

Exit Survey Kepuasan Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Goa Batu Cermin

Alfonsius Nove Edmind¹, Florentinus Darman², Fitri Ciptosari³

¹Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik eLBajo Commodus, Labuan Bajo, Indonesia

²Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik eLBajo Commodus, Labuan Bajo, Indonesia

³Ekowisata, Politeknik eLBajo Commodus, Labuan Bajo, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis : Fitri Ciptosari

E-mail : fitri.ciptosari@poltekelbajo.ac.id

Diterima : 23 September 2023

Direvisi : 20 Oktober 2023

Diterbitkan : 31 Oktober 2023

Abstract

Tourism is one of the important sectors as a source of regional income. Batu Cermin Cave is one of the tourist objects and attractions in Labuan Bajo that has received special attention from the central government. In order to support tourism in Labuan Bajo, the central government is restructuring the Batu Cermin Cave from 2020 to 2021. In order to maintain market conditions (demand and supply) and the level of tourist visits, the Batu Cermin Cave destination manager needs to determine the right policies in marketing management. The increase and decrease in the number of visitors to a tourist destination is closely related to tourist satisfaction. The purpose of this study was to measure the level of satisfaction of tourists in the Batu Cermin Cave. In addition, this research is also used to measure the success of the arrangement of facilities in Batu Cermin Cave. This study was conducted using the exit survey method, by giving questionnaires to foreign tourists, domestic tourists, and local tourists visiting Batu Cermin Cave. The results of this study indicate that the level of visitor satisfaction with the facilities and services at Batu Cermin Cave are between 73% (satisfied) to 86% (very satisfied). The results of this study are expected to be used by managers of the Batu Cermin Cave in improving the management of facilities and services, and contributes in determining appropriate marketing policies in the future

keywords: Exit Survey, Tourist Satisfaction, Tourist Destination, Batu Cermin Cave

Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting sebagai sumber pendapatan daerah. Goa Batu Cermin merupakan salah satu objek dan daya tarik wisata (ODTW) di Labuan Bajo yang mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah pusat. Guna menunjang pariwisata di Labuan Bajo pemerintah pusat melakukan penataan Goa Batu Cermin pada 2020 hingga 2021. Guna menjaga kondisi pasar (permintaan dan penawaran) dan tingkat kunjungan wisatawan, maka pengelola destinasi Goa Batu Cermin perlu menentukan kebijakan yang tepat dalam manajemen pemasarannya. Peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung pada suatu destinasi wisata sangat erat hubungannya dengan kepuasan wisatawan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung di destinasi wisata Goa Batu Cermin. Selain itu, penelitian ini juga digunakan untuk mengukur keberhasilan dari pembangunan fasilitas di Goa Batu Cermin. Penelitian ini menggunakan metode *exit survey*, dengan memberikan kuesioner kepada wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara, dan wisatawan lokal yang berkunjung di Goa Batu Cermin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung terhadap fasilitas dan layanan di Goa Batu Cermin berada diantara 73% (Puas) hingga 86% (Sangat Puas). Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pengelola destinasi wisata Goa Batu Cermin dalam meningkatkan

pengelolaan fasilitas dan layanan, serta dapat digunakan dalam menentukan kebijakan pemasaran yang tepat kedepannya.

kata kunci: *Exit Survey*, Kepuasan Wisatawan, Destinasi Wisata, Goa Batu Cermin

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor unggulan yang diharapkan mampu menggerakkan roda perekonomian Indonesia (Fanggidae, 2018). Hal ini dibuktikan Presiden Joko Widodo pada saat Rapat Terbatas Kabinet Tanggal 15 Juli 2019 di Jakarta mencanangkan pengembangan Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) di lima wilayah yaitu Danau Toba (Sumatera Utara), Borobudur (Jawa Tengah), Mandalika – Lombok (Nusa Tenggara Barat), Labuan Bajo (Nusa Tenggara Timur), dan Likupang (Sulawesi Utara). Penetapan ini adalah pengurangan dari sebelumnya pada tahun 2017, Presiden Joko Widodo menetapkan pengembangan 10 Destinasi Wisata Prioritas atau yang disebut “10 Bali Baru”. Pernyataan tersebut mengidentifikasi bahwa perkembangan pariwisata di Indonesia akan mengalami peningkatan terus menerus seiring berjalannya waktu.

Labuan Bajo merupakan salah satu destinasi pariwisata super prioritas yang perkembangan pariwisatanya meningkat pesat. Atraksi wisata yang ditawarkan seperti Pulau Komodo, Pulau Padar, Pulau Rinca, Pink Beach, Gua Rangko, Goa Batu Cermin dan Cunca wulang. Keberagaman atraksi wisata ini menjadi faktor pendukung peningkatan kunjungan wisatawan ke Labuan Bajo setiap tahunnya. Berdasarkan data kunjungan wisatawan di Labuan Bajo 2016 – 2019 jumlah wisatawan terus meningkat dari tahun ke tahun. Jumlah wisatawan di Labuan Bajo didominasi oleh wisatawan asing, meskipun terjadi penurunan di tahun 2020 karena Pandemi Covid-19.

Goa Batu Cermin merupakan salah satu objek dan daya tarik wisata (ODTW) di Labuan Bajo yang mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah pusat. Goa Batu Cermin menempati peringkat ketiga setelah Taman Nasional Komodo dan Pulau Rinca sebagai destinasi wisata di Kabupaten Manggarai Barat yang banyak dikunjungi wisatawan. Guna menunjang pariwisata di Labuan Bajo pemerintah pusat melakukan penataan Goa Batu Cermin pada 2020 hingga 2021. Selain trekking gua sebagai atraksi utamanya, saat ini dapat ditemukan beragam fasilitas di Goa Batu Cermin seperti museum, kafetaria, galeri dan fasilitas penunjang lainnya. Penataan fasilitas penunjang ini diharapkan tidak hanya untuk menaikkan tingkat kunjungan wisatawan namun juga dapat menambah aktivitas yang berdampak pada peningkatan tingkat belanja wisatawan di destinasi.

Sejak Goa Batu Cermin kembali dibuka pada bulan Oktober 2022 jumlah pengunjung terus meningkat tiap bulannya. Pada bulan Oktober 2022 jumlah pengunjung mencapai 959 orang, bulan November 2022 mencapai 1.349 orang, dan bulan Desember 2022 mengalami peningkatan lagi mencapai 2.096 wisatawan. Di tahun 2023, terjadi penurunan kunjungan wisata, seperti di bulan Januari terdapat 1.402 orang, bulan Februari menurun menjadi 1.265 wisatawan dan di bulan Maret mengalami kenaikan lagi mencapai 1.492 wisatawan (Disparekrafbud, 2023).

Guna menjaga kondisi pasar (permintaan dan penawaran) dan tingkat kunjungan wisatawan, maka pengelola destinasi Goa Batu Cermin perlu menentukan kebijakan yang tepat dalam manajemen pemasarannya. Peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung pada suatu destinasi wisata sangat erat hubungannya dengan kepuasan pengunjung (Marselina, Leha, & Ota, 2020). Pengelola destinasi sebagai manajer pemasaran perlu mengetahui mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan untuk memilih

tempat liburan mereka (Eddyono, 2021). Selain itu, pengelola destinasi juga perlu memahami perilaku wisatawan dan tingkat kepuasan wisatawan setelah mengunjungi destinasi wisata. Kepuasan wisatawan dapat menciptakan nilai jual dan serta daya saing DTW (Daya tarik Wisata) yang akhirnya berdampak pada adanya kesesuaian antara *supply* dan *demand* (Noviastuti, 2017). Oleh karena itu, diperlukan kajian kepuasan wisatawan atau exit survey yang mana ulasan dan persepsi dari wisatawan dapat digunakan oleh pengelola destinasi wisata Goa Batu Cermin dalam menentukan kebijakan pemasaran yang tepat kedepannya.

Tujuan survei ini adalah untuk mengukur kepuasan wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Goa Batu Cermin. Kegiatan survei ini sekaligus mengukur keberhasilan pengembangan fasilitas dan layanan di Goa Batu Cermin. Sedangkan manfaat survei ini adalah untuk memperoleh data tentang kepuasan dan pemahaman wisatawan dalam upaya meningkatkan pengalaman wisatawan. Dengan menggunakan hasil dari *exit survey* ini, pengelola destinasi dapat menggunakan umpan balik dari wisatawan untuk pengembangan destinasi dan peningkatan citra destinasi kedepannya.

TINJAUAN PUSTAKA

Permintaan dan Penawaran Pariwisata

Analisis pasar dalam perencanaan dan pengembangan industri pariwisata pada suatu wilayah dalam perencanaan dan pengembangan kegiatan pariwisata memadukan keutamaan konsep permintaan ataupun juga penawaran mengutamakan melalui pendekatan yang sangat besar pengaruhnya, di mana pada hakikatnya suatu pengembangan dan perencanaan destinasi ditunjukkan untuk menarik kunjungan wisatawan, sehingga dapat dilakukan dengan memperhatikan secara mendasar pada kajian kesesuaian dari sisi penawaran dan permintaan pengunjung ataupun wisatawan. Kepuasan wisatawan dapat menciptakan nilai jual dan serta daya saing DTW (Daya tarik Wisata) yang akhirnya berdampak pada adanya kesesuaian antara *supply* dan *demand* (Noviastuti, 2017). Kepuasan dapat terpenuhi dengan mengetahui permintaan pariwisata dan penawaran wisata ini dapat terencana perencanaan dan pengembangan pariwisata dalam membentuk struktur pasar industri pariwisata.

Pariwisata dilihat dari sisi permintaan mengacu pada kegiatan wisatawan dan upaya mereka dalam mendapatkan barang dan jasa. Ukuran permintaan pariwisata, terdiri dari lama (duration) kunjungan atau perjalanan, asal dan tujuan perjalanan, daerah atau tempat tujuan dalam negara yang dikunjungi, moda transportasi, dan jenis akomodasi (Eddyono, 2021). Adapun faktor pendukung yang mempengaruhi permintaan pariwisata diantaranya adalah harga, pendapatan, sosial budaya, sosial politik, intensitas keluarga, dan harga barang substitusi (Mistriani & Pratamaningtyas, 2019).

Sementara itu, penawaran dalam pariwisata meliputi keseluruhan berbagai macam dan pelayanan dan jasa yang dihasilkan oleh pemerintah, masyarakat, komunitas dan kelompok perusahaan industri pariwisata sebagai pemasok, yang ditawarkan baik kepada pengunjung yang datang secara langsung atau yang membeli melalui agen perjalanan atau biro perjalanan wisata sebagai perantara. Termasuk dalam pengertian penawaran adalah semua bentuk daya tarik wisata (tourist attractions), semua bentuk kemudahan untuk mempermudah perjalanan (*accessibilities*), dan semua bentuk fasilitas dan pelayanan (*facilities and services*) yang tersedia pada suatu daerah tujuan wisata yang dapat

memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan selama mereka melakukan perjalanan di daerah tujuan wisata tersebut. Faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata diantaranya seperti daya tarik (*Attraction*), transportasi (*Accessible*), fasilitas (*Amenitas*) dan kelembagaan (*Ancillary*) atau yang dikenal dengan singkatan 4A (Mistriani & Pratamaningtyas, 2019).

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan cenderung didasarkan pada pertimbangan kognitif dan juga pada pertimbangan afektif. Kepuasan wisatawan diciptakan sebagai kinerja tentang produk atau jasa wisata atas dasar nilai kognitif (fungsional) dan psikologis (emosional) dari produk pariwisata (Pavlic, Perucic, & Portolan, 2014). Dari berbagai penelitian tentang kepuasan wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi wisata dapat diidentifikasi sejumlah faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan yaitu: 1) Kualitas pelayanan kepada wisatawan (Ngurah, Suprapti, Yasa, & Sukaatmadja, 2017); 2) Atraksi wisata yang disajikan ; 3) Kualitas fasilitas atau amenities yang tersedia (Yusendra & Paramitasari, 2018); 4) Harga atau biaya yang harus dikeluarkan wisatawan (Yusendra & Paramitasari, 2018); 5) Akses ke tempat wisata/ *Accessibility* (Baharuddin, Kasmita, & Salam, 2017); 6) Keramahmatan/ *Hospitality* (Suanmali, 2014); dan 7) Citra Destinasi (Ngurah, Suprapti, Yasa, & Sukaatmadja, 2017).

Setelah wisatawan mendapatkan kepuasan maka muncul persepsi positif terhadap destinasi (Wang, Tran, & Tran, 2017) dan muncul gejala loyalitas pada diri wisatawan (Yusendra & Paramitasari, 2018). Loyalitas pada suatu destinasi tersebut dapat ditunjukkan dengan beberapa tindakan wisatawan sebagai berikut ini: 1) Berkunjung kembali ke destinasi yang sama (Seetanah, Teeroovengadum, & Nunkoo, 2020); dan 2) Memberitahu dan merekomendasikan daerah atau destinasi yang dikunjungi baik kepada orang lain (Herman & Athar, 2018). Sebaliknya, apabila terjadi ketidakpuasan pada wisatawan, maka wisatawan dapat melakukan tindakan yang tidak menguntungkan pemasar destinasi wisata (Ashoer, Syahnu, Taufan, & Siangka, 2020). Secara makro bagi destinasi wisata, ketidakpuasan ini berdampak pada menurunnya jumlah kedatangan wisatawan ke destinasi dan menurunnya pendapatan pengelola destinasi beserta perusahaan-perusahaan yang ada di destinasi tersebut.

METODE

Populasi dan Sample

Populasi yang digunakan dalam *survey* ini berdasarkan data kunjungan Wisatawan Mancanegara, Wisatawan Nusantara, dan Wisatawan Lokal di Goa Batu Cermin. Penentuan sampel menggunakan purposive sampling, yakni teknik pengumpulan data dimana responden dipilih karena kriteria yang dimiliki. Kriteria responden dalam *survey* ini adalah Wisatawan Mancanegara, Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Lokal yang telah selesai melakukan kunjungan wisatanya di Goa Batu Cermin.

Metode Penentuan Sample

Berdasarkan data yang disampaikan oleh Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat bahwa rata-rata kunjungan mulai dari bulan Januari s/d Maret 2023 sebanyak 1.386 pengunjung. Penentuan *sample* menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2011), maka banyaknya *sample* dalam *survey* ini yang akan mewakili Populasi adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times 0.1^2)}$$
$$n = \frac{1.386}{1 + (1.386 \times 0.01)}$$
$$n = 93,28 \text{ Pengunjung}$$
$$n = 95 \text{ Pengunjung}$$

Instrumen Penelitian

Studi *Exit Survey* ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya. Kuesioner tersebut terdiri dari 30 pertanyaan yang mencakup beragam topik, diantaranya: 1) Profil Pengunjung; 2) Penilaian terhadap fasilitas dan layanan di Goa Batu Cermin; 3) Pengalaman Wisata; dan 4) Saran dan Rekomendasi. Pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner merupakan pertanyaan terbuka dan tertutup.

Metode Pengumpulan Data

Dalam studi ini digunakan data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara, dan wisatawan lokal yang sesuai dengan kriteria yang disampaikan. Kuesioner disiapkan dalam bentuk *google form* dalam 2 versi Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Tim survei menyiapkan *barcode* guna memudahkan wisatawan dalam mengakses link google form.

Proses pengumpulan data dilakukan di bulan Mei 2023 di Goa Batu Cermin. Data wisatawan terkumpul sebanyak 97 responden yang terdiri dari wisatawan nusantara dan lokal sebanyak 75 responden dan data wisatawan mancanegara sebanyak 22 responden. Beberapa data tidak *valid* sehingga diperlukan penyesuaian sehingga ditemukan dari total 97 responden terdiri dari 20 orang wisatawan mancanegara, 71 orang wisatawan nusantara, dan 6 orang wisatawan lokal.

Metode Analisis Data

Studi ini menggunakan skala likert untuk penilaian jawaban, khususnya untuk menganalisa tingkat kepuasan terhadap fasilitas dan layanan. Skala likert yang digunakan satu sampai lima, dimana 1 = Tidak Puas, 2 = Kurang Puas, 3 = Cukup Puas, 4 = Puas, dan 5 = Sangat Puas. Semua variable sebelumnya diskalakan sebagai persentase dari nilai tertinggi dari skala likert yang digunakan. Interpretasi hasil skala likert dapat menggunakan analisis interval persentase. Lebih lanjut dijelaskan bahwa skala interval likert dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$L = \frac{100\%}{m}$$

$$L = \frac{100\%}{5}$$

L = Interval

m = skor tertinggi skala likert

Berdasarkan formulasi tersebut, maka interval yang digunakan pada studi ini adalah 20. Dengan demikian kriteria interpretasi skor berdasarkan interval yang didapat adalah sebagai berikut:

Tidak Puas = 0% - 20%

Kurang Puas = 21% - 40%

Cukup Puas = 41% - 60%

Puas = 61% - 80%

Sangat Puas = 81% - 100%

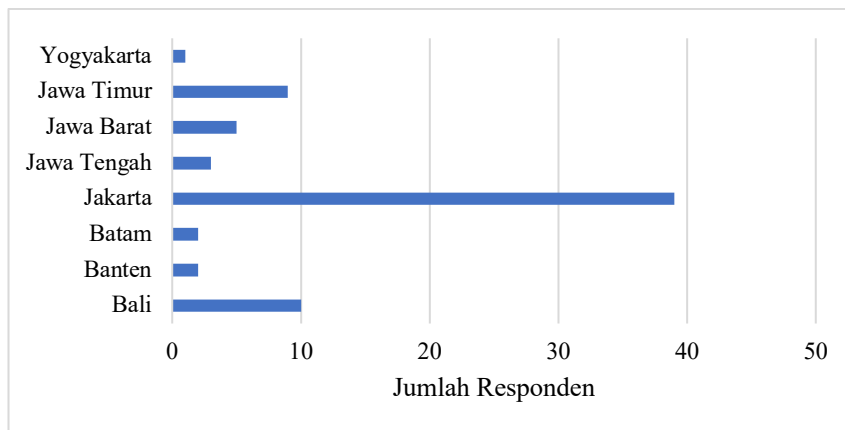
Lebih lanjut dijelaskan bahwa untuk menginterpretasikan skala likert pada sebuah pernyataan dapat digunakan formula sebagai berikut:

$$\text{Index \%} = \frac{\text{skor mean}}{\text{skor maksimum}} \times 100\%$$

HASIL DAN DISKUSI

Identitas Wisatawan

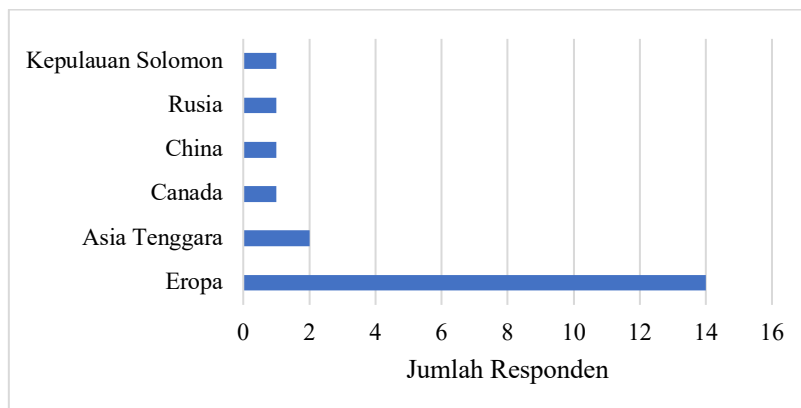
Asal Wisatawan. Wisatawan yang berhasil diwawancarai terdiri dari 73% wisatawan nusantara yang berasal dari beberapa kota, 21% adalah wisatawan mancanegara yang berasal dari beberapa negara, dan 6% wisatawan lokal dari Labuan Bajo. Dalam survey ini, wisatawan nusantara paling banyak dari Jakarta sebanyak 55%, dari Bali sebanyak 14%, dari Jawa Timur sebanyak 13%, dan disusul dari provinsi lainnya.



Gambar 1. Asal Wisatawan Nusantara

Sumber: Olah Data 2023

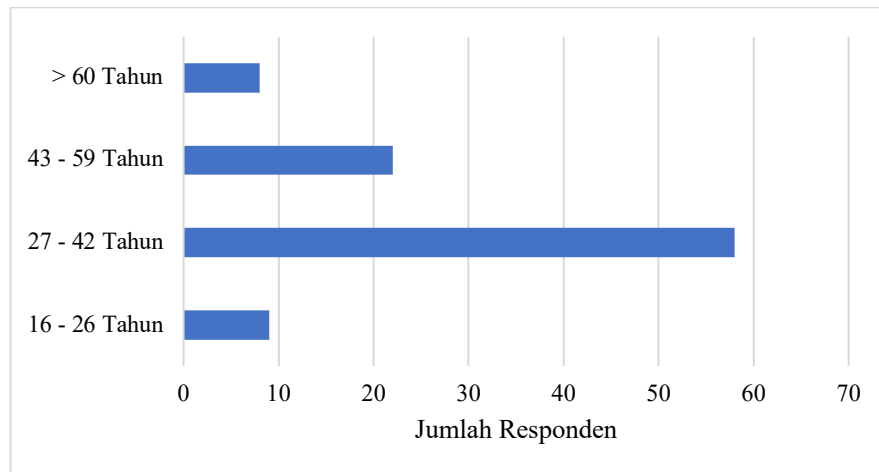
Sementara dari 20 orang responden wisatawan mancanegara di dominasi dari negara-negara Eropa sebanyak 70% seperti Belanda, Jerman, Italia, Inggris, Austria, Perancis, Rumania, Spanyol, Polandia dan Belgia, disusul oleh negara Asia Tenggara 10% seperti Vietnam dan Thailand, dan 20% diikuti negara lainnya seperti Canada, Cina, Rusia dan Kepulauan Solomon.



Gambar 2. Asal Wisatawan Mancanegara

Sumber: Olah Data 2023

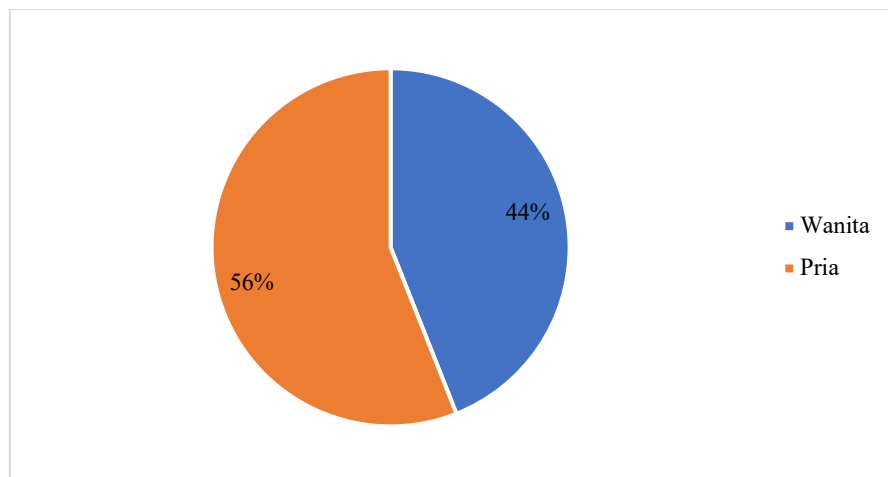
Usia Responden. Dari 97 responden, usia wisatawan yang berkunjung ke Goa Batu Cermin cukup beragam dengan persentase tertinggi pada range usia 27 – 42 tahun atau kelompok Generasi Milenial/Y sebanyak 59%. Usia terbanyak kedua diikuti oleh range usia 43 – 59 tahun atau Generasi X sebanyak 24%. Hal yang paling menarik dari hasil exit survey ini adalah wisatawan yang datang berkunjung ke Goa Batu Cermin berasal dari tingkat usia yang beragam, termasuk generasi Z sebanyak 9% dan generasi Baby Boomers yang berusia diatas 60 tahun sebanyak 8%.



Gambar 3. Usia Wisatawan

Sumber. Olah Data 2023

Jenis Kelamin. Wisatawan yang menjadi responden paling banyak adalah laki-laki sebanyak 56% dan perempuan sebanyak 44%.

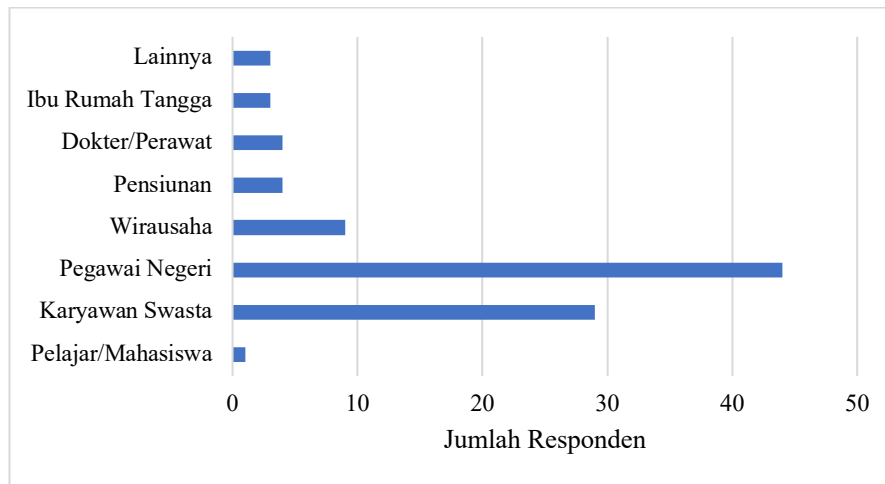


Gambar 4. Jenis Kelamin Wisatawan

Sumber. Olah Data 2023

Profesi Responden. Dari 97 responden, profesi wisatawan yang berkunjung ke Goa Batu Cermin di dominasi oleh Pegawai Negeri sebesar 45%. Hal ini mungkin disebabkan karena banyaknya kegiatan yang diselenggarakan oleh Pemerintah baik pusat ataupun daerah. Profesi selanjutnya adalah karyawan swasta sebesar 30% dan diikuti oleh Wirausaha/Pengusaha sebesar 10%. Hal menarik yang ditemukan adalah cukup tingginya

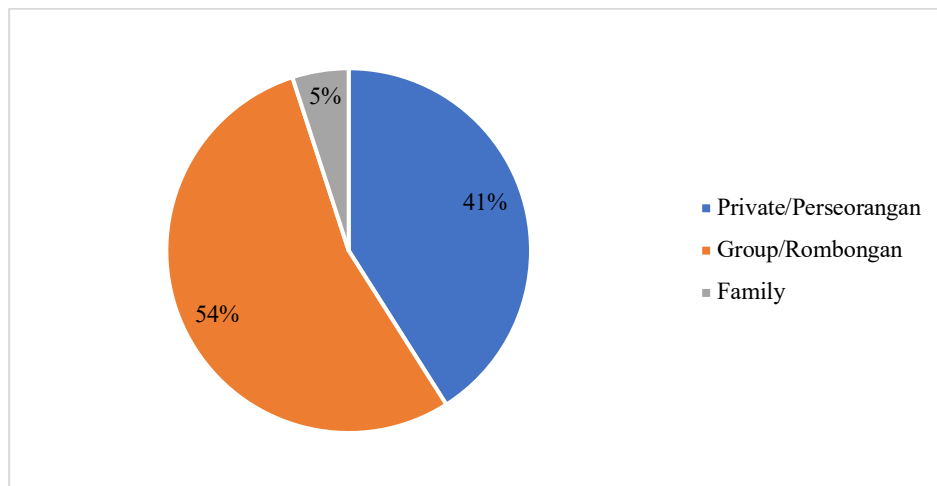
jumlah pengunjung dengan profesi pensiunan sebesar 4% dan ibu rumah tangga sebesar 3%, dibandingkan dengan jumlah pelajar/mahasiswa yang hanya 1%.



Gambar 5. Profesi Responden

Sumber: Olah Data 2023

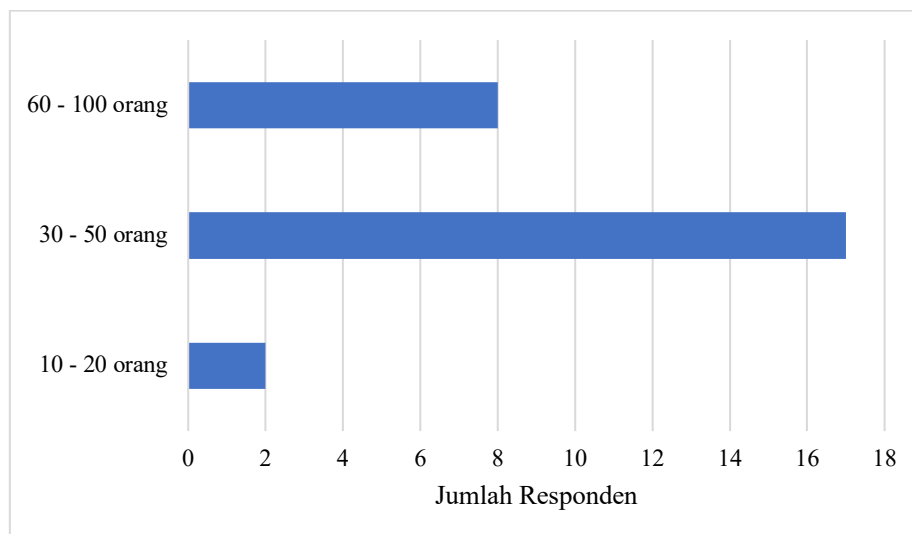
Klasifikasi Pola Berwisata. Dari total responden, wisatawan yang berkunjung ke Goa Batu Cermin di dominasi oleh wisatawan Group/Rombongan yakni sebesar 54%, kemudian disusul oleh wisatawan Private/Perseorangan yang berwisata dalam jumlah 1-3 orang yakni sebesar 41%, sisanya berwisata bersama keluarga yakni sebesar 5%.



Gambar 6. Klasifikasi Pola Berwisata

Sumber: Olah Data 2023

Hal yang menarik ditemukan dari wisatawan Group/rombongan adalah besaran angka jumlah rombongan, diantaranya 18% dari responden menyebutkan berwisata dalam jumlah 30 – 50 orang, disusul 8% responden yang berwisata dalam jumlah 60 – 100 orang, dan 2% responden yang berwisata dalam jumlah 10 – 20 orang.

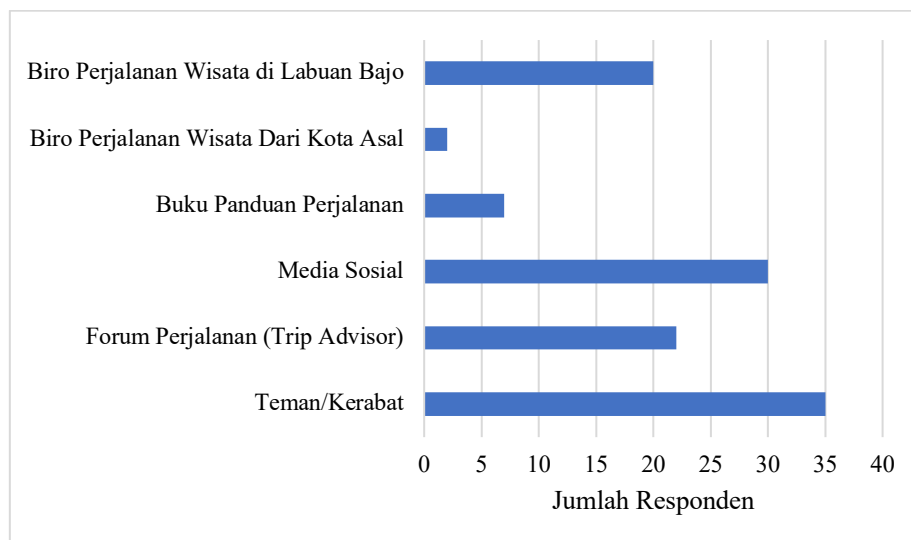


Gambar 7. Jumlah Group/Rombongan

Sumber: Olah Data 2023

Proses Membuat Keputusan

Sumber informasi yang digunakan oleh wisatawan cukup beragam. Berdasarkan hasil analisis Exit Survey diketahui bahwa sumber informasi terbanyak yang membuat wisatawan ingin berkunjung ke Goa Batu Cermin adalah teman/kerabat dengan persentase sebanyak 36%. Sumber informasi dari media sosial sebanyak 31%, kemudian Platform Perjalanan seperti Trip Advisor sebanyak 23%, dari Biro Perjalanan Wisata Labuan Bajo sebanyak 21%, Buku Panduan Perjalanan/Travel Guidebook sebanyak 7% dan Biro Perjalanan Wisata dari kota asal sebanyak 2%.



Gambar 8. Sumber Perolehan Informasi

Sumber: Olah Data 2023

Dari hasil temuan ini dapat disimpulkan bahwa wisatawan memperoleh informasi lebih banyak melalui teman/kerabat. Oleh karena itu, perlu ditingkatkan upaya promosi melalui

media sosial dan kerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata di Labuan Bajo untuk meningkatkan popularitas destinasi.

Kepuasan Terhadap Fasilitas dan Layanan

Fasilitas dan Layanan Goa Batu Cermin.

Tingkat kepuasan merupakan salah satu alat ukur yang dapat digunakan untuk memotret keberhasilan pengembangan sebuah destinasi. Tingkat kepuasan pengunjung terhadap fasilitas dan pelayanan di Goa Batu Cermin ditemukan sebagai berikut:

Kepuasan wisatawan terhadap atraksi utama Goa Batu Cermin sebesar 82% artinya berada pada kriteria SANGAT PUAS;

Kepuasan wisatawan terhadap jalur trekking di Goa Batu Cermin sebesar 84% artinya berada pada kriteria SANGAT PUAS;

Kepuasan wisatawan terhadap alat pelindung diri yang digunakan pada saat memasuki gua sebesar 75% artinya berada pada kriteria PUAS;

Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan pemandu wisata sebesar 86% artinya berada pada kriteria SANGAT PUAS;

Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan staf di Front Office atau Ticketing Office sebesar 83% artinya berada pada kriteria SANGAT PUAS;

Kepuasan wisatawan terhadap keberadaan Cafétaria sebesar 73% artinya berada pada kriteria PUAS;

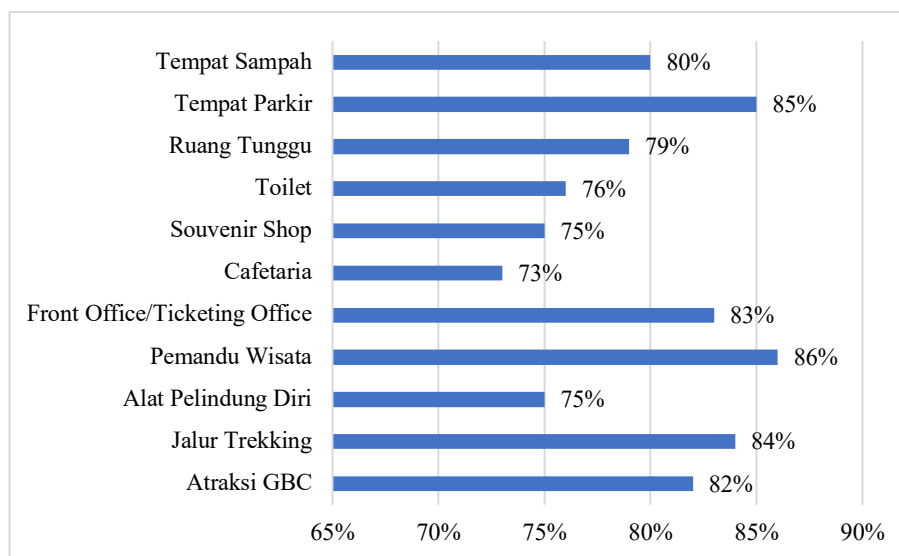
Kepuasan wisatawan terhadap keberadaan Souvenir Shop berada sebesar 75% artinya berada pada kriteria PUAS;

Kepuasan wisatawan terhadap fasilitas toilet sebesar 76% artinya berada pada kriteria PUAS;

Kepuasan wisatawan terhadap fasilitas ruang tunggu sebesar 79% artinya berada pada kriteria PUAS;

Kepuasan wisatawan terhadap fasilitas tempat parkir sebesar 85% artinya berada pada kriteria SANGAT PUAS;

Kepuasan wisatawan terhadap penyediaan tempat sampah sebesar 80% artinya berada pada kriteria PUAS;

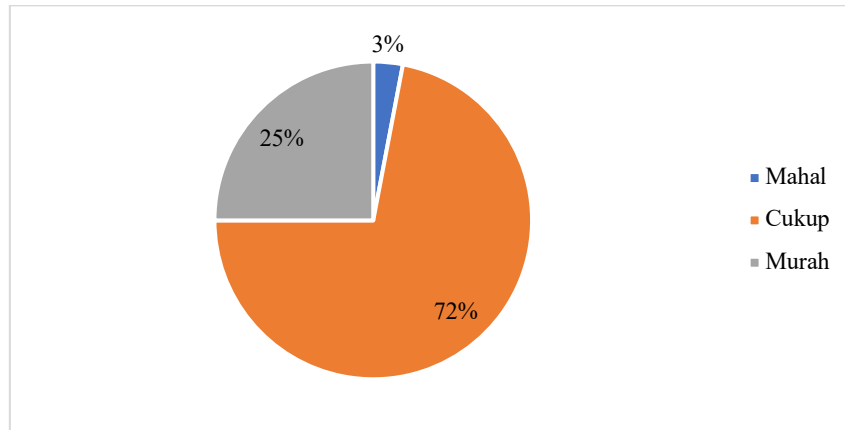


Gambar 9. Tingkat Kepuasan Terhadap Fasilitas dan Layanan

Sumber. Olah Data 2023

Harga Tiket Objek Wisata Goa Batu Cermin.

Wisatawan yang berkunjung ke atraksi utama Goa Batu Cermin menilai tarif tiket masuk yang diterapkan yakni Rp 50.000 untuk wisatawan mancanegara, Rp. 20.000 untuk wisatawan nusantara, dan Rp. 10.000 untuk wisatawan lokal. Dari hasil survey, persentase wisatawan yang menilai cukup sebanyak 72%, yang menilai murah sebanyak 25%, dan yang menilai mahal sebanyak 3%. Wisatawan yang menilai mahal sebanyak 3 orang, yakni 2 orang wisatawan nusantara dan 1 orang wisatawan asing.



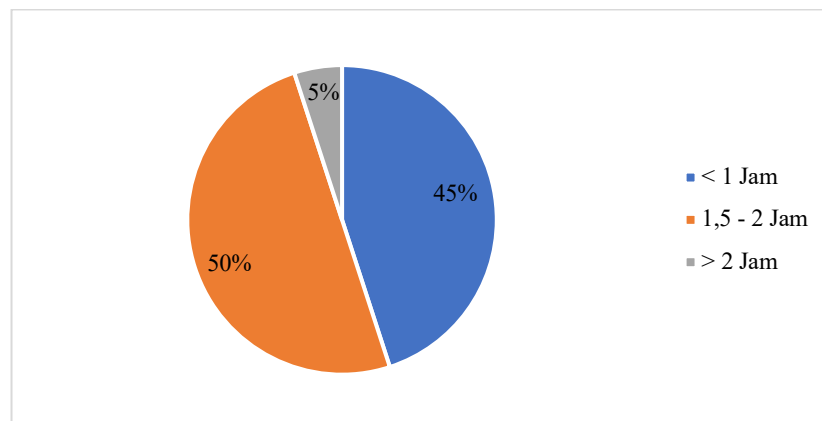
Gambar 10. Persepsi Harga Tiket

Sumber. Olah Data 2023

Dari hasil temuan ini dapat disimpulkan bahwa harga tiket Goa Batu Cermin dinilai tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Harga yang diterapkan dinilai sudah sesuai dengan pengalaman, fasilitas dan pelayanan yang didapatkan. Namun demikian, masih ditemukan penilaian mahal yang berarti terdapat ketidakpuasan terhadap harga dengan nilai pengalaman, fasilitas dan pelayanan yang didapatkan oleh wisatawan. Meskipun wisatawan yang menilai mahal jumlahnya sedikit, namun perlu menjadi perhatian untuk peningkatan kualitas layanan kedepannya.

Lama Kunjungan.

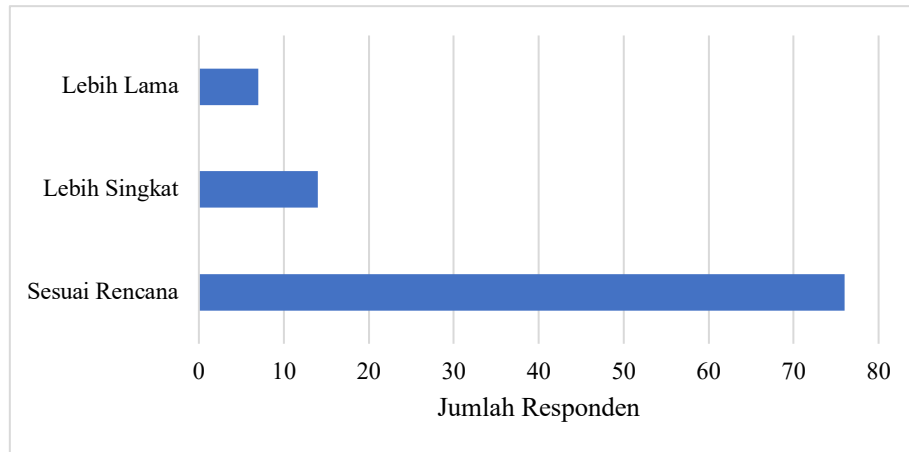
Wisatawan yang berkunjung ke Goa Batu Cermin paling dominan menggunakan waktu selama 1,5 hingga 2 jam yakni sebesar 50%. Lama kunjungan selama kurang dari 1 jam sebesar 45% dan lama kunjungan lebih dari 2 jam sebesar 5%.



Gambar 11. Lama Kunjungan

Sumber. Olah Data 2023

Lama kunjungan wisatawan di Goa Batu Cermin dinilai sudah sesuai dengan rencana perjalanan. Hal ini dibuktikan dari jawaban responden sebanyak 78% yang menyebutkan lama kunjungannya sesuai rencana, sedangkan 14% menyebutkan lebih singkat dan 7% menyebutkan lebih lama.

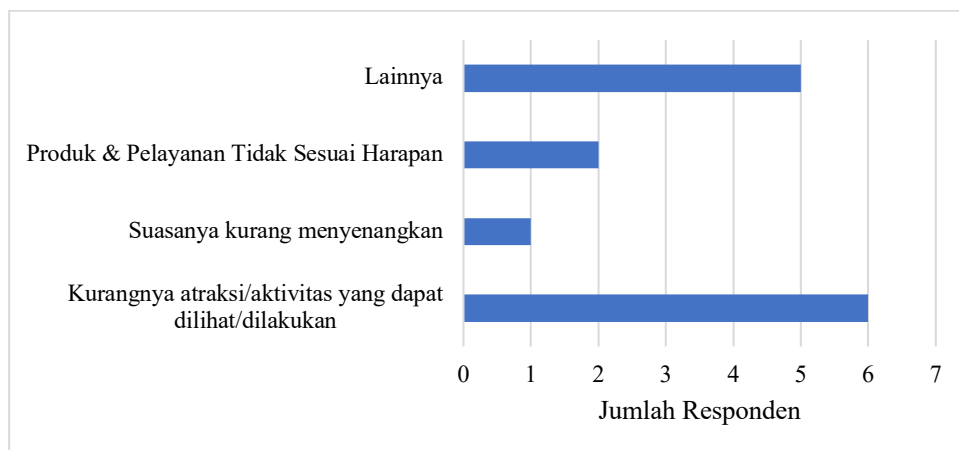


Gambar 12. Kesesuaian Lama Kunjungan Dengan Rencana Kunjungan

Sumber. Olah Data 2023

Faktor Pengaruh Lama Kunjungan.

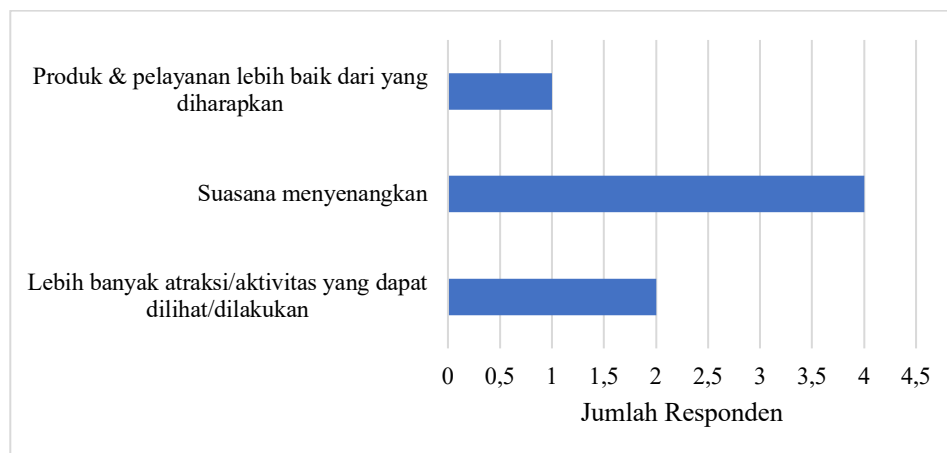
Dari 14% wisatawan yang durasi kunjungannya lebih singkat ditemukan alasan diantaranya kurangnya atraksi/aktivitas yang dapat dilihat/dilakukan yakni sebanyak 6%, produk dan pelayanan yang tidak sesuai harapan sebanyak 2%, suasana kurang menyenangkan sebanyak 1%, dan memiliki alasan lain sebanyak 5%. Alasan lain yang ditemukan seperti keterbatasan waktu yang dimiliki dari perjalanan mereka dan tidak adanya papan informasi/rekomendasi yang bisa dilakukan selain trekking ke Gua.



Gambar 13. Alasan Kunjungan Lebih Singkat Dari Rencana

Sumber. Olah Data 2023

Sementara itu, 7% responden yang kunjungannya lebih lama dari yang direncanakan memiliki alasan diantaranya karena suasana menyenangkan di Goa Batu Cermin sebanyak 4%, lebih banyak atraksi/aktivitas yang dapat dilihat/dilakukan sebanyak 2% dan produk dan pelayanan lebih baik dari yang diharapkan sebanyak 1%.



Gambar 14. Alasan Kunjungan Lebih Lama Dari Rencana

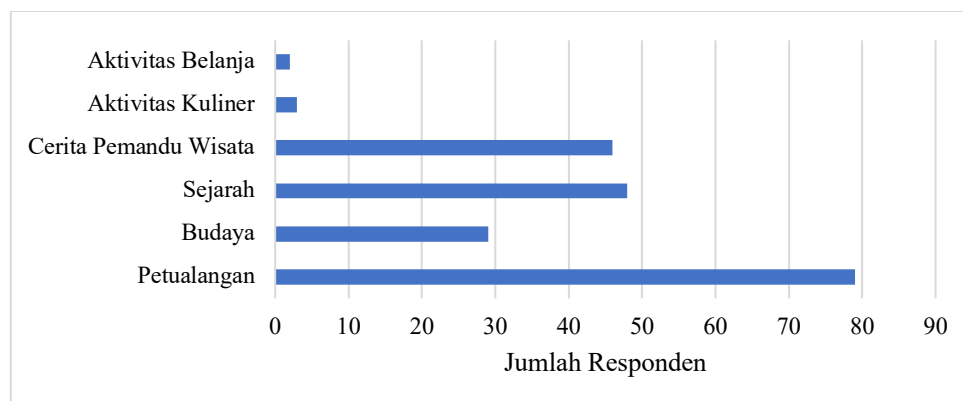
Sumber. Olah Data 2023

Dari hasil temuan ini dapat disimpulkan bahwa faktor pengaruh durasi kunjungan diantaranya dipengaruhi oleh faktor internal. Kurangnya atraksi atau aktivitas di Goa Batu Cermin serta kurangnya informasi tentang atraksi/aktivitas lain menyebabkan kunjungan wisata menjadi lebih pendek. Sementara itu, suasana hutan yang menyenangkan menjadi alasan beberapa wisatawan untuk bertahan lebih lama di Goa Batu Cermin. Oleh karenanya, perlu ada penambahan atraksi/aktivitas lain di Goa Batu Cermin dalam upaya meningkatkan lama kunjungan dan tingkat belanja wisatawan.

Pengalaman dan Rekomendasi

Pengalaman Wisata di Goa Batu Cermin;

Pengalaman yang diperoleh wisatawan selama berkunjung di Goa Batu Cermin didominasi oleh petualangan yakni sebesar 81%. Selain itu, pengalaman lainnya yang diperoleh wisatawan seperti sejarah sebesar 49%, pengalaman cerita dari pemandu wisata sebesar 47%, budaya sebesar 30%, aktivitas kuliner sebesar 3% dan aktivitas belanja sebesar 2%. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa atraksi utama seperti trekking dan menyusuri Gua merupakan pengalaman petualangan yang menjadi kekhasan dari Goa Batu Cermin. Selain petualangan menyusuri gua, cerita sejarah dan kepemanduan wisata juga menjadi faktor pendukung dalam menciptakan pengalaman berkesan bagi wisatawan.

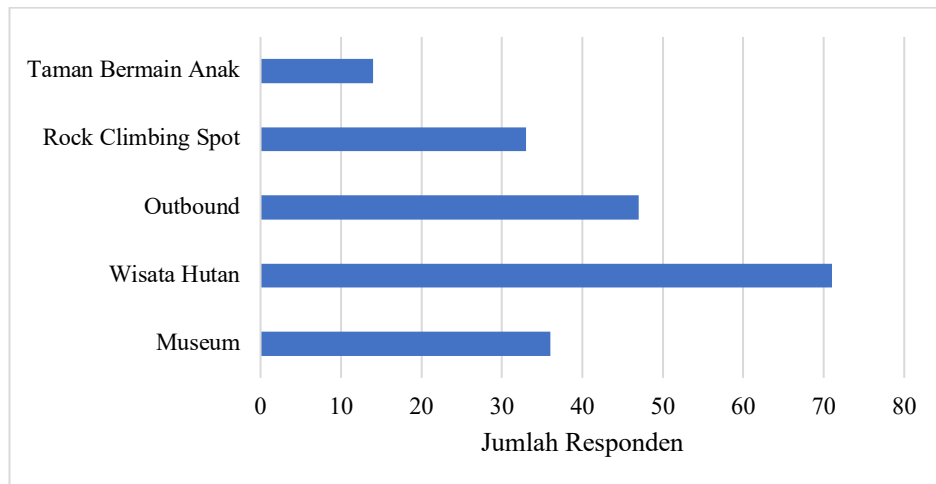


Gambar 15. Pengalaman Wisata

Sumber. Olah Data 2023

Atraksi Lain yang Diperlukan;

Dalam salah satu pertanyaan wawancara Exit Survey, wisatawan diberikan kesempatan untuk memilih beberapa atraksi dan aktivitas sesuai kebutuhan mereka yang mungkin dapat disediakan oleh Goa Batu Cermin kedepannya. Berdasarkan hasil survey, ditemukan bahwa atraksi wisata hutan paling banyak dibutuhkan oleh wisatawan yakni sebesar 73% diikuti oleh aktivitas outbound sebesar 48%. Atraksi lainnya seperti Museum sebesar 37%, Rock Climbing Spot sebesar 34%, dan taman bermain anak sebesar 14%.

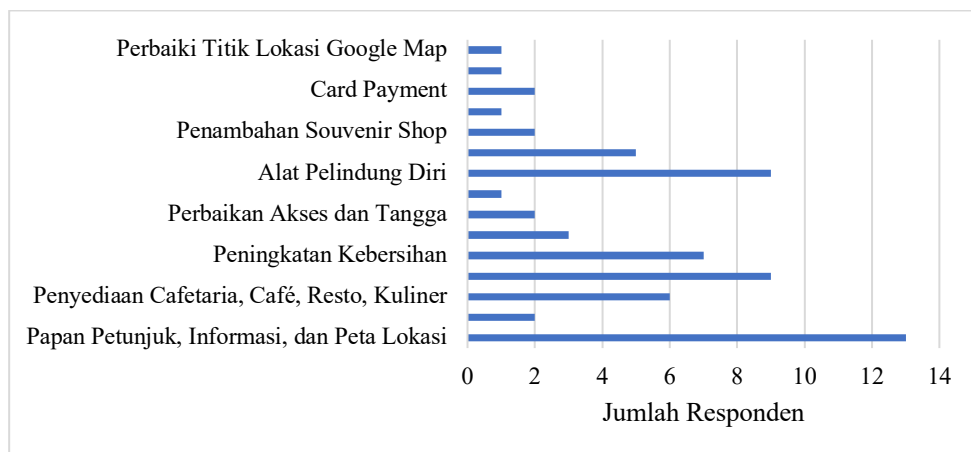


Gambar 16. Atraksi dan Aktivitas Lain yang Diperlukan

Sumber: Olah Data 2023

Rekomendasi;

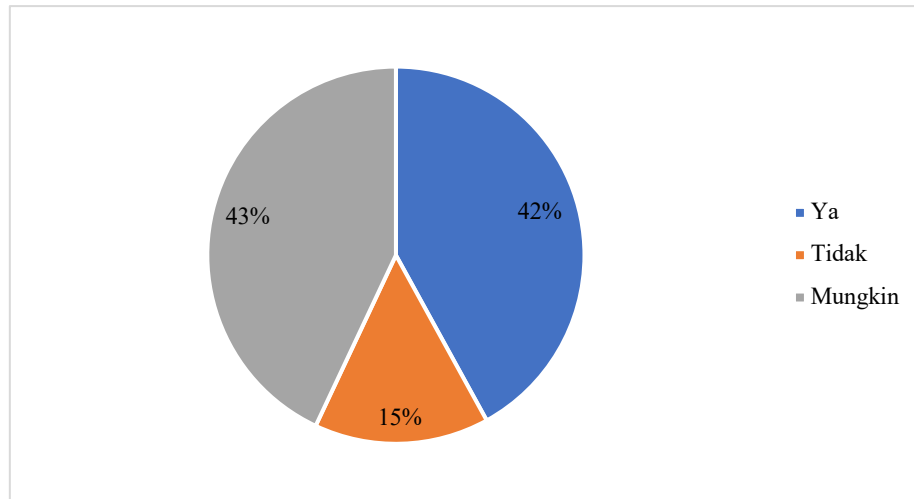
Rekomendasi yang paling banyak dari wisatawan adalah agar menambahkan fasilitas papan petunjuk, papan informasi dan peta lokasi, yakni sebanyak 20% dari total responden yang mengisi. Papan petunjuk disebutkan dapat membantu wisatawan untuk dapat terinformasi tentang atraksi dan fasilitas yang tersedia di Goa Batu Cermin, sementara papan informasi dibutuhkan oleh wisatawan untuk memperoleh informasi dan mempelajari tentang cerita dan sejarah dari Goa Batu Cermin. Rekomendasi lainnya adalah peningkatan kualitas dan kuantitas alat pelindung diri sebanyak 14%, penerangan dalam gua dan jalur trekking sebanyak 14%, peningkatan kebersihan sebanyak 11%, penyediaan cafetaria/café/resto/kuliner sebanyak 9%, dan perbanyak atraksi sebanyak 8%.



Gambar 17. Saran dan Masukan Wisatawan

Sumber: Olah Data 2023

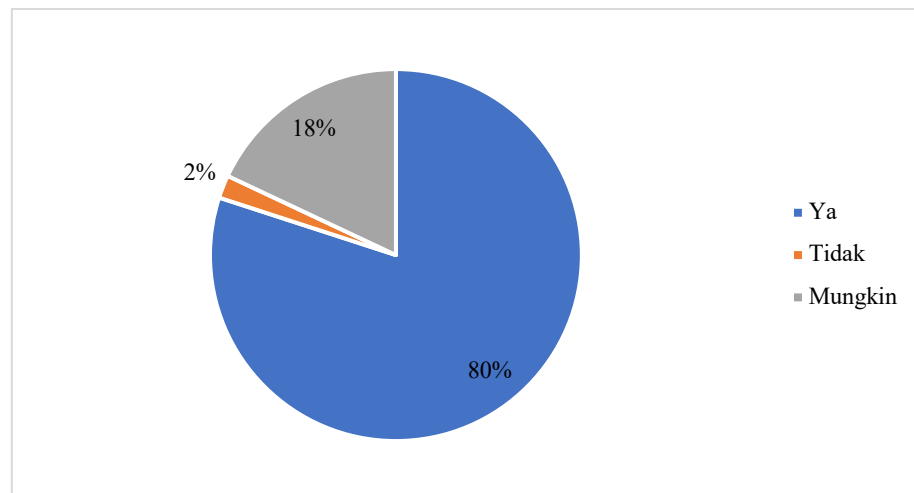
Selain saran dan masukan, *Exit Survey* juga meminta responden untuk menjawab pertanyaan berkenaan dengan kemungkinan berkunjung kembali dan kemungkinan merekomendasikan Goa Batu Cermin ke orang lain. Dua pertanyaan ini penting untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan wisatawan terhadap Goa Batu Cermin secara keseluruhan.



Gambar 18. Kemungkinan Berkunjung Kembali

Sumber: Olah Data 2023

Berdasarkan data ditemukan bahwa persentase wisatawan yang memiliki keinginan untuk berkunjung kembali adalah sebanyak 42%, angka ini masih lebih kecil dari persentase wisatawan yang menjawab mungkin/ragu-ragu yakni sebesar 43%. Sementara itu, wisatawan yang tidak memiliki keinginan untuk berkunjung lagi sebanyak 15%.



Gambar 19. Kemungkinan Merekomendasikan

Sumber: Olah Data 2023

Sementara itu, berdasarkan keinginan wisatawan untuk merekomendasikan ditemukan bahwa persentase wisatawan yang ingin merekomendasikan Goa Batu Cermin ke orang lain sebesar 80%, sementara yang menjawab mungkin sebesar 18%, dan yang menjawab tidak sebesar 2%. Melihat dari besarnya persentase wisatawan yang ingin merekomendasi

Goa Batu Cermin dapat diartikan bahwa kepuasan terhadap destinasi Goa Batu Cermin secara keseluruhan dapat dikatakan sangat baik,

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survey kepuasan di Goa Batu Cermin dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Berdasarkan data identitas wisatawan, pengunjung paling banyak adalah wisatawan nusantara yang berasal dari Jakarta dan wisatawan mancanegara berasal dari negara-negara Eropa, Rentang usia yang paling banyak berkunjung berkisar antara 27 – 42 tahun atau dalam kelompok generasi Y atau generasi Milenial, Berdasarkan pola berwisata wisatawan, pengunjung paling banyak adalah wisatawan group/rombongan dalam rentang 30 – 50 orang, Sumber perolehan informasi wisatawan yang paling banyak adalah dari teman/kerabat, media sosial, dan forum perjalanan seperti *Trip Advisor*, Sebagian besar wisatawan menyatakan SANGAT PUAS dengan atraksi gua, jalur trekking, pelayanan pemandu wisata, dan pelayanan dari front office atau ticketing office. Fasilitas dan layanan lainnya dalam kategori PUAS, Persepsi wisatawan terhadap harga tiket masuk Goa Batu Cermin dinilai CUKUP, artinya tidak mahal dan tidak murah, Lama kunjungan wisatawan berkisar 1,5 – 2 jam, Bagi wisatawan yang kunjungannya lebih singkat dari rencana perjalanannya disebabkan oleh faktor kurangnya atraksi/aktivitas yang dapat dilihat/dilakukan, Bagi wisatawan yang kunjungannya lebih lama dari rencana perjalanannya disebabkan oleh faktor suasana hutan yang menyenangkan, Pengalaman yang diperoleh wisatawan selama di Goa Batu Cermin adalah pengalaman petualangan, sejarah, dan cerita dari pemandu wisata, Atraksi dan aktivitas lain yang diperlukan oleh wisatawan adalah wisata hutan, outbound, dan museum, Saran dan masukan wisatawan paling banyak adalah penambahan papan petunjuk dan papan informasi dan peta lokasi selain itu, saran dan masukan wisatawan juga berkaitan dengan kebersihan dan juga penambahan alat pelindung diri, serta penerangan di dalam gua dan jalur *trekking*;

Saran.

Penambahan Atraksi Wisata dan Pemanfaatan Sarana.

Dalam upaya meningkatkan lama kunjungan, disarankan untuk menambahkan atraksi dan aktivitas wisata dengan mengoptimalkan pemanfaatan ruang publik dan sarana yang tersedia. Atraksi/aktivitas yang cukup banyak dibutuhkan oleh responden adalah wisata hutan, outbound dan tempat kuliner. Selain itu, ruang museum juga dapat dimanfaatkan untuk menambah informasi, narasi dan pengalaman sejarah bagi pengunjung. Jika spending waktu dapat ditingkatkan, maka spending uang juga turut meningkat melalui belanja souvenir dan makan minum.

Peningkatan Kualitas Layanan.

Dalam upaya peningkatan kualitas layanan, disarankan untuk menambah fasilitas papan informasi dan papan petunjuk atraksi. Papan informasi ini bermanfaat dalam mengkomunikasikan atraksi dan aktivitas yang tersedia di Goa Batu Cermin. Selain itu, disarankan untuk meningkatkan kualitas alat pelindung diri dan penerangan dalam gua guna memastikan jaminan keamanan dan kualitas pengalaman wisatawan. Gua sebagai atraksi utamanya perlu menjadi ikon dan menjadi pengalaman khas yang bisa memberikan kesan mendalam bagi wisatawan.

Fokus Segmen Spesifik dan Peningkatan Promosi

Melihat dari tingginya jumlah pengunjung dalam kelompok generasi milenial/Y yakni sebesar 59%, maka disarankan untuk berfokus pada pengembangan kegiatan/aktivitas/atraksi yang sesuai dengan kebutuhan dan perilaku segmen usia tersebut. Selain itu, disarankan untuk meningkatkan promosi melalui biro perjalanan wisata dan asosiasi pemandu wisata. Promosi tersebut dapat dilakukan melalui program *complimentary* yang diberikan kepada pemandu wisata ketika mengajak wisatawannya untuk makan dan belanja souvenir.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktur Perumda Bidadari yang telah memberikan kesempatan dan dukungan pendanaan bagi Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional dalam melaksanakan *Project-Based Learning* mata kuliah Riset Pemasaran dan Pemasaran Pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashoer, M., Syahnu, H., Taufan, R., & Siangka, A. (2020). Menyelidiki Loyalitas Milenial pada Transportasi Online; Studi Mediasi berbasis SEM-PLS. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 183-198.
- Baharuddin, A., Kasmita, M., & Salam, R. (2017). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Malioboro Kota Yogyakarta. *Jurnal Ad'ministrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 107-112.
- Disparekrafbud. (2023). Data Kunjungan Wisatawan Labuan Bajo. Kabupaten Manggarai Barat, NTT.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Fanggidae, A. (2018). Strategi Industri Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Nusa Tenggara Timur. *Journal of Management (SME's)*, 287-300.
- Herman, L., & Athar, H. (2018). Pengembangan Model Social Media Marketing dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual. *J-Ika*, 147-155.
- Marselina, A., Leha, E., & Ota, M. (2020). Exit Survey Kepuasan Wisatawan Terhadap Pariwisata Di Labuan Bajo. *JUMPA*, 389-424.
- Mistriani, N., & Pratamaningtyas, O. (2019). Strategi Pengembangan Daya Tarik Melalui Penawaran dan Permintaan Dalam Pariwisata di Grand Maerakaca Jawa Tengah. *Journal of Chemical Information and Modelling*, 539-556.
- Ngurah, G., Suprapti, N., Yasa, N., & Sukaatmadja, I. (2017). Factors That Influences Tourist's Satisfaction and Its Consequences. *European Journal of Business and Management*, 39-50.
- Noviastuti, N. (2017). Kesesuaian Antara Permintaan Dan Penawaran Wisata Pada Destinasi Urban Heritage (Studi Kasus Kotagede, Yogyakarta). *Jurnal Mallinosata: Pariwisata, Seni Budaya, dan Ilmu-Ilmu Sosial-Humaniora*, 73-82

- Pavlic, I., Perucic, D., & Portolan, A. (2014). Tourists' Satisfaction As an Important Tool for Increasing Tourism Destination Competitiveness in The Globalization Conditions - The Case of Dubrovnic-Nertva County. *International Journal of Management Cases*, 591-599.
- Seetanah, B., Teeroovengadum, V., & Nunkoo, R. (2020). Destination Satisfaction and Revisit Intention of Tourists: Does The Quality of Airport Services Matter:. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 134-148.
- Suanmali, S. (2014). Factors Affecting Tourist Satisfaction: An Empirical Study in The Northern Part of Thailand. *SHS Web of Conferences*, 12.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wang, T., Tran, P., & Tran, V. (2017). Destination Perceived Quality, Tourist Satisfaction and Word of Mouth. *Tourism Review*, 392-410.
- Yusendra, M., & Paramitasari, N. (2018). Identifying Factors Affecting Domestic Tourist Satisfaction of Tourist Destinations in Indonesia. *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen*, 157.