraksi Wisata dan Daya Tarik Wisata Beda Loh, Jangan Salah*,
<https://pemasaranpariwisata.com/2023/01/02/atraksi-wisata-dan-daya-tarik-wisata/>
- Lovelock, Christopher H., dan Wrighth, Lauren K., (2005), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Bahasa Indonesia, PT Indeks Kelompok Gramedia
- Nurmala dan Sullaida serta Damanhur, (2022), *Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhoksemawe*, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 22(2) pp 73-78
- Paskalia, Maria dan Widiastuti, Tri Marhaeni, (2022), *Pengaruh e Service Quality Terhadap e Satisfaction Pengguna Aplikasi Tokopedia*, *Journal Akses STIA Malang*, 4(1) pp. 46-56
- Pendit, Nyoman S., 1999, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta, Pradnya Paramitha
- Wusko, Any Urwatul dan Khoviyah, Silvi Nur (2024), *Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Memorable Tourism Experience dan Revisit Intention*, *Joyrnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1)
- Undang-Undang Republik Indonesia No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, <https://peraturan.bpk.go.id/Detail/38598/uu-no-10-tahun-2009>
- Undang-Undang Republik Indonesia No 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata,

<https://bphn.go.id/data/documents/90uu009.pdf>

Widiastuti, Tri Marhaeni, et al
(2020), Effect Market Orientation on Learning Orientation, to Reach Competitive Advantage Rural Credit Banks in East Java Province-Indonesia, *International Journal of*

Innovative and Research Technology,
5(4).

Yoeti, Oka A., (1996), *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung, Angkasa.