

BAB II.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori yang Terkait dengan Variabel Penelitian.

1. Destinasi Wisata

Menurut undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah keadaan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

2. Destinasi Wisata Buatan

Menurut Yoeti (1996), bahwa wisata buatan manusia adalah segala sesuatu dari aktivitas manusia yang khas dan mempunyai daya tarik tersendiri yang dapat dijadikan sebagai objek wisata seperti benda-benda sejarah, kebudayaan, religi serta tata cara manusia.

3. Peningkatan Fasilitas Wisata

Menurut (Sammeng, 2001: 39). Salah satu hal penting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas (kemudahan), tidak jarang wisatawan berkunjung kesuatu tempat atau daerah atau negara, karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa di peroleh melalui fasilitas. Menurut Yoeti (2003: 56). Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut. Ketertarikan wisatawan terhadap objek atau destinasi wisata tidak lain karena merasa tertarik dengan kemudahan yang didapat melalui fasilitas. Fasilitas merupakan hal penting yang perlu di perhatikan untuk mengembangkan pariwisata (Sammeng, 2001).

Menurut Jansen-Verbeke dalam Burton (1995). Secara umum fasilitas dibedakan menjadi dua macam yakni fasilitas primer dan pengunjung. Fasilitas primer sering disebut sebagai fasilitas pokok dari sebuah objek wisata, sehingga fungsi utamanya adalah sebagai penarik perhatian bagi pengunjung yang datang. Sementara itu fasilitas penunjang yaitu beberapa fasilitas selain fasilitas primer yang juga digunakan sebagai pemenuh kebutuhan wisatawan (pengunjung).

4. Peningkatan Kualitas Wisata

Peningkatan kualitas (Quality Improvement), adalah tindakan-tindakan yang diambil guna meningkatkan nilai produk untuk pelanggan melalui peningkatan efektivitas melalui struktur organisasi. Sementara Juran dan Frank (1995), mendefinisikan tentang manajemen kualitas sebagai suatu kumpulan aktivitas yang berkaitan dengan kualitas tertentu yang dimiliki sebagai suatu kumpulan aktivitas yang berkaitan dengan kualitas tertentu yang memiliki karakteristik. Karakteristik yang dimaksud sebagai berikut: Kualitas menjadi bagian dari setiap agenda manajemen atas, sasaran kualitas dimasukkan dalam rencana bisnis. Jangkauan sasaran diturunkan dari benchmarking: Fokus adalah pada pelanggan dan pada kesesuaian kompetisi; disana adalah sasaran untuk peningkatan kualitas tahunan. Sasaran disebarkan ke tingkat yang mengambil tindakan. Pelatihan dilaksanakan pada semua tingkat. Pengukuran ditetapkan seluruhnya. Manajer atas secara teratur meninjau kembali kemajuan dibandingkan dengan sasaran. Penghargaan diberikan kepada performansi terbaik. Sistem imbalan (Reward Sistem), di perbaiki.

5. Kualitas Fasilitas

Gaspersz (2005), memberikan definisi kualitas secara konvensional merupakan gambaran karakteristik secara langsung suatu produk (baik berupa barang maupun jasa), seperti kinerja produk, kendala produk, kemudahan penggunaan produk dan nilai estetika produk itu sendiri. Sementara dilihat dari sisi strategis, kualitas merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen (pelanggan). Pelayanan merupakan salah satu *focus* penting bagi organisasi dalam melaksanakan kegiatan operasional organisasi. Setiap manusia pada hakikatnya sangat membutuhkan pelayanan, pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia dalam dunia. Schiffman dan Kanuk (2004), mendefinisikan pelayanan sebagai hal penting yang dapat meningkatkan rasa kepuasan bagi seseorang. Sementara itu, Ratmino dan Winarsih (2005), memberikan definisi pelayanan sebagai suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan yang sifatnya tak berwujud atau abstrak yang diakibatkan oleh adanya interaksi antara pelanggan (konsumen), dengan pelayan (pemberi layanan suatu jasa), pemberi pelayanan disini yang dimaksud adalah menyelesaikan kebutuhan akan permasalahan yang dialami pelanggan. Lima dimensi kualitas pelayanan yang diungkapkan oleh Parasuraman, (Zeithmal dan Berry dalam buku Fandy Tjiptono (2012), yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati), kepuasan pengunjung merupakan respon terhadap ketidaksesuaian antara tingkat yang dimiliki dengan

kinerja aktual yang dirasakan setelah memanfaatkan pelayanan. Sisi positif dari harapan (*expectation*), menunjukkan rasa percaya itu sendiri terhadap pelayan yang diberikan oleh organisasi. Kotler dan Keller (2012), mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil), produk yang diberikan terhadap kinerja (atau hasil), yang diharapkan.

6. Strategi Peningkatan Kualitas Fasilitas

Strategi peningkatan kualitas layanan. Strategi peningkatan kualitas layanan adalah suatu rencana tindakan yang akan diberikan kepada pelanggan agar kebutuhan pelanggan terpenuhi sesuai ekspektasi dan persepsi mereka untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Parasuraman, Zeithmal, dan Berry dalam Tjiptono (2011: 174-175), terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan pedoman oleh pelanggan dalam menilai kualitas jasa, yaitu: Berwujud (*Tangible*), penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personil. Empati (*Empathy*), untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Keandalan (*Reliability*), untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan percaya. Keresponsifan (*Responsiveness*), kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap. Keyakinan (*Assurance*). Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Strategi peningkatan fasilitas, fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan sesuatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang Suryo Subroto (2013:22).

7. Aspek 3A, *Antrraction, Accessibility, Amenities*

Terdapat 3 aspek penting yang menjadi dasar dalam perencanaan pengembangan pariwisata yang disingkat dengan 3A (*Antraksi, aminitas, aksesibilitas*). Aspek 3A merupakan syarat minimal bagi pengembangan sebuah destinasi wisata. Setiap destinasi wisata sudah pasti mempunyai keunikan dan ciri khasnya masing-masing yang membuat banyak orang tertarik untuk mengunjungi lokasi wisata tersebut. Di lain sisi, faktor aminitas dan aksesibilitas akan menjadi kunci bagi keberlangsungan wisatawan dalam menikmati pengalaman berwisata. Ketiga faktor ini memiliki peran penting dalam membangun pengalaman berwisata yang nyaman serta menyenangkan bagi wisatawan.

1. Antraction (Antraksi).

Dilansir dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, antraksi wisata memiliki definisi yaitu seni, budaya, warisan sejarah, tradisi, kekayaan alam, atau hiburan, yang merupakan daya tarik wisatawan di daerah tujuan wisata. Berdasarkan UU Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Secara umum, terdapat beberapa faktor yang dapat mendorong wisatawan untuk tersedia pergi mengunjungi lokasi wisata, yaitu: Sesuatu untuk dilihat, umumnya merupakan alasan pertama bagi wisatawan untuk tersedia berkunjung ke lokasi wisata. Sesuatu untuk dilakukan, yaitu kegiatan atau fasilitas yang tersedia di lokasi wisata yang dapat membuat wisatawan merasa nyaman untuk melakukan beragam aktifitas di lokasi wisata. Sesuatu untuk dibeli, yaitu suatu lokasi wisata perlu memiliki fasilitas untuk berbelanja atau hasil kerajinan sebagai oleh-oleh. Sesuatu untuk diketahui, yaitu selain memberikan ketiga hal tersebut diatas, juga dapat memberikan informasi serta edukasi bagi wisatawan.

2. Amenities (Amenitas).

Amenitas memiliki arti yaitu fasilitas. Ketersediaan amenities pada lokasi wisata bukan merupakan suatu hal yang akan menarik wisatawan datang berkunjung atau dengan kata lain bukan menjadi tujuan utama wisatawan. Amenitas merupakan pelengkap dari antraksi utama wisata. Ketiadaan atau kurang baiknya kondisi amenities pada lokasi wisata akan menurunkan minat dari wisatawan hingga penyediaan amenities pada lokasi wisata sangat penting untuk diperhatikan keberadaanya.

Amenitas tak hanya terbatas pada ketersediaan akomodasi untuk wisatawan bermalam, namun juga ketersediaan restoran untuk kebutuhan pangan, ketersediaan transportasi lokal yang memudahkan wisatawan untuk bepergian, dan lain sebagainya. Selain itu, fasilitas pendukung lain seperti toilet umum, tempat beribadah, area parkir, juga menjadi faktor kelengkapan amenities yang penting untuk dipenuhi oleh pihak jasa wisata. Tak hanya dari segi kuantitas, namun kualitas dari ketersediaan amenities juga penting untuk diperhatikan serta disesuaikan dengan kebutuhan. Kualitas amenities yang baik akan berbanding lurus dengan tingkat kenyamanan wisatawan dalam menikmati pengalaman berwisata sehingga juga akan menaikkan citra dari lokasi wisata tersebut.

3. Accesability (Aksesibilitas).

Definisi dari aksesibilitas pariwisata dalam peraturan pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah destinasi pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata. Pembangunan aksesibilitas pariwisata dapat meliputi: Penyediaan dan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyebrangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api: Aksesibilitas juga merupakan salah satu faktor yang dapat menunjang tingkat kenyamanan berwisata bagi wisatawan. Idealnya, keberadaan sarana dan prasarana aksesibilitas haruslah diletakkan pada lokasi yang tidak terlalu jauh dari lokasi amenities seperti akomodasi ataupun tempat makan. Selain itu, untuk mengakses sarana dan prasarana serta kondisinya yang berkualitas baik juga akan meningkatkan tingkat kenyamanan wisatawan.

8. Kepuasan Pengunjung

a. Pengertian Konsumen

Konsumen adalah orang yang memakai suatu barang atau jasa tertentu. Menurut Ari Sudarman (2011), konsumen adalah semua anggota masyarakat yang menerima uang dari hasil penjualan faktor produksinya dan kemudian membelanjakannya untuk pembelian barang atau jasa. Jadi konsumen merupakan orang yang membelanjakan barang atau jasa dari uang yang dimilikinya. Menurut Suherman Rosvidi (2011), konsumen adalah para pemakai barang atau jasa.

b. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan pengunjung adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya, dan kepuasan pengunjung merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan kualitas barang atau jasa. Kepuasan adalah hasil yang diperoleh berupa perasaan senang atau kecewa dan berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk maupun jasa. Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan disetiap perusahaan tertentu. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Menurut Tjiptono (2000: 146), Keputusan pengunjung merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*), sama atau

melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013), kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atau produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya, yaitu: Minat penggunaan ulang, konsumen yang merasa puas atas barang dan jasa akan berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang. Minat penggunaan ulang yaitu ketertarikan akan menggunakan atau membeli barang dan jasa kembali. Barang atau jasa berkualitas. Kualitas menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Jika barang dan jasa memiliki kualitas yang baik maka konsumen akan merasa puas, begitu juga sebaliknya jika barang dan jasa kurang berkualitas konsumen akan merasa tidak puas, begitu juga sebaliknya jika barang dan jasa kurang berkualitas konsumen akan merasa tidak puas atau kecewa. Ketersediaan untuk merekomendasikan. Kepuasan pengunjung dapat dilihat setelah pembelian. Konsumen yang merasa puas akan merekomendasikan barang dan jasa tersebut kepada orang lain. Merekomendasikan merupakan bentuk dari kepuasan yang dirasakan konsumen.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung adalah harapan ketika membeli atau menggunakan produk tersebut. Ketika konsumen merasa puas, maka akan ada perasaan senang terhadap produk atau jasa tersebut. Oleh sebab itu, maka menutup kemungkinan konsumen bisa menjadi pelanggan bisa diartikan konsumen setia. Rambat Lupiyodi (2001: 158), menjelaskan terdapat faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yaitu: Kualitas Produk, kualitas pelayanan, emosional (Harga), (Biaya). Jadi kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan. Pendapat di atas hampir sama dengan pendapat Handi Irwan (2002:37), faktor-faktor yang mendorong keputusan kepada pelanggan yaitu:

Kualitas produk pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik. Harga biasanya harga murah. Adalah sumber kepuasan yang penting, akan tetapi biasanya harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik. Kualitas jasa pelanggan. Akan merasa puas apabila memperoleh jasa yang sesuai dengan apa yang diharapkan dari karyawan perusahaan. *Emotional factor*. Kepuasannya bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap produk tertentu. Biaya Atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa memberikan

nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi kualitas produk, kualitas jasa, kualitas pelayanan, harga dan faktor emosional. Faktor-faktor tersebut perlu diperhatikan oleh perusahaan guna mengetahui harapan dan keinginan dari konsumen

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan kosekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang di harapkan oleh suatu pelanggan. Adapun indikator kepuasan pelanggan (menurut Irwan 2008), yaitu: Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan. Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan. Akan merekomendasikan kepada orang lain. Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan. Terpenuhnya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

B. Keterkaitan Dengan Penelitian Terdahulu

Penelitian Ronald PC Fanggidae, Maria Leliana R Bere Jenis Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas 4 (1), 2020. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan pengunjung terhadap fasilitas wisata di Pantai Lasiana. Penelitian ini yaitu metode pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Kesimpulan relevansi penelitian ini dapat dihubungkan dengan tema. “ Peningkatan Kualitas Fasilitas Wisata di Schmutzer Ragunan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung” dalam konteks ini hasil analisis tentang kepuasan pengunjung terhadap fasilitas wisata di pantai Lasiana dapat memberikan wawasan yang berharga mengenai elemen- elemen apa saja yang berkontribusi pada tingkat kepuasan pengunjung”.

Informasi tersebut dapat diaplikasikan dalam upaya meningkatkan kualitas fasilitas wisata di Schmutzer Ragunan, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan kepuasan pengunjung yang mengunjungi destinasi tersebut.

Eka Rosyidah Aprilia,. Sunarti,. Edriana Pangestuti. Judul Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kaupaten Malang. Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya 51 (2), 16-21, 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Balekambang. Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya 51 (2), 16-21, 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Balekambang

Sehubungan dengan topik “Peningkatan Kualitas Fasilitas Wisata di Schmutzer Ragunan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Pengunjung,” terdapat beberapa keterkaitan dengan penelitian sebelumnya. Baik penelitian tentang Pantai Balekambang maupun upaya peningkatan fasilitas di Schmutzer Ragunan mengacu pada faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosita Rosita, Sri Marhanah, dan Woro Honum Wahadi mengenai pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Balekambang dapat memberikan wawasan berharga mengenai faktor-faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan. Kemungkinan terdapat kesamaan dalam hal-hal seperti peningkatan daya tarik, kenyamanan, aksesibilitas, dan pelayanan yang dapat diaplikasikan dalam usaha meningkatkan fasilitas di Schmutzer Ragunan.

Jurnal Manajemen Resort dan Leisure 13 (1), 2016. Taman Margasatwa (TMR0), merupakan salah satu destinasi wisata yang diminati di Jakarta. Pada saat akhir pekan dan libur nasional TMR selalu dipenuhi oleh pengunjung. Keterkaitan dengan topik “Peningkatan Kualitas Fasilitas Wisata di Schmutzer Ragunan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung” dapat ditemukan dalam konteks ini. Analogi antara pengunjung yang padat di Taman Margasatwa dan topik peningkatan fasilitas di Schmutzer Ragunan adalah bahwa kedua penelitian ini menghadapi tantangan serupa terkait kepuasan pengunjung. Seperti yang teramati di TMRO, tingginya jumlah pengunjung mungkin masalah terkait antrian, kenyamanan, dan aksesibilitas fasilitas. Oleh karena itu, pengalaman dari penelitian sebelumnya dapat menjadi panduan berharga untuk merumuskan strategi dalam meningkatkan kualitas fasilitas di Schmutzer.

Rosita Rosita,. Sri Marhanah,. Woro Hanoum Wahadi. Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure 13 (1), 2016. Taman Margasatwa (TMR0), merupakan salah satu destinasi wisata yang diminati di Jakarta. Pada saat akhir pekan dan libur nasional

TMR selalu dipenuhi oleh pengunjung. Keterkaitan dengan topik “Peningkatan Kualitas Fasilitas Wisata di Schmutzer Ragunan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung” dapat ditemukan dalam konteks ini. Analogi antara pengunjung yang padat di Taman Margasatwa dan topik peningkatan fasilitas di Schmutzer Ragunan adalah bahwa kedua penelitian ini menghadapi tantangan serupa terkait kepuasan pengunjung. Seperti yang teramati di TMRO, tingginya jumlah pengunjung mungkin masalah terkait antrian, kenyamanan, dan aksesibilitas fasilitas. Oleh karena itu, pengalaman dari penelitian sebelumnya dapat menjadi panduan berharga untuk merumuskan strategi dalam meningkatkan kualitas fasilitas di Schmutzer.

Viona Amelia, Danang Prasetyo. *Sertifikasi CHSE (Cleanliness, Health, Safety, & Environment) terhadap Objek Wisata sebagai Wujud Pemenuhan Hak Wisatawan* Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata 5 (2), 92-99, 22. Penelitian yang dilakukan oleh Viona dan Danang Prasetyo mengenai *sertifikasi CHSE* pada objek-objek wisata memiliki implikasi yang signifikan dalam meraih tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari pengunjung. Studi ini menggaris bawahi pentingnya faktor-faktor seperti kebersihan, keamanan, dan lingkungan dalam memastikan bahwa wisatawan merasa puas dan aman selama kunjungan mereka.

Ketika membahas peningkatan kualitas fasilitas wisata Schmutzer Ragunan, temuan dari penelitian mengenai sertifikasi *CHSE* dapat memberikan panduan berharga. Implementasi prinsip-prinsip *CHSE* dalam pengelolaan dan perawatan fasilitas di Schmutzer Ragunan dapat secara langsung meningkatkan persepsi pengunjung terhadap destinasi tersebut. Misalnya, upaya untuk menjaga kebersihan, mengoptimalkan aspek kesehatan dan keselamatan, serta memperhatikan dampak lingkungan dalam pengelolaan fasilitas, semua ini akan berkontribusi pada peningkatan kualitas dan kepuasan pengunjung. Wisatawan merupakan sebuah nilai mutlak yang harus dipenuhi sebagai bentuk kewajiban pengelola wisata agar kepuasan wisatawan dapat tercapai.

Hertiana Ikasari, Ida Farida. Peningkatan Kepuasan Wisatawan Terhadap Pariwisata Kota Semarang Dengan *Importance-Performance Analysis*. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UnisBank ke-3 (Sendi_U3)*, 2017 ISBN: 9-789-93. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting di Indonesia karena mempunyai manfaat, antara lain: Meningkatkan hasil devisa, peningkatan kesempatan kerja, memperkuat posisi neraca pembayaran Indonesia, salah satu sumber pajak negara dan meningkatkan pendapatan nasional. Dalam hubungannya dengan topik. “Peningkatan Kualitas Fasilitas Wisata di Schmutzer

Ragunan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung”, penelitian tersebut memiliki relevansi yang nyata. Keduanya berfokus pada upaya meningkatkan kepuasan wisatawan melalui pendekatan yang berbeda. Sementara penelitian sebelumnya menggunakan *Importance-Performance Analisis* untuk memahami kebutuhan dan harapan wisatawan di Kota Semarang, peningkatan kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan juga bertujuan untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pengunjung di suatu destinasi wisata yang ada di Schmutzer Ragunan.

C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.

Jurnal Manajemen *Resort dan Leisure*. Vol 15, No 1 (2018): Jurnal Manajemen Resort dan Leisure. Merupakan manuskrip berkualitas yang menerbitkan hasil penelitian, pemikiran-pemikiran, maupun tulisan akademik, khususnya yang berkaitan dengan bidang kepariwisataan. Jurnal ini memfokuskan pada kajian pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata, pariwisata berkelanjutan, hospitality, dan community based tourism. Jurnal diterbitkan dua kali dalam setahun pada bulan Mei dan Oktober. Editor Jurnal Manajemen Resort & Leisure memastikan bahwa proses penerbitan artikel berjalan secara obyektif melalui tinjauan *double-blind*.

Jurnal Manajemen *Resort dan Leisure*, yang tercantum dalam Volume 15, Nomor 1 (2018), merupakan sebuah karya ilmiah berkualitas yang mempublikasikan hasil penelitian, pemikiran-pemikiran, serta tulisan akademik, terutama yang berkaitan dengan ranah kepariwisataan. Jurnal ini difokuskan pada analisis pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata, konsep pariwisata berkelanjutan, industri perhotelan, dan model pariwisata berbasis masyarakat. Terbit dua kali dalam setahun pada bulan Mei dan Oktober, Jurnal Manajemen *Resort & Leisure* memiliki editor yang menjamin bahwa proses penerbitan artikel berjalan secara obyektif melalui proses peninjauan *double-blind*. Selaras dengan konteksnya, jurnal ini dapat dihubungkan dengan judul "Peningkatan Kualitas Fasilitas Wisata di Schmutzer Ragunan sebagai Upaya untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung".

Oktaviani,. Riandina Wahyu: Alumni Departemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor). Artikel ini menyajikan hasil penelitian mengenai karakteristik pengunjung, proses keputusan kunjungan, respon pengunjung dan tingkat kepuasan pengunjung terhadap atribut yang ditawarkan oleh Kebun Wisata Pasirmukti, serta fasilitas yang perlu ditambahkan untuk menunjang kinerja Kebun Wisata Pasirmukti.

Memiliki kaitan dengan peningkatan kualitas fasilitas wisata di schmutzer ragunan sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pengunjung

Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti Bogor), berperan sebagai landasan penelitian yang serupa dengan inisiatif peningkatan kualitas fasilitas wisata di Schmutzer Ragunan. Artikel ini mengeksplorasi berbagai aspek terkait karakteristik pengunjung, mekanisme pengambilan keputusan kunjungan, tanggapan positif pengunjung, serta tingkat kepuasan mereka terhadap atribut yang disajikan oleh Kebun Wisata Pasirmukti. Analisis tersebut juga mengidentifikasi kebutuhan akan pengembangan fasilitas yang mendukung performa Kebun Wisata Pasirmukti.

Dalam upaya meningkatkan kepuasan pengunjung, pendekatan yang sejalan dapat diterapkan di Schmutzer Ragunan dengan memfokuskan pada peningkatan kualitas fasilitas wisata. Dengan merujuk pada temuan analisis Kebun Wisata Pasirmukti, Schmutzer Ragunan dapat mengadaptasi langkah-langkah untuk meningkatkan fasilitas yang ada dan menambahkan elemen baru yang relevan. Dengan menerapkan perbaikan yang didasarkan pada analisis tersebut, Schmutzer Ragunan berharap dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dan menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Pengaruh Antraksi Wisata,. Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Pemandian Alam Selokambang. Hasil penelitian Jumlah pengunjung di Pemandian Alam Selokambang setiap tahun mengalami kenaikan, namun dari strategi pemasaran dan promosi masih kurang maksimal, ada beberapa hal yang harus diperbaiki dan dibenahi. Maka dari Dinas Pariwisata Kabupaten Lumajang harus bisa mencari solusi agar strategi pemasaran dan promosi berjalan semaksimal mungkin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata, fasilitas, kualitas dan kepuasan pengunjung di Pemandian Alam Selokambang. Selanjutnya untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Pemandian Alam Selokambang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini diambil dari pengunjung yang berkunjung di Pemandian Alam Selokambang. Kaitan dengan peningkatan kualitas fasilitas wisata di schmutzer ragunan sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

Penelitian yang dilakukan oleh Suseno,. Yudha Tuntas (2021),. Pengaruh Antraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Alam Selokambang. Hasil penelitian jumlah pengunjung di Pemandian Alam Selokambang setiap tahun mengalami kenaikan, namun dari

strategi pemasaran dan promosi masih kurang maksimal, ada beberapa hal yang harus diperbaiki dan dipenuhi. Maka dari itu Dinas Pariwisata Kabupaten Lumajang harus bisa mencari solusi agar strategi pemasaran dan promosi berjalan semaksimal mungkin. Penelitian yang dilakukan oleh Suseno, Yudha Tuntas (2021), dalam artikel berjudul Pengaruh Antraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Pemandian Alam Selokambang. Menerangkan dampak-dampak yang sama dengan tujuan peningkatan kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan.

Penelitian ini mengamati tren peningkatan jumlah pengunjung tahunan di Pemandian Alam Selokambang, namun mengidentifikasi kekurangan dalam strategi pemasaran dan promosi. Terdapat sejumlah aspek yang memerlukan perbaikan dan penyempurnaan aspek yang memerlukan perbaikan dan penyempurnaan. Oleh karena itu, dinas pariwisata kabupaten lumajang perlu menemukan solusi untuk memaksimalkan efektivitas strategi pemasaran dan promosi. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengungkapkan dampak antraksi wisata, fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung di Pemandian Alam Selokambang.

Lebih lanjut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi variabel yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap tingkat kepuasan pengunjung di lokasi tersebut. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan data yang dikumpulkan dari pengunjung yang berkunjung ke Pemandian Alam Selokambang. Implementasi dari temuan ini dapat dihubungkan dengan upaya peningkatan kualitas fasilitas wisata di Schmutzer Ragunan. Seperti yang ditemukan dalam studi Pemandian Alam Selokambang, strategi pemasaran dan promosi yang ditingkatkan memiliki potensi untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan kepuasan pengunjung.

Penelitian yang dilakukan oleh Aji Ima Nurohman, Hesti Lestari yang berjudul Pengaruh Antraksi Wisata dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Goa Jatijajar Kabupaten Kebumen 2018. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat pertumbuhan pariwisata di Kabupaten Kebumen yang tinggi dan tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas objek wisata yang ada, baik berupa antraksi wisata maupun fasilitas wisata. Permasalahan dalam penelitian ini adalah “adakah pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung Gua Jatijajar. Secara khusus penelitian ini difokuskan pada dua variabel yaitu daya tarik wisata dan fasilitas wisata.

Penelitian yang dilakukan oleh Aji Ima Nurohman dan Hesti Lestari, berjudul Pengaruh Antraksi Wisata dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Goa

Jatijajar Kabupaten Kebumen 2018”, secara persamaan dengan Upaya Peningkatan Kualitas Fasilitas di Schmutzer Ragunan. Penelitian ini bertujuan menggali implikasi serupa, mengingat kondisi di Kabupaten Kebumen dengan pertumbuhan pariwisata yang signifikan namun tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas baik dari segi antraksi maupun fasilitas di objek wisata yang ada.

Fenomena ini memberikan landasan yang relevan untuk mencermati pendekatan yang sama di Schmutzer Ragunan. Kondisi di Kabupaten Kebumen, yang mengindikasikan bahwa peningkatan jumlah kunjungan belum sejalan dengan perbaikan fasilitas dan daya tarik wisata, hal yang sama dengan tantangan yang dihadapi oleh Schmutzer Ragunan. Oleh karena itu, strategi peningkatan kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan memiliki potensi untuk menciptakan perubahan yang positif, seiring dengan peningkatan kepuasan pengunjung. Melalui analisis serupa, dimana variabel-variabel seperti daya tarik wisata dan fasilitas wisata menjadi fokus pada Schmutzer Ragunan dapat mengambil inspirasi dari penelitian sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ilma Darajat yang berjudul Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Citra Raya *Water World*). Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya keluhan pengunjung ke Citra Raya *Water World* berupa kritik dan saran. Kritik dan saran tersebut menunjukkan adanya perasaan kurang puas pengunjung setelah mengunjungi Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu yang mungkin disebabkan oleh berkurangnya daya tarik maupun menurunnya kualitas pelayanan dari pengelola.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dan minat berkunjung ulang. Penelitian tersebut merujuk pada konteks yang serupa dengan meningkatkan kualitas fasilitas wisata di Schmutzer Ragunan. Penelitian ini menggambarkan permasalahan serupa, dimana Citra Raya *Water World* telah menerima beragam kritik dan saran dari para pengunjung setelah kunjungan mereka. Umpan balik tersebut mengindikasikan tingkat kepuasan pengunjung yang rendah pasca kunjungan, yang memungkinkan diakibatkan oleh penurunan daya tarik dan kualitas pelayanan yang disajikan oleh pengelola.

Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis dampak dari daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengunjung serta minat mereka untuk berkunjung ulang. Temuan yang dihasilkan dalam penelitian ini memiliki implikasi yang

relevan terhadap usaha perbaikan kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan. Seperti yang ditemukan dalam studi Citra Raya *Water World*, kualitas fasilitas dan pelayanan yang menurun dapat mengakibatkan kepuasan pengunjung yang rendah dan dampak negatif terhadap minat mereka untuk mengunjungi kembali.

D. Kerangka Analisis

Kerangka konsep merupakan dasar teori yang telah melalui sintesa teori berdasarkan fakta, observasi serta telah kepustakaan, oleh karena itu akan membuat hubungan atau mempengaruhi komparatif antara variabel yang terlibat dalam penelitian yang sedang dilakukan berdasarkan teori pendukung, dalil atau konsep dasar penelitian. (Manullang dan Pakpahan, 2014). Kerangka Konseptual menggambarkan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi dan alternative solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan (Rusiadi,2013).

Hubungan Kualitas Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Duky Ardhana (2015), menyatakan bahwasanya kualitas objek wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dalam penelitian yang dijalankan oleh Duky Ardhana (2015), ditemukan bukti yang menegaskan bahwa kualitas objek wisata memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan para wisatawan. Temuan ini menunjukkan adanya hubungan erat antara kualitas objek wisata dan tingkat kepuasan pengunjung. Implikasi dari temuan ini dapat dihubungkan secara langsung dengan upaya peningkatan kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan.

Dengan merujuk pada kesimpulan penelitian ini, tindakan untuk meningkatkan kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan dapat diartikan sebagai langkah strategis untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Seperti yang ditemukan dalam penelitian mengenai kualitas objek wisata, perbaikan dalam fasilitas wisata dapat memainkan peranan penting dalam menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung. Oleh karena itu, dengan mengambil inspirasi dari penelitian ini, Schmutzer Ragunan dapat mengarahkan upaya mereka pada peningkatan kualitas fasilitas sebagai salah satu langkah untuk meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung.

Fasilitas pelayanan wisata, kualitas pelayanan objek wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan objek wisata adalah segala sesuatu yang dapat membuat wisatawan ingin berada di tempat wisata ataupun mengunjungi tempat wisata tersebut karena perasaan puas atas pelayanan yang didapatkan di objek wisata

tersebut serta keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Kepuasan konsumen dapat tercermin dari perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja dipersiapkan produk (hasil), terhadap ekspektasi mereka Kotler dan Keller, (2010).

Kualitas pelayanan di dalam sebuah objek wisata bertindak sebagai pijakan fundamental dalam industri pariwisata. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di objek wisata mewakili seluruh elemen yang mendorong wisatawan untuk menginginkan kembali kunjungan atau bahkan mengunjungi objek wisata tersebut lagi, karena adanya rasa puas terhadap pengalaman yang diperoleh wisatawan datang ke suatu destinasi tertentu. Menerapkan konsep ini pada konteks Schmutzer Ragunan, dapat ditarik kesimpulan bahwa upaya meningkatkan kualitas fasilitas wisata merupakan bagian integral dari kualitas pelayanan keseluruhan di destinasi tersebut. Seperti yang dijelaskan, kepuasan pengunjung dalam pariwisata sebagai kaitan dengan kualitas pelayanan dan pengalaman yang unik yang di dapatkan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan, seperti daya tarik, kenyamanan, dan pelayanan yang lebih baik, akan berpotensi menghasilkan peningkatan kepuasan pengunjung, serta mendorong konsumen atau pengunjung kembali dan mengalami destinasi tersebut dengan lebih memuaskan.

Kepuasan Pengunjung, Konsumen adalah orang yang memakai suatu barang atau jasa tertentu. Menurut Ari Sudarman (2011), konsumen adalah semua anggota masyarakat yang menerima uang dari hasil penjualan faktor produksi memilikinya dan kemudian membelanjakannya untuk pembelian barang atau jasa. Jadi konsumen merupakan orang yang membelanjakan barang atau jasa dari uang yang dimilikinya.

Kaitanya dengan peningkatan kualitas fasilitas wisata di Schmutzer Ragunan, pemahaman tentang konsep konsumen menjadi sangat relevan. Konsumen dalam konteks wisatawan adalah individu atau kelompok yang mengunjungi destinasi, mengalami fasilitas, dan menfatkan layanan yang disediakan oleh objek wisata, Oleh karena itu, usaha untuk meningkatkan kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan secara langsung berkaitan dengan peningkatan kepuasan pengunjung, yang pada gilirannya akan membantu menjaga dan meningkatkan popularitas destinasi tersebut di mata konsumen.

Tabel 1.1 Kerangka Analisis

Kualitas Produk Wisata (X1) Kotler 2011	Kualitas Pelayanan (X2) Kotler dan Keller 2011	Kepuasan Pengunjung (Y) Kotler 2011
---	--	---

Sumber: Kotler 2011.

E. Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2019:99), adalah jawaban sementara terhadap rumusan penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dalam rangka menggabungkan elemen metode kualitatif dan kuantitatif untuk menyusun sebuah hipotesis *mixed methods*, penulis dapat merumuskannya sebagai berikut: Hipotesis Utama: Peningkatan kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan, yang didukung oleh pendekatan gabungan kualitatif dan kuantitatif, dapat menghasilkan pandangan yang komperhesif dan mendalam tentang area-area perbaikan yang paling penting dalam upaya meningkatkan kepuasan pengunjung. Hipotesis Kualitatif (H1), pendekatan metode kualitatif akan mengungkapkan insight mendalam mengenai persepsi dan harapan pengunjung terkait kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan.

Hipotesis Kuantitatif (H2), pendekatan metode kuantitatif akan menghasilkan data berdasarkan preferensi dan tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas fasilitas di Schmutzer Ragunan. Hipotesis Gabungan (H3), penggabungan hasil dari pendekatan kualitatif dan kuantitatif akan memberikan pemahaman yang lebih lengkap dan rinci aspek- aspek yang perlu diperbaiki dalam upaya meningkatkan kualitas fasilitas di schmutzer Ragunan. Penjelasan: Hipotesis Utama (H0), adalah pertanyaan utama yang mencerminkan hubungan antara peningkatan kualitas fasilitas, metode *mixed methods*, dan hasil yang diharapkan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

Hipotesis (H1), mengajukan bahwa melalui metode kualitatif, pandangan mendalam tentang persepsi dan harapan pengunjung dapat diungkapkan. Hipotesis kuantitatif (H2), menyiratkan bahwa kuantitatif akan menghasilkan data berdasarkan angka yang menggambarkan preferensi dan tingkat kepuasan pengunjung. Hipotesis Gabungan (H3), mengklaim bahwa hasil gabungan dari kedua pendekatan (kualitatif dan kuantitatif), akan memberikan pemahaman yang lebih lengkap dan rinci tentang area-area perbaikan yang penting meningkatkan kualitas fasilitas dan, meningkatkan kepuasan pengunjung di Schmutzer Ragunan.