

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dusun Butuh atau lebih dikenal dengan nama Nepal Van Java terletak di lereng Gunung Sumbing dengan ketinggian 1.600 mdpl. Nama Nepal Van Java terinspirasi dari pemukiman desa yang bertumpuk di kaki Gunung Everest, Nepal yaitu Namche Bazaar. Namche Bazaar memiliki panorama puncak Pegunungan Himalaya yang tertutup salju serta tersusun penginapan (dengan fasilitas air panas), kedai teh, dan toko yang menjual alat-alat pendakian. Sedangkan Nepal Van Java memiliki pemandangan Gunung Sumbing dilengkapi dengan berbagai lanskap ladang pertanian sayur milik warga serta bangunan rumah masyarakat setempat yang berada di kaki gunung membuat bentang alam perdesaan menjadi atraksi unggulan yang ditawarkan.

Nepal Van Java merupakan desa wisata yang tengah naik daun belakangan ini. Nepal Van Java telah menarik minat wisatawan dalam negeri maupun luar negeri dengan keindahan alamnya serta kondisi udara yang bersih, asri, dan sejuk. Wisatawan dapat berkeliling desa menggunakan jasa Ojek NVJ untuk sekedar melihat pemandangan dari spot-spot yang berbeda. Selain itu,

terdapat penginapan/ *homestay* bagi wisatawan yang ingin bermalam dengan kamar mandi yang dilengkapi fasilitas air panas.

Nepal Van Java sebagai destinasi wisata masih terbilang baru, tepatnya pada pertengahan tahun 2020. Namun minat kunjungan wisatawan ke Nepal Van Java cukup tinggi. Berdasarkan hasil penelaahan di lapangan, pada *weekdays* terdapat 150 wisatawan dan *weekend* 1500 wisatawan (Trihayuningtyas et al., 2021). Sedangkan data kunjungan wisatawan Nepal Van Java menunjukkan pada tahun 2020 terdapat 129.237 wisatawan. Namun dengan adanya peningkatan kasus Covid-19 pada tahun 2021 yang menyebabkan pemerintah menerapkan kebijakan PPKM pada bulan Juni dan Juli, maka jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan yang drastis menjadi 76.718. Sedangkan untuk data jumlah kunjungan yang berhasil diperoleh dari bulan Januari sampai Agustus 2022 adalah sebanyak 47.021.

Saat ini Nepal Van Java masih dalam proses penataan produk wisata sehingga fasilitas yang disediakan untuk wisatawan masih terbatas. Bahkan belum terdapat kegiatan yang melibatkan wisatawan secara langsung, sehingga wisatawan yang datang hanya berkeliling melihat pemandangan, berfoto, dan kemudian pulang. Sesuai dengan tanggapan dari salah satu wisatawan, yaitu Feby menceritakan bahwa, “ Berwisata di Nepal Van Java merupakan pengalaman yang cukup berkesan dengan aktivitas yang dilakukan seperti berkeliling desa menggunakan Ojek NVJ sambil melihat-lihat pemandangan

alam hingga pasar yang menjual komoditi langsung dari ladang milik warga setempat. Namun masih belum terdapat aktivitas wisata yang mengajak wisatawan untuk berpartisipasi langsung “. Dengan minat kunjungan wisatawan yang tinggi, pengelola Nepal Van Java harus mulai meningkatkan kualitas produk wisata yang dimiliki. Menurut Pearce (1995) pengembangan desa wisata merupakan suatu langkah yang berfokus terhadap cara untuk memajukan desa wisata. Lebih spesifik, pengembangan desa wisata dapat dikatakan sebagai upaya dalam melengkapi dan meningkatkan fasilitas wisata sesuai dengan yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Menurut Morrison (2019), kualitas produk wisata beserta semua dimensinya merupakan hal yang penting dan perlu dikelola. Manfaat yang signifikan akan diperoleh bagi destinasi yang fokus terhadap pengelolaan kualitas. Koch dalam Morrison (2019) mengemukakan bahwa kualitas produk wisata memiliki tiga dimensi utama, yaitu; *hardware (physical products)*, *software (services and information)* dan *environment*.

Penelitian Utama et al., (2013) menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, apabila kualitas produk meningkat maka penilaian terhadap kepuasan pelanggan juga turut meningkat. Kepuasan wisatawan merupakan hasil perbandingan antara pengalaman seorang wisatawan di daerah tujuan dengan harapan yang dimiliki sebelum berwisata (Pizam et al., 1978). Nepal Van Java diharapkan mampu

memaksimalkan minat kunjungan wisatawan yang tinggi, dengan cara meningkatkan kualitas produk wisatanya, dengan demikian mampu memberikan kesan positif terhadap kepuasan wisatawan. Maka dari itu, diajukan sebuah penelitian dengan judul, “Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Wisata di Nepal Van Java”.

B. Rumusan Masalah

Beroperasionalnya Nepal Van Java sebagai destinasi wisata masih terbilang baru, tepatnya pada pertengahan tahun 2020. Nepal Van Java saat ini masih dalam proses penataan produk wisata sehingga fasilitas yang disediakan untuk wisatawan masih terbatas. Namun minat kunjungan wisatawan ke Nepal Van Java cukup tinggi. Dengan minat kunjungan wisatawan yang tinggi, pengelola Nepal Van Java harus mulai meningkatkan kualitas produk wisata yang dimiliki agar dapat memberikan kesan positif pada pengalaman wisatawan. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas produk wisata di Nepal Van Java berdasarkan konsep Koch dalam Morrison (2019) yang meliputi *hardware*, *software*, dan *environment*.

Dari rumusan masalah tersebut, maka dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan wisatawan terhadap dimensi *hardware*?
2. Bagaimana tanggapan wisatawan terhadap dimensi *software*?

3. Bagaimana tanggapan wisatawan terhadap dimensi *environment*?
4. Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas produk wisata di Nepal Van Java?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas produk wisata di Nepal Van Java

D. Keterbatasan Penelitian

Kepuasan wisatawan dilihat dari faktor kualitas produk yang dalam penelitian ini meliputi *hardware*, *software*, dan *environment*.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Secara Teoritis/ Akademisi, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan kajian untuk penelitian kualitas produk wisata dan kepuasan wisatawan.
2. Secara Praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengelola Nepal Van Java ataupun desa wisata lainnya untuk meningkatkan kualitas produk wisata yang dimiliki sehingga dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan.