



**ANALISIS PRODUK WISATA
TERHADAP MENURUNNYA TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN
DI OBJEK TAMAN BERMAIN BANTO ROYO**

PROPOSAL SKRIPSI

*Ditulis sebagai Syarat untuk Penulisan Skripsi Program Study Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Oleh:

TOBI SAPUTRA
2030406036

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025**

ABSTRAK

Tobi Saputra NIM 2030406036 Judul Skripsi: “Analisis Produk Wisata Terhadap Menurunnya Tingkat Kunjungan Wisatawan Di Objek Taman Bermain Banto Royo” Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah terdapat masalah pada objek wisata taman bermain banto royo yang dilihat dari hasil data kunjungan bahwasanya terjadinya penurunan tingkat kunjungan ke objek wisata itu tersebut. mengidentifikasi mengenai masalahnya sejak terjadinya covid-19 dan tentang teori 3A masih kurang dalam meningkatkan kunjungan Objek wisata banto royo

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (field research), agar bisa mengetahui permasalahan yang ada di objek wisata taman bermain banto royo. dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi kepada pengelola. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan yang merupakan penyederhanaan informasi yang di lakukan sehingga memudahkan penarikan kesimpulan, dan teknik menjamin keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber dan pengumpulan data.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwasanya Analisi produk wisata terhadap menurunnya tingkat kunjungan wisatawan di objek taman bermain banto royo di kabupaten agam bahwasanya menurunnya tingkat kunjungan wisatawan ke objek wisata banto royo di sebabkan oleh beberapa faktor yang terkait dengan pengembangan wisata banto royo yaitu 3A Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas. Atraksinya yaitu walaupun objek wisata banto royo memiliki atraksi seperti kano dan wahana bermain anak-anak, kurangnya variasi dan perbaikan pada wahana yang sudah lama mati semenjak covid-19 dan menyebabkan wisatawan merasa bosan. Amenitasnya masih terbatas seperti kantin perlu di tingkatkan menu-menunya dan toilet, serta tempat istirahat juga menjadi kendala bagi wisatawan yang ingin menghabiskan waktu lebih lama di lokasi wisata itu tersebut. Aksesibilitasnya masih kurang mendukung kendaraan besar seperti bus jumbo, karena bisa mejadi kendala bagi wisatawan yang datang kelompok seperti komunitas dan anak-anak sekolah.

Kata Kunci : Objek Wisata, Menurunnya Tingkat Kunjungan Wisatawan Di Objek Taman Bermain Banto Royo

ABSTRACT

Tobi Saputra NIM 2030406036 Thesis Title: "Analysis of Tourism Products Against the Decline in Tourist Visits at the Banto Royo Playground Object" Sharia Tourism Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

The main problem in this thesis is that there is a problem with the Banto Royo playground tourist attraction which is seen from the results of visit data that there has been a decrease in the level of visits to the tourist attraction. Identifying the problem since the occurrence of Covid-19 and the 3A theory is still lacking in increasing visits to the Banto Royo tourist attraction

The type of research conducted is field research, in order to find out the problems that exist at the Banto Royo playground tourist attraction. Using a qualitative approach. The data collection techniques used are observation, interviews and documentation to the manager. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and which is a simplification of information that is carried out so as to facilitate drawing conclusions, and the technique of ensuring the validity of the data used is triangulation of sources and data collection.

Based on the research conducted, it can be concluded that the analysis of tourism products on the decline in the level of tourist visits to the Banto Royo playground in Agam Regency, that the decline in the level of tourist visits to the Banto Royo tourist attraction is caused by several factors related to the development of Banto Royo tourism, namely 3A Attractions, Amenities, Accessibility. The attraction is that although the Banto Royo tourist attraction has attractions such as canoes and children's play areas, the lack of variation and improvements to the rides that have been dead since Covid-19 and cause tourists to feel bored. The amenities are still limited, such as the canteen, the menus need to be improved, and toilets, and rest areas are also obstacles for tourists who want to spend more time at the tourist location. Accessibility is still less supportive of large vehicles such as jumbo buses, because it can be an obstacle for tourists who come in groups such as communities and school children.

Keywords: Tourist Attractions, Decreasing Level of Tourist Visits at Banto Royo Playground

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segenap puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi untuk Sidang Munaqasah dengan judul **“Analisis Produk Wisata Terhadap Menurunnya Tingkat Kunjungan Wisatawan Di Objek Taman Bermain Banto Royo”**. Shalawat dan salam peneliti ucapkan kepada baginda nabi kita yakninya nabi muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam kebodohan menuju ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang kita rasakan hingga saat sekarang ini, dan dia rela anaknya menjadi yatim dan istrinya menjadi janda demi menegakkan kalimat tauhid di buka bumi ini dengan berlafaskan kalimat lailahailallah tiada tuhan selain Allah. Skripsi ini terutama di persembahkan kepada kedua orang tua penulis Ayah Nasaruddin (Alm) dan Ibu Sukarti yang telah mendukung penuh dalam perkuliahan serta tidak lupa untuk mendoakan penulis, sehingga penulis menyadari bahwa skripsi ini bisa di selesaikan karena Allah telah mengabulkan do’a dari ayahanda dan ibunda. Ya Allah, semoga bantuan, motivasi dan bimbingan serta nasehat dari beliau semua engkau catat sebagai amal sholeh yang pahalanya berlipat ganda dan terus mengalir sepanjang masa amin Ya Rabbal Alaminn.

Penulis menyadari bahwa selama dalam penulisan skripsi ini, penulis mengalami kesulitan dan kekurangan. Namun, atas berkat rahmat Allah SWT serta bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karenanya, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Prof. Delmus Puneri Salim, S.Ag, MA., M.Res., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
2. Bapak Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
3. Ibuk Siska Febriyanti S.M.Pd.E Sebagai Ketua Jurusan Pariwisata Syariah beserta staf yang memberikan kemudahan dalam pengurusan surat menyurat dan memberikan fasilitas saat perkuliahan.
4. Bapak Fitra Kasma Putra, M.KOM. selaku pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan akademik
5. Bapak Harry Yulianda,S.ST.Par,M.M.Par selaku pembimbing skripsi penulis, yang selalu memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibuk Febria Rahim, S.Pd., SE., ME dan Ibuk Dr. Novia Nengsi, M.A.Ek selaku penguji skripsi yang memberikan masukan dan saran sehingga penulis bisa mengetahui kekurangan dan memperbaiki kesalahan pada skripsi ini, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik dan benar.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen, karyawan dan karyawan Unversitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang telah membantu penulis selama perkuliahan.

8. Pengelola Objek Wisata Banto Royo, Kabupaten Agam yang telah memberikan penulis izin penelitian dan memberikan informasi ke penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya membangkitkan guna memperbaiki isi dari skripsi ini serta kesempurnaan hasil penelitian ini. Dengan ini penulis juga berharap skripsi ini dapat membantu menambah ilmu pengetahuan dan memberikan manfaat kepada kita semua. Aamiin

Akhirnya kepada Allah jugalah penulis berserah diri, memohon, dan bersujud semoga yang diberikan akan dibalas-Nya dengan balasan yang berlipat ganda. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita. Aamiin Ya Robbal Alamin

Batusangkar, Februari 2025
Penulis

TOBI SAPUTRA
NIM. 2030406036

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

DAFTAR ISI..... i

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Fokus Penelitian 8

C. Rumusan Masalah 8

D. Tujuan Penelitian 8

E. Manfaat dan Luaran Penelitian..... 8

F. Definisi Operasional 9

BAB II KAJIAN TEORI 10

A. Landasan Teori 10

1. Pengertian Pariwisata..... 10

2. Jenis-jenis Wisata 13

3. Wisata 15

4. Objek Wisata..... 16

5. Pengertian Wisatawan..... 18

6. Tingkat Kunjungan 25

7. Produk Wisata..... 28

B. Kajian Penelitian Relevan 32

BAB III METODEDEOLOGI PENELITIAN 39

A. Jenis Penelitian 39

B. Tempat dan Waktu Penelitian 39

C. Subjek Penelitian 40

D. Instrumen Penelitian 40

E. Sumber Data Penelitian 41

F. Teknik Pengumpulan Data 42

G. Teknik Analisis Data 43

H. Teknik Menjamin Keabsahan Data 44

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	46
A. Gambaran Umum Penelitian	46
1. Sejarah Berdirinya Objek Wisata Banto Royo	46
2. Letak objek wisata Banto Royo	47
3. Visi, Misi dan Tujuan Objek Wisata Banto Royo	48
4. Cara Yang Dilakukan Oleh Pengelola Objek Wisata Untuk Meningkatkan Wisatawan Di Banto Royo Terhadap Menurunnya Tingkat Kunjungan Wisatawan.	48
B. Temuan penelitian	49
C. Pembahasan	51
BAB V PENUTUPAN.....	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia di bidang bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Perusahaan yang bergerak pada bidang jasa atau produk, harus memberikan pelayanan yang terbaik. Terutama perubahan kebutuhan produk yang diharapkan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberi kepuasan produk kepada pelanggannya, dimana dengan menciptakan produk atau jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen. Kelebihan dalam ketersediaan produk merupakan hal penting karena akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya dengan mendapatkan kepuasan para konsumen yang sudah menggunakan produk dan jasa perusahaan tersebut.

Perkembangan pariwisata sudah sedemikian pesat dan terjadi suatu fenomena yang sangat global dengan melibatkan jutaan manusia, baik kalangan masyarakat, industri pariwisata maupun kalangan pemerintah dengan biaya yang tidak sedikit. Masyarakat maupun kalangan industri dan pengusaha pariwisata, keduanya mau tidak mau harus bergandengan tangan dalam menciptakan kondisi yang baik dalam perkembangan industri pariwisata secara nasional. Perkembangan industri pariwisata telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, dorongan orang untuk melakukan perjalanan, cara berpikir, maupun sifat dan perkembangan pariwisata itu sendiri (R.S Darmadjati, 1995: 2).

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata, terdiri dari sembilan bab dan empat puluh pasal yang mengandung ketentuan meliputi delapan hal, yaitu Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata, wisatawan adalah orang yang melakukan wisata,

pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisatawan usaha-usaha yang terkait, kepariwisataan adalah segala yang berhubungan dengan pariwisata, usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata dan usaha lain yang berkaitan dengan usaha pada bidang tersebut, objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata, kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun untuk kebutuhan pariwisata, dan yang terakhir adalah Menteri Pariwisata adalah menteri yang bertanggung jawab di bidang kepariwisataan (Departemen Pariwisata, 1991 : 1-10).

Indonesia saat ini sedang menunjukkan potensi-potensi wisatanya, hal ini dilakukan dari banyaknya wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata pada hari libur maupun hari aktif. Pariwisata terdiri dari tiga komponen yaitu wisatawan (tourist), elemen-elemen geografi (geographical elements), dan industri pariwisata (tourism industry). Wisatawan merupakan elemen atau komponen yang penting dalam model ini, karena pariwisata pada hakikatnya adalah pengalaman manusia, sesuatu yang dinikmati, diantisipasi dan diingat sepanjang hidupnya. Elemen geografi meliputi pasar atau daerah yang dapat mendorong minat untuk berwisata, tujuan wisata dan daerah tempat transit dari suatu rute atau perjalanan. Elemen ketiga adalah industri pariwisata yang menyangkut tentang usaha atau bisnis dan organisasi yang mengatur produk pariwisata. Ketiga elemen tersebut di atas saling terkait satu sama dengan yang lainnya sebagai suatu sistem yang utuh yaitu pariwisata (tourism)

Kebijakan pemerintah yang diatur dan diberlakukan pada UU No. 32 Tahun 2004 yang memberikan kewenangan lebih luas pada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, membawa implikasi semakin besarnya tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki daerah dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di daerah. Dengan adanya UU tersebut pemerintah memiliki keleluasaan untuk mengembangkan obyek wisata dan juga dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pariwisata merupakan industri yang berkembang pesat dan juga prospektif hingga masa depan. Banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata. Terdapat sarana dan prasarana di dalam kepariwisataan. Yang termasuk dalam sarana pariwisata diantaranya biro perjalanan, perusahaan angkutan wisata, perusahaan akomodasi, hotel, restoran, dan objek wisata. Sedangkan yang termasuk dalam prasarana pariwisata diantaranya airport, sea-port, angkutan darat, terminal, stasiun, sistem telekomunikasi, pelayanan kesehatan, dan keamanan. Biro perjalanan wisata merupakan satu bagian pariwisata yang juga sangat berperan penting dalam mendukung kemajuan perkembangan pariwisata yang ada di Negara Indonesia (Yoeti, 1996:197). Adapun tugas dari biro perjalanan wisata yaitu menyusun dan menjual paket wisata luar negeri atas sesuai permintaan, menyediakan fasilitas untuk wisatawan dan mengurus dokumen-dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Biro perjalanan wisata mempunyai andil dalam pariwisata di Indonesia. Pelayanan dari biro perjalanan wisata terhadap wisatawan mempunyai dampak yang sangat besar bagi kepuasan wisatawan. Hal ini berpengaruh pada penilaian masyarakat dan pengguna jasa yang pada akhirnya mendorong tetap terjaganya citra atau nama baik dari perusahaan tersebut bahkan menambah jumlah pelanggan. Salah satu faktor yang penting 4 menjaga reputasi perusahaan adalah mutu pelayanan (Kalebos, 2016 : 408).

Tingkat kunjungan wisatawan adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono ,2012:301). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar (Tjiptono, 2002).

Produk wisata adalah merupakan keseluruhan fasilitas atau pelayanan yang berbentuk nyata atau tidak nyata dan dirasakan atau dinikmati agar suatu kesatuan rangkaian perjalanan dapat memberikan pengalaman yang baik bagi wisatawan. Tetapi di wisata taman bermain banto royo mengalami permasalahan tentang 3A yaitu, Atraksinya yang di rasakan wisatawan kurang terpenuhi, dan segi Akseibilitas yaitu akses jalan yang tidak merata banyak jalan yg rusak untuk perjalanan ke objek wisata taman bermain banto royo, dan dari segi Amenitas terdapat fasilitas yang kurang terjaga kebersihannya seperti danaunnya di karenakan daun-daun sering berjatuhan ke permukaan air itu jadi walaupun sudah di bersihkan tetap saja masih banyak lagi daun-daun itu berjatuhan jadi sulit untuk mengatasinya dan wahana permainan anak-anak kurang memadai.

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menyimpan segudang atraksi wisata. Selain populer dengan makanan yang enak di Bukittinggi, ada banyak tempat wisata Sumatera Barat yang populer.

Bahkan ada sejumlah nama tempat wisata yang popularitasnya menggaung hingga ke seluruh wilayah Nusantara. Tempat-tempat wisata ini biasanya telah menjadi bagian dari destinasi liburan favorit di sebagian layanan paket wisata. Salah satu tujuan kunjungan yang paling banyak diminati oleh wisatawan adalah wisata di sumatra barat objek-objek wisata yang paling di kunjungi wisatawan seperti, jam gadang, pantai carocok painan, masjid raya, istano rajo basa pagaruyung, soul puncak lawang,

kampung eropa harau, pantai gandoriah, air terjun lembah anai, bukit chinangkiek, pantai padang, taman margasatwa dan budaya kinantan.

Agam merupakan salah satu kabupaten di provinsi Sumatera Barat yang dikenal memiliki banyak tempat wisata. Kita dapat menemukan berbagai pilihan tempat wisata di Agam mulai dari tempat wisata alam, tempat wisata sejarah, tempat wisata religi dan objek yang terkenal di Agam adalah, pantai bandar mutiara, air terjun langkuik tamiang, danau maninjau, lawang park, sungai janiah, salah satu destinasi wisata yang cukup terkenal beberapa saat yang lalu yaitu taman bermain banto royo.

Banto Royo merupakan wisata rekreasi air yang menawarkan beragam pemandangan alam yang dapat menyejukan mata. Wisata yang diresmikan oleh bapak Andi Sahrandi yang merupakan Tokoh Nasional asal Kapau pada tanggal 28 Oktober 2018 tersebut beradadi Jorong Kaluang Tapi, Nagari Koto Tengah, Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam. Banto Royo diambil dari sebuah nama tumbuhan yaitu Banto artinya “rumput” sedangkan Royo artinya “bergoyang” jadi arti dari Banto Royo yaitu “rumput yang bergoyang “. Hal ini dimaksudkan karena dulunya lokasi ini merupakan sebuah rawa yang banyak ditumbuhi Rumput Banto. Banto Royo dibangun berdasarkan inisiatif Andi Sahrandi untuk memanfaatkan lahan yang ada menjadi sebuah arena bermain yang mengasyikkan. Banto Royo juga didukung fasilitas wahana bermain seperti Flying Fox dengan luas area 185 meter, Perahu Air, Lapangan Lumpur, Kolam Air, dan juga Sepeda Air. Disamping itu juga ada Musholla untuk beribadah bagi pengunjung. Dan nantinya sebanyak 30% dari hasil penjualan tiket disumbangkan ke masjid dan juga ke tahfidz. Obyek wisata Banto Royo juga menerapkan prinsip – prinsip Agam Madani yang mengedepankan nilai dan norma. Salah satunya yaitu meramaikan masjid dalam shalat lima waktu dan menghidupkan kembali ukhuwah islamiyah dan kehidupan bergotong – royong. Sehingga di tempat wisata ini bahkan memberi himbauan kepada pengunjung untuk melaksanakan shalat saat adzan telah berkumandang. Selain itu, arahan untuk

berjalan tidak boleh memutar di jembatan merupakan penerapan nilai disiplin juga kepada pengunjung. (Nindi, 2023)

Namun pada perkembangannya banto royo terus mengalami penurunan tingkat kunjungan wisatawan.

Observasi awal yang di temukan adalah jembatan yang panjang yang melintasi danau membentuk suatu jaringan terhubung satu sama lain, dan naik kano atau perahu air sangat menyenangkan kita bisa menikmati pengalaman seru dengan mengelilingi danau dengan kano atau perahu lainnya, tetapi banyak lagi wahana yang seru namun tidak aktif lagi seperti flaying fox.

Penulis juga melakukan wawancara awal kepada salah satu pengunjung wisata banto royo yaitu dengan Buk Siti, 2024 bahwasannya wisatawan di banto royo merasa kurang puas dengan fasilitasnya dan makanan yang ada di banto royo, sehingga membuat wisatawan tidak berulang kembali mengunjungi wisata tersebut.

Dari hasil observasi awal bahwasannya produk yang ada di wisata tersebut kurang memadai, apa yang di minta pengunjung kebanyakan tidak ada di sediakan, sehingga membuat pengunjung merasa tidak puas dalam segi penyediaan produknya. adapun data pengunjung sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Terdapat Jumlah Data Pengunjung Objek Wisata
Taman Bermain Banto Royo

No	Tahun	Jumlah wisatawan
1.	2018	100.180
2.	2019	70.234
3.	2020	5.695
4.	2021	28.133
5.	2022	28.989
6.	2023	15.635

Sumber : data dari objek wisata banto royo

Data kunjungan wisatawan di atas di dapat dari pengelola banto royo. Pihak pengelola mengatakan memang tingkat kunjungan terus menurun hal ini bisa jadi disebabkan oleh beberapa faktor di antaranya banyak atraksi yang tidak dipelihara dan bahkan tidak dapat di pelihara lagi.

Dari tabel di atas dapat dilihat kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Taman Bermain Banto royo pada tahun 2018 adalah 100.180, pada tahun 2019 adalah 70.234 orang. Pada tahun 2020 adalah 5.695 orang, karena pada tahun ini adanya pandemi covid-19. Dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan kembali yaitu 28.133 orang, pada tahun 2022 adalah 28.989 orang dan pada tahun 2023 mengalami penurunan yaitu 15.635 orang. Data tersebut menunjukkan tingkat kunjungan ke objek wisata Taman Bermain Bantoroyo dari tahun 2018 sampai 2023 yang terjadi peningkatan dan penurunan jumlah kunjungan ke objek wisata sanggaluri yang dilakukan wisatawan. Data tersebut dapat menjadi catatan bagi pihak pengelola objek wisata meningkatkan kunjungan wisatawan, karena banyaknya objek wisata yang berupaya untuk meningkatkan kualitas pariwisatanya. Oleh karena itu, objek wisata Taman Bermain Bantoroyo harus terus melakukan strategi inovasi, perbaiki fasilitas yang ada, melakukan upaya pengembangan agar meningkatkan daya saing, mempertahankan pariwisatanya, dan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Bedasarkan keterangan pengelola yaitu bapak Zul Adri Aranta mengatakan bahwa awal-awal di bukanya objek ini banyak wisatawan yang tertarik dan bahkan mau berkunjung kembali, tapi dalam perkembangannya semakin menurun tingkat kunjungan

Berdasarkan Uraian diatas maka dapat di tarik kesimpulan awal terdapat masalah mengenai produk wisata di banto royo. Maka penulis tertarik untuk mengangkat judul yakni “ **Analisis produk wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan di objek wisata taman bermain Banto Royo**”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah ini diatas dapat diketahui fokus masalahnya adalah **“menganalisis produk wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan di objek wisata taman bermain Banto Royo”**

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah diatas maka peneliti rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut: bagaimana analisis produk wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan di objek wisata taman bermain Banto Royo yang terus menurun.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut untuk menjelaskan analisis produk wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan di objek wisata taman bermain Banto Royo

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca secara:

a. Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan sumbangan pikiran terhadap ilmu pengetahuan ekonomi mengenai produk wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan di objek wisata taman bermain Banto Royo.

b. Praktis

1) Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada program studi pariwisata Syariah UIN Mahmud Yunus Batusangkar serta menambah pengetahuan peneliti mengenai produk wisata terhadap

tingkat kunjungan wisatawan di objek wisata taman bermain Banto Royo

2) Bagi Tempat Wisata

Dapat dijadikan sebagai sarana atau informasi dalam meningkatkan mutu dan bagi para wisatawan yang datang ke Banto Royo

2. Luaran Penelitian

Adapun luaran penelitian ini agar skripsi ini dapat diterbitkan pada jurnal ilmiah.

F. Definisi Operasional

1. Pariwisata

Pariwisata merupakan satu dari trend industri yang mampu memberikan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup ataupun sektor produksi pariwisata lain di dalam negara penerima wisatawan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat pada kebutuhan rekreasi maka banyak perubahan orientasi.

2. Produk wisata

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan wisatawan yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar (Tjiptono, 2002). Produk wisata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah produk wisata yang ada di banto royo.

3. Tingkat kunjungan wisatawan

Meningkatkan kunjungan wisatawan adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan

dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Objek wisata ini memiliki berbagai macam atraksi wisata namun masih perlu dilakukannya berbagai inovasi dan kreativitas untuk lebih meningkatkan kunjungan wisatatawan (Lina Yulia 2022). Faktor pendorong seorang wisatawan melakukan perjalanan kunjungan wisata adalah :

- a. Adanya waktu libur atau waktu luang yang di berikan oleh perusahaan atau di kantor pemerintah, sesuai dengan peraturan perundangan tentang ketenaga kerjaan.
- b. Adanya sarana dan prasarana yang memadai untuk melakukan kunjungan ke suatu tujuan wisata.
- c. Tingkat pendidikan masyarakat semakin tinggi berpengaruh pada rasa keingintahuan sehingga terjadinya perjalanan wisata. (Muljadi dan Warman 2016:27)

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pariwisata

Suwantoro (2004:3) mendefinisikan istilah pariwisata, yaitu suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha lainnya. Potensi wisata adalah semua obyek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan (Janianto Damanik dan Helmut F.Weber, 2006:11).

Etimologi kata “pariwisata” diidentikkan dengan kata “travel” dalam Bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu Menurut pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Chaerunissa & Yuniningsih, 2020).

Menurut Prayogo (2018) Pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi. Berbagai pengertian pariwisata sangat banyak dijelaskan oleh para ahli-ahli pariwisata, seperti organisasi pariwisata dunia (World

Tourism Organization) yang mengemukakan definisi pariwisata sebagai berikut:

Menurut kamus besar bahasa Indonesia “wisata” adalah yang memiliki kata yang berarti kata kerja, piknik. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, Bab 1 pasal 1 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalananyang dilakukan oleh perorangan atau keluarga atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan. (Hermawan,2005).

“The activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose,” (WTO, 1999:1) Maksud dari definisi pariwisata menurut WTO, adalah pariwisata sebagai kegiatan orang atau sekelompok orang yang bepergian dengan melakukan perjalanan dan menempati sebuah tempat diluar lingkungan biasanya mereka tinggal dengan batas waktu tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk liburan, bisnis, dan tujuan lainnya. Pariwisata adalah suatu jenis perjalanan yang direncanakan dan dilakukan dari satu tempat ke tempat lain secara

individu atau kelompok, dengan tujuan memperoleh beberapa bentuk kepuasan dan kesenangan. (Sinaga, 2010).

Menurut (Cooper C. , 2019) dalam bukunya mengatakan bahwa pariwisata mencakup segala aspek perjalanan, termasuk interaksi dengan budaya, masyarakat, serta dampak ekonomi dan lingkungan yang dihasilkan. Cooper menekankan bahwa pariwisata memiliki dimensi sosial, budaya, dan ekonomi yang beragam, menjadikannya sektor yang dinamis.

Pengertian Pariwisata Sesungguhnya, pariwisata telah lama menjadi perhatian, baik dari segi ekonomi, politik, administrasi kenegaraan, maupun sosiologi, sampai saat ini belum ada kesepakatan secara akademis mengenai apa itu pariwisata. Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dua kata yaitu, “Pari” dan “Wisata”. Pari yang artinya “Berkeliling” atau “Banyak”, sedangkan wisata artinya “Pergi” atau “Bepergian”. Atas dasar itu maka kata Pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “*Tour*”, sedangkan untuk pengertian jamak kata “kepariwisataan” dapat digunakan kata “*Tourisme*” atau “*Tourism*” (Dr. Yoesoep Edhie Rachmad, 2022, hlm 1).

Pariwisata berkelanjutan adalah bentuk pariwisata yang meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan budaya, serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal (Buhalis & Laws, 2010, hlm. 45).

Sedangkan menurut Gamal (2004), pariwisata didefinisikan sebagai bentuk suatu proses kepergian sementara dari seorang, lebih menuju ketempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan yang lain.

Pengertian pariwisata dalam undang-undang RI No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah berbagai macam kegiatan wisata dan

didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah.

Pengertian pariwisata menurut (Mathieson & Wall dalam Pitana dan Gyatri, 2005), bahwa pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di dan juga penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Pengertian Pariwisata menurut (Sora, 2017) adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dari suatu tempat ke tempat lain dengan melakukan perencanaan sebelumnya, tujuannya untuk rekreasi atau untuk suatu kepentingan sehingga keinginannya dapat terpenuhi. Atau pariwisata dapat di artikan juga sebagai suatu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain untuk rekreasi lalu kembali ke tempat semula.

John Urry, seorang sosiolog dan peneliti pariwisata, mengartikan pariwisata sebagai fenomena sosial yang melibatkan pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lain. Menurut Urry, pariwisata bukan hanya tentang pergerakan fisik, tetapi juga tentang pengalaman dan transformasi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari seseorang selama perjalanan. Ia menekankan bahwa pariwisata menciptakan dinamika sosial dan budaya yang unik, menciptakan pertemuan dan interaksi antara wisatawan dan tuan rumah, serta mendorong perubahan dalam konsep waktu dan ruang.

Urry berpendapat bahwa pariwisata bukan hanya tentang tempat yang dikunjungi, tetapi juga tentang proses perjalanan itu sendiri dan bagaimana pengalaman tersebut membentuk identitas dan pemahaman individu terhadap dunia. Pengertian pariwisata menurut (A.J Burkat dalam Damanik, 2006) pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan. Maksud dari definisi pariwisata menurut (WTO sinaga, 2010), adalah pariwisata sebagai kegiatan orang atau sekelompok

orang yang bepergian dengan melakukan perjalanan dan menempati sebuah tempat diluar lingkungan biasanya mereka tinggal dengan batas waktu tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk liburan, bisnis, dan tujuan lainnya. Pariwisata adalah suatu jenis perjalanan yang direncanakan dan dilakukan dari satu tempat ke tempat lain secara individu atau kelompok, dengan tujuan memperoleh beberapa bentuk kepuasan dan kesenangan.

Dengan demikian penulis menyimpulkan bahwa Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga persiapan yang dilakukan suatu tempat tertentu sesuai keinginan, yakni diluar lingkungan daerah biasanya namun hanya sementara waktu saja.

Dalam kegiatan wisata secara langsung tentunya telah disediakan berbagai fasilitas, sarana dan prasarana yang dapat memenuhi kebutuhan dalam berwisata.

2. Jenis-jenis Wisata

Jenis pariwisata dapat dibagi berdasarkan objek dan daya tariknya. Menurut Pendit dalam Marsono (2018) menyatakan bahwa jenis pariwisata dapat dibagi menjadi 3 yaitu pariwisata alam, budaya, dan minat khusus. Pariwisata alam adalah jenis pariwisata yang mendasarkan objek dan daya tariknya pada keindahan alam (Pendit dalam Marsono, 2018). Pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang mendasarkan objek dan daya tariknya ada keindahan hasil budaya (Pendit dalam Marsono, 2018). Pariwisata minat khusus adalah jenis pariwisata yang mendasarkan objek dan daya tariknya pada minat khusus (Pendit dalam Marsono, 2018). Menurut Pendit dalam Utama (2017) pariwisata juga dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat.

Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut:

a. Wisata Budaya.

Yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau keluar negeri untuk

mengetahui keadaan masyarakat di suatu daerah, mengetahui kebiasaan atau adat istiadat, cara hidup, serta mempelajari budaya dan keseniannya

b. Wisata Buatan.

Wisata buatan merupakan jenis pariwisata yang melibatkan objek wisata buatan manusia, seperti bangunan, taman rekreasi, dan atraksi yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Objek wisata buatan ini dapat mencakup fasilitas yang menunjang aktivitas wisatawan, seperti tempat istirahat, atraksi, dan fasilitas rekreasi. Daya tarik wisata buatan manusia ini dapat berasal dari kegiatan manusia yang diluar, dari kegiatan wisata alam dan wisata budaya, dan dapat menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Menurut Utama dan I Wayan (2018), daya tarik wisata buatan manusia dapat berupa keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik, seperti bangunan bersejarah, seni, dan kerajinan. Selain itu, potensi daya tarik wisata buatan manusia dapat diartikan sebagai segala sumber daya alam dan buatan manusia yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata 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. Dengan demikian, wisata buatan merupakan bagian penting dari industri pariwisata yang menawarkan pengalaman unik dan menarik bagi wisatawan, baik melalui atraksi buatan manusia maupun fasilitas rekreasi yang disediakan.

c. Wisata Cagar Alam.

Yaitu wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat seperti cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan.

d. Wisata Buatan.

e. Wisata Religius

Adalah wisata yang bersifat religi, keagamaan dan ketuhanan.

f. Wisata Olahraga

Yaitu wisata yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk berolahraga atau kegiatan aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat. Jika disimpulkan, pariwisata dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu wisata alam, wisata buatan manusia, wisata minat khusus, dan wisata menurut motif wisatawan untuk berwisata.

3. Wisata

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Bab 1 Pasal 1 dinyatakan bahwa wisata adalah : “Kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara”.

Adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara objek wisata merupakan tempat yang menjadi pusat daya tarik dan dapat memberikan kepuasan khususnya pengunjung (Harahap, 2018)

menurut Ismayanti dalam Pranata (2012) jenis wisata dibagi menjadi beberapa jenis yakni sebagai berikut:

a. Wisata Kuliner

Wisata ini semata-mata bukan hanya untuk mengenyangkan dan memanjakan perut dengan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, tetapi juga mendapatkan pengalaman yang menarik juga menjadi motivasinya.

b. Wisata olahraga

Wisata ini memadukan kegiatan olahraga dengan kegiatan wisata. Kegiatan dalam wisata ini dapat berupa kegiatan olahraga yang aktif

mengharuskan wisatawan melakukan gerakan olah tubuh secara langsung. Kegiatan yang lain disebut kegiatan pasif. Dimana wisatawan tidak melakukan gerak olah tubuh, tetapi menjadi penikmat dan menjadi pecinta olahraga saja.

c. Wisata komersial

Wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi pameranpameran dan pekan raya yang bersifat komersial seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.

d. Wisata bahari

Pejalanan yang banyak dikaitkan dengan olahraga air seperti danau, pantai, air laut.

e. Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan mahasiswa atau pelajar, orang-orang awam kesuatu tempat perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan penelitian.

f. Wisata Bulan Madu

Suatu perjalanan yang dilakukan bagi pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan.

4. Objek Wisata

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan wisatawan yang memiliki sumber daya alam dan buatan yang menarik, seperti pemandangan alam atau pegunungan, hewan dan tumbuhan pantai, kebun binatang, bangunan sejarah kuno, monumen, candi-candi, tarian, pemandangan dan budaya unik lainnya (Adisasmita, 2010).

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan pengunjung karena mempunyai sumberdaya, baik alami maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monumenmonumen, candi-candi, tari-tarian, atraksi dan kebudayaan khas lainnya (Ananto, 2018).

Sementara itu Ridwan (2012:5) memberikan gambaran bahwa objek wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut Marpaung (2002: 78), obyek dan daya tarik wisata adalah pembentukan kegiatan dan fasilitas terkait, yang mungkin menarik minat wisatawan atau pengunjung datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Objek wisata adalah sumber daya permanen, baik alam maupun buatan manusia, yang dikembangkan dan dikelola dengan tujuan utama untuk menarik pengunjung Hu, W., & Wall, G. (2005). Jelas definisi ini mengecualikan atraksi sementara seperti acara dan festival. Selain itu, atraksi seperti taman nasional dan gereja, yang dikelola terutama untuk tujuan pelestarian atau keagamaan, tidak termasuk. Definisi tersebut juga mengakui bahwa atraksi adalah entitas ekonomi yang memperoleh pendapatan dari pengunjung melalui biaya masuk dan / atau aktivitas lain seperti sumbangan atau penjualan produk dan layanan terkait. Singkatnya Objek wisata adalah tempat yang dikunjungi dengan segala macam keindahannya, bisa menjadi tempat aktivitas pariwisata, tempat untuk bersenang-senang cukup lama untuk memperoleh kepuasan di tempat wisata, pelayanan berkualitas dan kenangan indah dalam perjalanan wisata.

Menurut Siregar (2017) objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata, objek wisata sangat erat hubungannya dengan daya tarik wisata. Daerah yang merupakan objek wisata harus memiliki keunikan yang menjadi sasaran utama apabila berkunjung ke daerah wisata tersebut. Keunikan suatu daerah wisata dapat dilihat dari budaya setempat, alam dan flora fauna, kemajuan teknologi dan unsur spiritual. Kualitas objek wisata tidak hanya dapat dinilai dari kondisi objek wisata itu sendiri, namun dilihat juga dari fasilitas, pelayanan, jasa, pemasaran, dan aksesibilitas yang mendukung objek wisata tersebut. Penilaian pengunjung terhadap objek wisata yang ada dapat digunakan sebagai

acuan untuk pengembangan objek wisata dimasa yang akan datang. Dalam pengembangan pariwisata hendaknya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengunjung agar pengunjung merasa puas dengan apa yang diberikan dan membuat pengunjung lebih lama bertahan ditempat tersebut dan juga ingin berkunjung kembali ke tempat tersebut (Murti, 2013).

5. Pengertian Wisatawan

Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda, miskin-kaya, asingnusantara, semuanya mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda. Jika ditinjau dari arti kata “wisatawan” yang berasal dari kata “tourist” dalam bahasa Inggris. Kata itu berasal dari bahasa Sanskerta “wisata” yang berarti “perjalanan” yang sama atau dapat disamakan dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris. Jadi orang yang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata “traveler” karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran “wan” untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keandalannya, jabatannya dan kedudukan seseorang.

Wisatawan domestik adalah wisatawan yang berasal dari dalam negeri yaitu seorang warga Negara suatu Negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya. Wisatawan mancanegara adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu Negara lain yang bukan merupakan Negara dimana orang tersebut tinggal. Wisatawan yang berkunjung ke objek wisata telabang sakti berasal dari dalam negeri atau wisatawan domestik, yaitu wisatawan yang berasal dari daerah terdekat objek wisata telabang sakti. Menurut WTO (2009), membagi wisatawan kedalam tiga bagian yaitu:

- a. Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu Negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjunginya.

- b. Wisatawan adalah setiap orang bertempat tinggal disuatu Negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada Negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam.
- c. Darmawisata atau excursionist adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

Dalam buku dasar-dasar kepariwisataan, pengertian wisatawan adalah orang atau kelompok orang yang melakukan perjalanan wisata disebut wisata (wisatawan), jika lama tinggal sekurang-kurangnya 24 jam didaerah atau di Negara yang dikunjungi. Jika mereka tinggal di wilayah atau Negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam maka mereka disebut peloncong (excursionist). Adapu jenis-jenis wisatawan sebagai berikut:

- a. Foreign Tourist

Foreign Tourist atau wisatawan asing. Wisatawan jenis ini sering jug disebut sebagai wisatawan manca Negara. Wisatawan asing akan melakukan perjalanan wisata ke Negara lain yang bukan merupakan Negara dimana biasanya dia tinggal. Jadi wisatawan asing adalah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata dengan memasuki kawasan wilayah Negara lain.

- b. Domestic Foreign Tourist

Wisatawan jenis ini berarti orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal di suatu Negara karena tugas dan melakukan perjalan wisata diwilayah Negara yang sedang ia tinggali

- c. Indigenous Foreign Tourist

Wisatwan jenis ini merupakan warga neraga yang karena tugasnya atau jabatannya berada diluar negeri kemudian kembali kenegara asalnya untuk melakukan perjalanan wisata di wilayah Negeranya sendiri.

- d. Domestic Tourist

Merupakan seorangwarga Negara yang tengah melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan Negara lain. Jadi, wisatwan jenis ini melakukan perjalanan wisata kesuatu destinasi yang masih berada di wilayah administrasi Negara tempat ia tinggal.

e. Transit Tourist

Wisatawan yang tengah melakukan perjalanan kesuatu Negara tertentu tetapi terpaksa singgah di pealabuhan, bandara, stasiun, juga terminal tetapi bukan atas kemauannya sendiri.

Menurut Swarbrooke dan Horner (Ismayanti, 2010 : 3) mengidentifikasi empat jenis wisatawan yaitu:

- a. Wisatawan Massal kelompok atau *Organized Mass Tourist*
- b. Wisatawan Massal Individu atau *Individual Mass Tourist*
- c. Penjelajah atau *Explorer*
- d. Petualang atau *Drifter*

Dalam rangka pengembangan dan pembinaan kepariwisataan di Indonesia, pemerintah telah pula merumuskan batasan tentang wisatawan, seperti yang dituangkan dalam instruksi Presiden No. 9 Tahun 1969 yang memberikan definisi sebagai berikut: “Wisatawan (*tourist*) adalah setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungannya itu”.

Penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Swarbrooke dan Horner (Ismayanti, 2010 : 3) mengidentifikasi empat jenis wisatawan yaitu: Wisatawan Massal kelompok atau *Organized Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang melakukan kegiatan wisata secara kelompok atau bersama-sama. Wisatawan Massal Individu atau *Individual Mass Tourist*, yaitu Wisatawan yang melakukan kegiatan wisata secara pribadi, atau sendiri.

Jadi dari berbagai pendapat para ahli mengenai wisatawan diatas dapat penulis simpulkan bahwasanya wisatawan adalah aktor atau orang yang melakukan kegiatan wisata, karena tujuan dari didirikannya sebuah tempat wisata adalah untuk dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik, dan wisatawan yang datang mengunjungi objek wisata Banto Royo adalah jenis wisatawan kelompok dan wisatawan individu.

6. Minat Wisatawan

Minat menurut Crow dan Crow (1989) dapat dipahami untuk menunjukkan kekuatan motif yang menyebabkan seseorang memberikan perhatian kepada orang, benda, atau aktifitas tertentu. Minat menggambarkan alasan-alasan mengapa seseorang lebih tertarik kepada benda, orang atau aktifitas tertentu dibandingkan dengan yang lain. Minat juga dapat membantu seseorang untuk memutuskan apakah ia akan melaksanakan aktifitas yang akan ia lakukan. Minat merupakan pernyataan yang belum dapat diamati secara langsung, yang dapat diamati adalah dinamikanya atau manifestasinya dalam perbuatan atau tingkah laku seseorang.

Dari berbagai pendapat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa minat merupakan aspek psikis yang berperan sangat dominan dalam menimbulkan tingkah laku. Minat merupakan rasa ketertarikan pada suatu objek karena didasari oleh rasa suka sehingga timbul perhatian yang mengakibatkan ingin terlibat dengan objek tersebut sekaligus menjadi pendorong yang kuat untuk berhubungan lebih dekat, aktif dan mendalam secara wajar, spontan dan selektif. Di dalam minat terdapat dua unsur penting yaitu motif dan perhatian.

Motif merupakan daya gerak meliputi dorongan dan kemauan yang timbul dari dalam diri seseorang yang menyebabkan ia berbuat sesuatu yang berhubungan dengan minatnya. Sedangkan perhatian merupakan pemusatan kesadaran pada suatu objek. Minat timbul dan meningkat

setelah individu mendapatkan informasi mengenai suatu objek, oleh karena itu objek minat umumnya berkisar pada hal – hal yang sudah dikenali sebelumnya. Semakin berminat individu terhadap suatu objek maka semakin aktif ia terlibat di dalam objek tersebut.

Aspek-aspek Minat Pintrich dan Schunk (1996) menyebutkan aspek – aspek minat adalah sebagai berikut:

- a. Sikap umum terhadap aktivitas (*general attitude toward the activity*), sikap umum disini maksudnya adalah sikap yang dimiliki oleh individu, yaitu perasaan suka atau tidak suka terhadap aktivitas.
- b. Pilihan spesifik untuk menyukai aktifitas (*specific preference for or linking the activity*). Individu akan memutuskan pilihannya untuk menyukai aktivitas tersebut.
- c. Merasa senang dengan aktivitas (*enjoyment of the activity*), yaitu perasaan senang individu terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan aktivitasnya.
- d. Aktivitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu (*personal importance or significance of the activity to the individual*). Individu merasa bahwa aktivitas yang dilakukan sangat berarti.
- e. Adanya minat intrinsik dalam isi aktivitas (*intrinsic interest in the content of activity*). Dalam aktivitas tersebut terdapat perasaan yang menyenangkan.
- f. Berpartisipasi dalam aktivitas (*reported choice of or participation in the activity*). Individu akan berpartisipasi dalam aktivitas itu karena menyukainya.

Selanjutnya Crow dan Crow menyatakan ada 3 faktor yang mempengaruhi minat, yaitu;

- a. Faktor dorongan atau keinginan dari dalam (*inner urges*), yaitu dorongan atau keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang terhadap sesuatu akan menimbulkan minat tertentu. Termasuk di dalamnya berkaitan dengan faktor-faktor biologis yaitu

faktor-faktor yang berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan fisik yang mendasar.

- b. Faktor motif sosial (*social motive*), yaitu motif yang dikarenakan adanya hasrat yang berhubungan dengan faktor dari diri seseorang sehingga menimbulkan minat tertentu. Faktor ini menimbulkan seseorang menaruh minat terhadap suatu aktifitas agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungan termasuk di dalamnya faktor status sosial, harga diri, prestise dan sebagainya.
- c. Faktor emosional (*emotional motive*), yaitu motif yang berkaitan dengan perasaan dan emosi yang berupa dorongan-dorongan, motif-motif, respon-respon emosional dan pengalaman-pengalaman yang diperoleh individu.

Minat wisatawan merupakan ketertarikan seseorang dari orang-orang yang ingin melakukan suatu perjalanan untuk mengetahui sesuatu yang unik di suatu daerah. Biasanya orang-orang yang melakukan perjalanan dinamakan tourist. Minat seorang wisatawan adalah adanya minat khusus. Namun dunia pariwisata mengidentifikasi bahwa adanya minat khusus wisatawan dikarenakan adanya suatu keunikan (Fandeli, 1995). Minat wisatawan biasanya dipandang sebagai suatu kebutuhan, dan wisatawan dipandang sebagai konsumen.

Untuk itu, adanya minat wisatawan maka ada pula pengembangan atas suatu obyek daya tarik dari pariwisata adalah kategori atraksi wisata. Wisata minat khusus adalah suatu bentuk perjalanan wisata dimana wisatawan mengunjungi suatu tempat, karena memiliki minat atau tujuan khusus mengenai suatu jenis obyek atau kegiatan yang dapat ditemui atau dilakukan di lokasi atau daerah tujuan wisata tersebut (Read, 1980, Hall dan Weiler, 1992 dalam anonym, 1995).

Secara umum potensi obyek dan daya tarik wisata yang menjadi basis bagi pengembangan minat khusus dapat berupa (anonym, 1995) :

- a. Aspek-aspek alam seperti flora, fauna, fisik geologi, vulkanologi, hidrologi, hutan alam, atau taman nasional maupun kelautan. Atraksi ini kemudian dikemas dalam bentuk wisata arung jeram, penjelajah hutan, pengamatan burung, scuba diving, penjelajahan gua-gua alam, berselancar, menyelam, dan sebagainya.
- b. Wisatawan akan terlihat secara fisik, mental, dan emosional terhadap yang dikunjungi tersebut. Obyek dan daya tarik wisata budaya meliputi budaya peninggalan sejarah, dan budaya kehidupan masyarakat. Atraksi budaya dikemas dalam bentuk wisata budaya peninggalan sejarah, wisata pedesaan, wisata budaya eksotik, dan sebagainya. Wisatawan akan berinteraksi langsung dalam kehidupan budaya masyarakat.
- c. Obyek rekreasi buatan, yang paling dominan adalah wisata petualangan, terutama yang berbasis pada potensi obyek dan daya tarik wisata alam

Gamal Suwanto (2004) menjelaskan beberapa motif alasan banyaknya wisatawan datang berkunjung sebagai berikut :

- a. Dorongan kebutuhan untuk berlibur dan berekreasi
- b. Dorongan kebutuhan pendidikan dan penelitian
- c. Dorongan kebutuhan keagamaan
- d. Dorongan kebutuhan kesehatan
- e. Dorongan atas minat terhadap kebudayaan dan kesenian
- f. Dorongan kepentingan keamanan
- g. Dorongan kepentingan hubungan keluarga
- h. Dorongan Kepentingan politik

Dari definisi-definisi minat di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa minat wisatawan adalah motivasi atau faktor yang menjadi pendorong seseorang melakukan perjalanan wisata ke suatu obyek

wisata yang menurutnya akan memberikan rasa suka, senang, gembira dan puas.

Dari berbagai motif melatar belakangi seseorang datang berkunjung maka ini bisa menjadi sebuah referensi bagi obyek dan para pelaku bisnis pariwisata agar bisa memenuhi akan kebutuhan, minat dan kepentingan dari seseorang yang sedang berkunjung.

Jadi dari pengertian minat wisatawan dari para ahli, Dapat penulis simpulkan bahwasanya Minat wisatawan merupakan ketertarikan seseorang yang ingin melakukan kegiatan wisata karena timbulnya rasa ingin melihat, mengetahui, merasakan sebuah keunikan atau daya tarik yang dimiliki oleh sebuah tempat wisata. Hubungan minat wisatawan dengan penelitian yang sedang peneliti teliti adalah pengelola objek wisata perlu mengetahui bagaimana macam-macam minat wisatawan tersebut yang akan berkunjung. Seperti dorongan kepentingan liburan dan kepentingan hubungan keluarga, mereka mengunjungi objek wisata karena tempat wisata cocok untuk mengadakan acara keluarga.

7. Tingkat Kunjungan

Pengunjung merupakan elemen utama yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam perkembangan kegiatan pariwisata, pelancong, pemudik atau traveler. Menurut (Kotler dan Keller, 2010) menyatakan bahwa pengunjung adalah siapapun yang melakukan perjalanan ke daerah lain di luar dari lingkungan kesehariannya dalam jangka waktu tidak lebih dari 12 bulan berturut-turut dan tujuan perjalanan tidak untuk mencari nafkah di daerah tersebut.

Keberhasilan dalam pengelolaan objek wisata dapat dilihat dari jumlah kedatangan wisatawan, jumlah tingkat kunjungan wisatawan yang datang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya (Kotler dan Keller, 2010):

- a. Faktor Pelayanan yaitu pernyataan wisatawan tentang sikap dan perilaku dalam memberikan jasa pelayanan, pemanduan, dan informasi kepada wisatawan.
- b. Faktor sarana prasarana yaitu pernyataan wisatawan tentang fasilitas yang mendukung kelancaran aktivitas wisatawan selama berada di daerah/ lokasi objek wisata.
- c. Faktor Keamanan, yaitu tingkat gangguan/kerawanan keamanan di suatu objek wisata akan mempengaruhi ketenangan dan kenyamanan wisatawan selama berada di objek wisata tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional dari seseorang yang muncul dari evaluasi pengalaman pelanggan dalam mengonsumsi suatu produk atau jasa (Windasuri dan Hyacintha, 2016:64). Jika yang diterima sesuai harapan atau melebihi harapan dari wisatawan maka akan menciptakan kepuasan di benak wisatawan, namun sebaliknya jika di bawah harapan maka tidak akan tercipta kepuasan.

Kepuasan wisatawan harus diciptakan di benak wisatawan untuk kebaikan dari tempat wisata. Pengelola tempat wisata memiliki kewajiban untuk memberikan sesuatu sesuai harapan dari para wisatawan. Kepuasan di benak wisatawan akan memberi dampak baik bagi tempat wisata yaitu kunjungan ulang dan rekomendasi kepada pihak lain.

Keinginan berkunjung kembali dapat dirasakan dan dilakukan oleh wisatawan jika merasa puas akan kunjungan sebelumnya. Perasaan tersebut dapat muncul dari berbagai aspek. Pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai, harga tiket yang terjangkau, dan lain-lain dapat menjadi landasan bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Berkenaan dengan hal tersebut hendaknya pengelola tempat wisata dapat mewujudkan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan wisatawan supaya niat berkunjung kembali tersebut dapat terulang bahkan tidak hanya sekali namun dapat dilakukan berkali-kali (Denok Wahyudi Setyo Rahayu, dan Aqnes Dwi Sakti Hamidah, 2023).

Minat berkunjung merupakan bentuk atau ekspresi ketertarikan terhadap perilaku. Simamora (2012) berpendapat bahwa minat perilaku adalah kecenderungan respons implisit (sikap mendahului perilaku). Minat kunjungan mengacu pada calon konsumen (wisatawan) yang pernah berkunjung, belum pernah berkunjung, dan sedang mempertimbangkan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata tertentu. Minat merupakan daya penggerak yang menyebabkan seorang wisatawan menaruh perhatian terhadap suatu obyek. Apabila suatu produk wisata semakin sedikit menarik para wisatawan, berarti daya tariknya mulai berkurang dan perlu ditingkatkan (Soekardijo, 2000: 219).

Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di objek wisata Taman Bermain Banto Royo maka perlu melakukan inovasi atraksi wisata yang ada. Namun masih ada kendala dalam perencanaan tersebut terkait dengan kurangnya produk wisata yang berupa atraksi sosial dan budaya. Dari segi atraksi alam yaitu mempunyai pemandangan alam yang indah, adanya bebatuan, adanya genangan, adanya berbagai jenis anggrek yang beragam warna. Dari segi membangun atraksi adanya bangunan yang berunsuran adat budaya minangkabau dan bangunan yang memiliki unsur seni di dalamnya seperti : Gerbang jembatan panjang, gerobak kayu, lesung kayu, dan lainnya.

Objek wisata ini memiliki berbagai macam atraksi wisata namun masih perlu dilakukannya berbagai inovasi dan kreativitas untuk lebih meningkatkan kunjungan wisatawan (Lina Yulia 2022). Faktor pendorong seorang wisatawan melakukan perjalanan kunjungan wisata adalah :

- d. Adanya waktu libur atau waktu luang yang di berikan oleh perusahaan atau di kantor pemerintah, sesuai dengan peraturan perundangan tentang ketenaga kerjaan.
- e. Adanya sarana dan prasarana yang memadai untuk melakukan kunjungan ke suatu tujuan wisata.

- f. Tingkat pendidikan masyarakat semakin tinggi berpengaruh pada rasa keingintahuan sehingga terjadinya perjalanan wisata. (Muljadi dan Warman 2016:27)

8. Produk Wisata

Produk dalam industri pariwisata merupakan suatu produk yang disebut dengan produk line dalam arti bahwa penggunaannya dilakukan pada waktu bersamaan (Yoeti, 2013). Produk wisata merupakan keseluruhan fasilitas atau pelayanan yang berbentuk nyata atau tidak nyata disediakan bagi wisatawan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati agar suatu kesatuan rangkaian perjalanan dapat memberikan pengalaman yang baik bagi wisatawan semenjak meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilih hingga kembali ketempat asalnya (Octaviany, 2016).

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Ini mencakup objek fisik, layanan, tempat, organisasi, dan gagasan (Kotler, 2009:304). —Produk dalam industri pariwisata merupakan suatu produk yang disebut dengan produk line dalam arti bahwa penggunaannya dilakukan pada waktu bersamaan (Yoeti,2013).

Produk wisata merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh destinasi wisata kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka selama berwisata. Produk ini tidak hanya mencakup objek wisata itu sendiri, tetapi juga mencakup layanan pendukung lainnya seperti transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, serta berbagai fasilitas yang mendukung pengalaman wisatawan. Kotler, Bowen, dan Makens (2017) dalam buku *Marketing for Hospitality and Tourism* menyatakan bahwa produk wisata adalah kombinasi dari berbagai elemen yang

dirancang untuk memberikan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan. Produk wisata memiliki sifat yang unik karena terdiri dari komponen yang tidak dapat dipisahkan, seperti daya tarik wisata, fasilitas pendukung, dan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan.

Sedangkan produk wisata merupakan susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari obyek wisata, atraksi wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan dimana tiap unsur dipersepsikan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah (Yoeti, 2002). Sedangkan menurut Zakia (2016) produk wisata merupakan produk line, yaitu produk yang penggunaannya dilakukan pada waktu yang bersamaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk wisata merupakan suatu susunan produk yang terdiri dari objek dan daya tarik wisata, transportasi dan produk wisata yang disediakan kepada konsumen.

Produk wisata merupakan keseluruhan fasilitas atau pelayanan yang berbentuk nyata atau tidak nyata disediakan bagi wisatawan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati agar suatu kesatuan rangkaian perjalanan dapat memberikan pengalaman yang baik bagi wisatawan semenjak meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilih hingga kembali ketempat asalnya (Muljadi, 2009; Octaviany, 2016). Sedangkan menurut Suswanto (2012) dalam Sutrisno (2013) menjelaskan produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali ke rumah di mana ia berangkat semula. Lalu Ciri-ciri produk wisata diuraikan oleh Gamal Suwanto dalam Dasar-Dasar Pariwisata (2004:48) yaitu:

1. Hasil atau produk wisata tidak dapat dipindahkan. Karena itu dalam penjualannya tidak mungkin produk itu dibawa kepada konsumen. Sebaliknya, konsumen (wisatawan) yang harus dibawa ketempat dimana produk itu dihasilkan. Hal ini berlainan dengan industri barang dimana hasil atau produknya dapat dipindahkan kemana barang

tersebut diperlukan oleh konsumen.

2. Produksi dan konsumsi terjadi pada tempat dan saat yang sama. Tanpa adanya konsumen yang membeli produk atau jasa maka tidak akan terjadi proses produksi.
3. Produk wisata tidak menggunakan standar ukuran fisik tetapi menggunakan standar pelayanan yang didasarkan atas suatu kriteria tertentu.
4. Konsumen tidak dapat mencicipi atau mencoba contoh produk itu sebelumnya, bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya.
5. Hasil atau produk wisata itu banyak tergantung pada tenaga manusia dan hanya sedikit yang mempergunakan mesin
6. Produk wisata merupakan usaha yang mengandung resiko besar.

Pengelolaan produk wisata sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan. Kotler et al. (2017) menyatakan bahwa pengelolaan produk wisata melibatkan proses perencanaan, pengembangan, dan pemasaran produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Proses ini mencakup riset pasar, desain produk, serta pengembangan dan peningkatan kualitas produk wisata.

Adapun dimensi produk wisata sebagai alat ukur menurut Muljadi (2012), yaitu atraksi wisata, fasilitas dan amenitas, serta aksesibilitas. Dimensi ini juga senada dengan yang digunakan oleh Dani & Thamrin, (2019). Ini menggunakan dimensi sebagai berikut. (1) Atraksi wisata, merupakan potensi yang dimiliki yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. (2) Fasilitas dan amenitas, yaitu berbagai fasilitas yang dapat menunjang satu dengan yang lain yang dapat memberikan kenyamanan serta kepuasan bagi para wisatawan selama melakukan perjalanan wisata. (3) Aksesibilitas, yaitu kemudahan seorang wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata melalui media transportasi (Dani & Thamrin, 2019;).

Menurut Suwanto (2009) indikator atribut produk wisata terdiri

dari Wahana Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas. Ketiga aspek tersebut harus dapat dikemas sedemikian rupa sehingga dapat menjadi lebih menarik dan memberikan kenyamanan bagi calon wisatawan (Muljadi, 2012). Wahana yang menarik yang disediakan pihak pengelola objek wisata dalam hal ini menjadi salah satu pendongkrak kepuasan dan minat pengunjung untuk datang kembali ke objek wisata tersebut. Selain wahana wisata, fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung (Tjiptono, 2012)

Pike (2016) dalam bukunya *Destination Marketing and Management* mengemukakan bahwa produk wisata dapat dibagi menjadi tiga jenis utama, yaitu produk wisata alam, budaya, dan buatan. Produk wisata alam meliputi destinasi seperti pantai, gunung, dan taman nasional yang menawarkan pengalaman alam. Produk wisata budaya, di sisi lain, berfokus pada kekayaan budaya suatu daerah, seperti situs sejarah dan festival budaya. Sedangkan produk wisata buatan mencakup atraksi yang dibangun oleh manusia, seperti taman hiburan dan pusat perbelanjaan.

Menurut Mowen dan Minor (2012), produk wisata memiliki karakteristik yang membedakannya dengan produk lainnya. Karakteristik utama produk wisata adalah intangibilitas, perishability, dan heterogenitas. Intangibilitas berarti produk wisata tidak dapat dilihat atau diraba sebelum dikonsumsi, sehingga keputusan untuk membeli seringkali bergantung pada pengalaman dan persepsi sebelumnya. Perishability mengacu pada fakta bahwa produk wisata tidak dapat disimpan untuk digunakan di masa depan, seperti tiket pesawat atau kamar hotel yang hanya dapat digunakan pada waktu tertentu. Heterogenitas berarti setiap pengalaman wisata dapat berbeda bagi setiap individu, tergantung pada berbagai faktor seperti cuaca, kondisi layanan, dan interaksi dengan budaya lokal.

Dimensi Produk Wisata menurut Dr. Diane Tangian dan Hendry M.E Kumaat pada bukunya yang berjudul Pengantar Pariwisata,(2020) dapat ditinjau dengan konsep 3 plus yaitu terdiri dari :

- a. Daya tarik wisata (Attractions),
- b. Fasilitas dan pelayanan wisata (Amenities)
- c. Kemudahan untuk mencapai destinasi wisata(Accessibility)

Menurut Prianto & Listyorini (2015) dalam hal ini pihak pengelola harus memberikan pelayanan agar dapat dirasakan atau dinikmati oleh wisatawan sehingga menciptakan keputusan berkunjung yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Daya tarik wisata dan fasilitas wisata juga telah terbukti menjadi faktor utama yang sangat menentukan dalam membentuk pengalaman wisatawan yang memuaskan didestinasinya alam atau ekowisata (Hermawan,H., Wijayanti,A., & Nugroho, D. S,2019).

Produk wisata dapat mempengaruhi keputusan wisatawan dalam mengunjungi suatu objek wisata. Faktor vital yang menjadi dasar pengambilan keputusan wisatawan berkunjung adalah atribut produk wisata (Suwanto, 2009).

B. Kajian Penelitian Relevan

Berdasarkan penelusuran kajian pustaka yang penulis lakukan, berikut terdapat beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan yang penulis angkat dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk menghindari plagiasi dan tidak ada kesamaan pada penelitian yang lain. Maka dari itu perlu penjelasan mengenai penelitian terdahulu.

Tabel 2.1
Penelitian Relevan

N o.	Nama dan Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	Fatmawati	Jenis atau	Hasil penelitiannya

	<p>Kalebos(2016) dalam jurnal yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan”</p>	<p>metode penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif (Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, 2010).</p>	<p>menunjukkan Kualitas pelayanan, kualitas produk wisata, serta obyek dan daya tarik wisata alam secara simultan atau serentak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata di Kabupaten Kepulauan Sitaro. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata di Kabupaten Kepulauan Sitaro.</p>
2.	<p>Lina Yulia Putri (2022) " Strategi Inovasi Atraksi Wisata Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Taman Bermain Banto Royo"</p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.</p>	<p>Dari hasil penelitian strategi inovasi atraksi wisata yang diberikan kepada pihak pengelola objek wisata agar dijadikan sebagai bahan dasar pengetahuan untuk melakukan suatu inovasi terhadap atraksi wisata yang akan dilakukan kedepannya agar mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan lebih banyak lagi ke objek wisata ini.</p>

3.	<p>Ferdy Adrian Pratama (2022) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Bermain Banto Royo Pada Masa New Normal"</p>	<p>Berdasarkan latar belakang dan rumusan pertanyaan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang mempertanyakan tentang kaitan antara dua variabel atau lebih, Sugiyonos(2013:57).</p>	<p>1. Uji koefisien determinasi Berdasarkan hasil uji koefisien, determinasi, kualitas pelayanan (daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan) memberikan sumbangan pengaruh terhadap kepuasan pengunjung Taman Bermain Banto Royo sebesar 75.9%, sedangkan sisanya 24.1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian</p> <p>2. Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa Variabel Daya Tanggap, Jaminan, Bukti Fisik, Empati dan Kehandalan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung.</p>
4.	<p>Erry Sunarya, Asep M. Ramdan, Dan Indri Safitri (2020) " Peran Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan</p>	<p>Metode penelitian adalah kuantitatif dengan metode asosiatif</p>	<p>Produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berpengaruh positif artinya jika variabel produk wisata mengalami</p>

	Berkunjung Wisatawan"	<p>peningkatan, maka akan menyebabkan peningkatan pula pada keputusan berkunjung. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis H1 diterima. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian (Elmas, 2019) bahwa produk wisata berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Selain itu sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan & Susanta, 2016) bahwa produk wisata memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata pantai klaya. Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berpengaruh positif artinya jika variabel citra destinasi mengalami peningkatan, maka akan menyebabkan peningkatan pula pada keputusan berkunjung.</p>
--	--------------------------	---

			Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis H2 diterima.
5.	Rofina Fitria Malisti1), Paring Wahyudi dan Sri Hastari (2019) "Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pemandian Wisata Alam Banyubiru"	Populsi dan Sampel	1. Pengaruh Atribut Produk Wisata Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Atribut produk wisata daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata pemandian alam Banyubiru. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan nilai thitung > ttabel ($5.688 > 1.66$) dengan nilai signifikansi < 0.1 yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan atribut produk wisata daya tarik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung dapat diterima. Pada setiap daerah wisata memiliki daya tarik yang berbeda-beda, oleh sebab itu semakin besar daya tarik yang diberikan maka semakin besar pula keputusan pengunjung

			<p>untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata.</p> <p>2. Pengaruh Atribut Produk Wisata Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung</p> <p>Atribut produk wisata fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata pemandian alam Banyubiru. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan nilai thitung $>$ ttabel ($4.254 > 1.66$) dengan nilai signifikansi $<$ 0.1 yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan atribut produk wisata fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung dapat diterima. Fasilitas merupakan salah satu hal penting dalam menetapkan keputusan berkunjung karena mayoritas pengunjung cenderung melihat seberapa besar fasilitas yang didapat di tempat wisata.</p>
--	--	--	--

			<p>3. Pengaruh Atribut Produk Wisata Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung</p> <p>Atribut produk wisata aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata pemandian alam Banyubiru. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan nilai thitung > ttabel ($6.115 > 1.66$) dengan nilai signifikansi < 0.1 yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan atribut produk wisata aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung dapat diterima</p>
--	--	--	--

BAB III

METEDEOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci. (Sugiyono, 2008:15)

Penelitian ini yaitu penelitian yang menjelaskan kejadian yang terjadi dilapangan sebagaimana adanya sesuai kenyataan yang ada. Jenis penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan di lapangan, dimana penulis menjelaskan dan menguraikan kenyataan tentang **”Analisis Produk Wisata Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Bermain Banto Royo”**.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian yang berlokasi di Jl. Kaluang Tapi, Koto Tengah, Kec. Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Peneliti tertarik dengan fenomena yang terjadi dan dikarenakan juga belum ada sebelumnya dilakukan penelitian serupa di objek wisata, dan berdasarkan observasi awal peneliti kepada wisatawan dan pengelola, peneliti ingin mengetahui tingkat kunjungan wisatawan ke wisata Banto Royo. Waktu penelitian ini terhitung dari bulan Februari 2024 – November 2024.

Tabel 3. 1
Jangka Waktu Penelitian

No	Uraian kegiatan	Waktu rancangan peneliti 2024				
		Feb	Mar-juli	Agt	Sept-nov	Des
1	Observasi awal					
2	Pengajuan proposal					
3	Bimbingan proposal					
4	Seminar porposal					
5	Pengumpulan data					
6	Pengelolaan data penelitian					
7	Bimbingan skripsi					
8	Munaaqasyah					

Sumber : Olahan penulis

C. Subjek Penelitian

Pada peneliti kualitatif sampel lebih sering disebut sebagai narasumber, informan atau partisipan. Subjek penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2018). Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri, pengelola, dan wisatawan.

D. Instrumen Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti dibantu dengan kisi-kisi wawancara atau pedoman wawancara, buku untuk mencatat hasil wawancara, rekaman suara hasil wawancara, kamera untuk mengambil gambar-gambar yang dibutuhkan serta alat perekam seperti handphone (Sugiyono, 2013, p. 222). Berikut ini indikator dari instrumen penelitian:

Indikator	Faktor	Teori
Produk Wisata	1. Daya tarik wisata (Attractions), 2. Fasilitas dan	Dr. Diane Tangian dan Hendry M.E Kumaat, (2020)

	<p>pelayanan wisata (Amenities)</p> <p>3. Kemudahan untuk mencapai destinasi wisata (Accessibility)</p>	
Tingkat Kunjungan	<p>1. Faktor Pelayanan</p> <p>2. Faktor Sarana Prasarana</p> <p>3. Faktor Keamanan</p>	Kotler dan Keller (2010)

E. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini adalah darimana data itu diperoleh oleh peneliti. Adapun sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh dengan memberikan data dari pihak pertama kepada pengumpul data yang biasanya dilakukan melalui sesi wawancara (Herviani, 2016, hal. 13). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari wawancara langsung dengan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Agam, pengelola wisata Banto Royo Kabupaten Agam serta wisatawan yang berkunjung ke wisata Banto Royo Kabupaten Agam.

Responden	Deskripsi	Jumlah Responden
Pengelola Wisata Banto Roro	Manager dan karyawan Pengelola wisata Banto Royo	3 Orang
Wisatawan / Pengunjung	Wisatawan Keluarga dan Wisatawan Muda	3 Orang

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah suatu data yang di peroleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami dari ketersediaannya sumber-sumber lainnya sebelum penelitian dilakukan (Herviani, 2016, hal. 13). Sumber data skunder pada penelitian ini adalah sumber data yang di peroleh secara tidak langsung atau melalui sumber data yang telah tersedia yang berkaitan dengan penelitian, dokumen atau arsip yang didapatkan dari berbagai sumber, internet dan sebagainya yang bisa dijadikan menjadi data pelengkap. Jadi dengan menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder diharapkan membantu untuk mendapatkan data-data guna menyelesaikan penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memakai metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2016).

Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapi dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrumen. Format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang di gambarkan akan terjadi (Arikunto, 2006)

Observasi (observation) atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan datadengan jalan mengadakan pegamatan terhadap kegiatan sedang berlangsung (Sukmadinata, 2009)

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah proses untuk memperoleh informasi yang digunakan peneliti dengan cara bertanya dan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara dan dijawab oleh narasumber. Teknik yang

digunakan yaitu wawancara tidak terstruktur dimana wawancara yang dilakukan secara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2016).

Penulis menggunakan teknik wawancara dalam penelitian ini karena dapat mendengarkan secara langsung keterangan-keterangan dan informasi-informasi mengenai permasalahan yang hendak diteliti.

3. Metode Dokumentasi

Peneliti ini juga menggunakan teknik dokumentasi yaitu dokumen yang biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monental dari seorang. Dokumentasi dalam penelitian ini yang digunakan dari jurnal ilmiah serta menggunakan buku dan literature yang ada pada wisata Banto Royo Kabupaten Agam.

G. Teknik Analisis Data

Langkah-langkah yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman mencakup tiga hal yaitunya:

1. Reduksi Data

Data yang sudah didapat agar tidak terlalu tertumpuk serta agar memudahkan dalam menyimpannya. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan, perhatian, pengastraksian, pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini dilakukan selama penelitian dilakukan dari awal sampai akhir penelitian.

2. Penyajian Data

Proses pemberian kesimpulan informasi yang telah disusun, dimana memungkinkan untuk penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data merupakan gambaran secara keseluruhan dari sekelompok data yang diperoleh agar mudah dibaca secara menyeluruh.

Dengan adanya penyajian data, maka peneliti dapat memahami apa yang akan peneliti lakukan dalam penelitian.

3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan merupakan suatu proses terpenting dan terakhir yang dilakukan dalam suatu penelitian untuk mendapatkan sebuah kesimpulan yang dapat diuji berdasarkan penyajian data yang diperoleh dari informasi yang sudah dilakukan terhadap proyek penelitian di lapangan (Sugiono, 2016 : 405). Analisis Produk Wisata Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Bermain Banto Royo Kabupaten Agam.

H. Teknik Menjamin Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data yang peneliti peroleh pada saat melakukan penelitian di kecamatan Tilatang Kamang melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Maka untuk memperoleh keabsahan data tersebut, peneliti menggunakan kredibilitas data.

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah baik yang dituduhkan kepada peneliti kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moleong, 2007).

Adapun menurut (Sugiyono, 2016) uji kredibilitas data itu ada 6 dan peneliti disini hanya menggunakan 2 yakni. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini adalah sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber yaitu peneliti mengecek kembali hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi yang telah didapatkan dan menggabungkan dari beberapa sumber. Triangulasi Sumber, digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

Berdasarkan penjelasan diatas triangulasi merupakan teknik pemeriksa keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data

untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data. Dalam pengujian keabsahan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber dan pengumpulan data.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Objek Wisata Banto Royo

Kaluang tapi tilatang kamang merupakan wilayah yang dikelilingi oleh hamparan sawah yang sejuk dan indah dipandang mata, tidak salah lagi jika objek wisata Banto Royo dikenal sebagai wisata alam yang dikelilingi oleh air. Disamping itu, keindahan alam yang ada di objek wisata ini juga didukung oleh pepohonan yang berada di belakang bukit dan berhadapan langsung dengan objek wisata ini. Objek wisata Banto Royo baru saja didirikan tepatnya pada tahun 2018, dan pada awal diresmikan objek wisata ini sangat ramai dikunjungi oleh wisatawan karena daya tarik wisata yang unik. Tetapi semenjak kejadian COVID-19 tingkat kunjungan sangat menurun sampai pada saat ini di objek wisata. Penamaan objek wisata ini dan lain sebagainya banyak ditanya oleh wisatawan bahkan oleh penulis sendiri. Dari teknik pengumpulan data wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan pengelola objek wisata Banto Royo. Penulis mendapatkan hasil dari wawancara tersebut bahwasanya, sejarah awal berdirinya objek wisata Banto Royo adalah berdasarkan pendirian Masjid Nurul Ittihad yang terletak di persimpangan jalan yang menuju ke objek wisata ini. Dari awal masjid tersebut didirikan, masjid memiliki dua lantai. Lantai dua jarang dipakai oleh masyarakat untuk digunakan shalat dikarenakan pada lantai satu sangat luas. Oleh sebab itu, lantai dua pada masjid ini bisa dipergunakan sebagai tempat yang bermanfaat bagi masyarakat maupun orang-orang yang membutuhkannya. Kemudian setelah dilakukan renovasi, pada lantai dua dijadikan sebagai tempat les bahasa Inggris untuk anak-anak panti asuhan. Dengan tujuan seperti itu, maka masyarakat sekitar bermusyawarah mengenai hal ini, tentang pembiayaan untuk les anak-anak panti asuhan tersebut. Dan jika biaya les anak-anak panti asuhan ini di minta kepada masyarakat tentunya akan

memberatkan masyarakat. setelah melakukan musyawarah sesama masyarakat, dan bapak andi sahradi sebagai penasehat pada waktu itu, terdapat lahan yang letaknya tidak jauh dari area masjid, setelah di pikirkan bersama-sama bahwasanya membangun sebuah objek wisata akan memiliki hasil yang bisa membantu biaya pembelajaran anak-anak panti asuhan. yang mana lahan ini merupakan lahan milik orang lain, berbagai cara dilakukan untuk memberikan penjelasan dan arahan kepada pemilik lahan agar beliau mau memberikan lahannya tersebut untuk dipergunakan sebagaimana yang direncanakan. jadi, setelah pemilik lahan setuju akan hal itu, di ambil kesepakatan dengan orang pemilik lahan bahwasanya lahan tersebut akan dijadikan sebuah tempat wisata. pada pemilihan nama objek wisata ini yaitu objek wisata banto royo, hal ini terinspirasi dari lahan tersebut pada awalnya adalah rawa, dan dipenuhi oleh tanaman liar yang dikenal dengan rumput banto, jika rumput banto diinjak maka rumput ini akan bergerak atau bergoyang-goyang. bahasa daerah merupakan bahasa yang khas dan mencirikan daerah tersebut. di daerah kamang kata “bergoyang” yang dimana bahasa khas daerahnya adalah “beroyo-royo”. jadi dilakukan penetapan penamaan pada objek wisata ini, yaitu “banto royo” dimana artinya adalah rumput yang bergoyang-goyang.

2. Letak objek wisata Banto Royo

Objek wisata Banto Royo yang terkenal akan keindahan rawa-nya ini, merupakan wisata alam yang menyejukan mata, yang terletak di belakang bukit dan di perjalanan persawahan. Objek wisata ini terletak di Kabupaten Agam tepatnya di Jl.kaluang Tapi, Koto Tengah, Tilatang Kamang, kabupaten Agam, Sumatera Barat. Rute menuju objek wisata ini jika wisatawan memulai perjalanan dari Bukittinggi, hanya memerlukan waktu sekitar 20 hingga 30 menit. Dengan mengarahkan kendaraan menuju Gaduik kemudian menuju Jl. Raya Padang Medan. Dari simpang Gaduik arahkan kendaraan untuk menuju Kamang, dari sana lah wisatawan tinggal menyusuri jalan yang ada dan akan menemukan plang petunjuk arah yang bertuliskan objek wisata Banto Royo.

3. Visi, Misi dan Tujuan Objek Wisata Banto Royo

- a. Visi objek wisata banto Royo yaitu Menjadikan Banto Royo sebagai objek wisata yang bisa meningkatkan banyaknya di kunjungi oleh wisatawan atau para pengunjung
- b. Misi objek wisata banto Royo yaitu Membangun jiwa pemuda berekreasi dan berkepribadian dalam memajukan wisata lokal.
- c. Tujuan objek wisata Banto Royo

Tujuan objek wisata Banto Royo yaitu hasil dari objek wisata tersebut akan disalurkan ke Masjid Nurul Ittihad.

4. Cara Yang Dilakukan Oleh Pengelola Objek Wisata Untuk Meningkatkan Wisatawan Di Banto Royo Terhadap Menurunnya Tingkat Kunjungan Wisatawan.

Dari berbagai pendapat para ahli mengenai wisatawan dapat penulis simpulkan bahwasanya wisatawan adalah aktor atau orang yang melakukan kegiatan wisata, karena tujuan dari didirikannya sebuah tempat wisata adalah untuk dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik, dan wisatawan yang datang mengunjungi objek wisata Banto Royo adalah jenis wisatawan kelompok dan wisatawan individu.

Pada objek wisata ini wisatawan memiliki kebebasan dalam keinginan mereka dalam pemanduan perjalanannya. mereka yang dipandu akan mendapatkan spot foto yang bisa langsung di potret oleh crew yang mendampingi, cerita apapun yang ditanyakan, sejarah-sejarah, dan informasi lainnya mengenai objek wisata ini.

Hal yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Banto Royo Terhadap menurunnya tingkat kunjungannya wisatawan yaitu:

- a. Pengelola objek wisata banto Royo selalu melakukan pengembangan pada objek wisata seperti wahana bermainnya.
- b. Banto Royo sudah menyediakan kantin untuk pengunjung dan menetapkan harga yang standar.

- c. Untuk parkir juga menetapkan harga yang sudah di tentukan di objek wisata bantoroyo.
- d. Penambahan spot-spot tanaman di pinggiran bukit.

B. Temuan penelitian

Berdasarkan konsep destinasi kepariwisataan dalam pengembangan objek wisata harus memiliki komponen 3A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas) untuk meningkatkan wisata bantoroyo, peneliti mendapatkan data dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara sebagai berikut:

1. Atraksi

Atraksi wisata yang telah disediakan di objek wisata Banto Royo adalah Kano, wahana bermain anak-anak, mengelilingi objek wisata dengan berjalan kaki melalui jalan papan kayu, dan ada wahana bermain tidak aktif saat ini yaitu Flaying Fox dari semenjak wabah covid 19 sampai sekarang tidak aktif lagi.

dari hasil wawancara yang penulis dapatkan, bahwasanya alasan wisatawan berkunjung karena ingin mencoba atraksi yang ada di objek wisata Banto Royo, hal ini disampaikan oleh saudara Hazim yaitu:

“saya berkunjung ke objek wisata Banto Royo karna ingin bermain kano karena wahana bermain kano di objek wisata ini sangat menyenangkan.

Begitu juga dengan data yang didapatkan dari Ibu Desmawita bahwa :

“saya berkunjung ke objek wisata Banto Royo karena objek wisata ini memiliki wahana bermain anak yang bagus, anak saya suka bermain di objek wisata ini, wahana bermain ini tidak membosankan bagi anak saya”

Hal ini juga didukung oleh penjelasan pengelola objek wisata bahwa:

“kami terus melakukan peningkatan terhadap atraksi wisata yang ada, agar wisatawan yang berkunjung selalu merasa nyaman ketika melakukan atraksi wisata”.

Maka, penulis dapat menyimpulkan bahwa, atraksi yang ada di objek wisata Banto Royo sudah bagus, dan perlu ada inovasi lain agar wisatawan yang berkunjung tidak merasa bosan.

2. Amenitas

Amenitas adalah fasilitas yang ada di objek wisata Banto Royo berupa aula, wisatawan bebas menggunakan untuk acara apa saja. Akan tetapi acara yang biasa diadakan oleh wisatawan adalah acara keluarga, acara reuni, acara teman-teman, acara komunitas.

dari hasil wawancara yang penulis dapatkan, bahwasanya alasan wisatawan berkunjung karena fasilitas yang ada di objek wisata Banto Royo.

Disampaikan oleh ibu Yusni :

“setiap libur saya berkunjung ke objek wisata Banto Royo guna untuk menemani anak saya bermain, kantin yang ada di objek wisata Banto Royo lumayan untuk membantu saya walaupun fasilitasnya yang terbatas .”

Dan juga didukung oleh penjelasan dari pengelola objek wisata Banto Royo:

“kami menyediakan fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan, walaupun fasilitas kami banyak yang belum terpenuhi atau di bilang masih terbat, tetapi kami akan mengusahakan meningkatkan fasilitas dan memudahkan kegiatan wisata dari wisatawan.”

Dengan fasilitas lengkap yang disediakan oleh pengelola objek wisata Banto Royo membuat wisatawan sangat puas dan merasa nyaman.

Maka dapat penulis simpulkan fasilitas kebutuhan wisata di Banto Royo sudah bagus. Akan lebih bagus lagi jika makanan yang disediakan dikantin lebih lengkap lagi sehingga wisatawan tidak perlu membawa makanan dari luar.

3. Aksesibilitas

Kondisi akses menuju wisata Bantoroyo Agam, yang terletak di Jl. Kaluang tapi, koto tengah, tilatang kamang, kabupaten Agam Sumatra Barat, memiliki beberapa tantangan karena lokasi yang berada di kawasan

pegunungan dan daerah yang lebih terpencil. Berikut ini adalah yang perlu diperhatikan terkait akses menuju wisata Bantorooyo Agam:

- Jalan utama menuju wisata Bantorooyo Agam umumnya bisa diakses dengan kendaraan roda empat maupun roda dua, namun beberapa bagian jalan mungkin tidak terlalu lebar atau mulus.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan pengelola objek wisata (Bapak Zuladri Aranta), menyatakan sebagai berikut:

Dalam akses menuju ke objek wisata bantorooyo lumayan lancar, tetapi ada kendala sedikit dalam perjalanan menuju ke objek wisata bantorooyo jalannya tidak terlalu lebar jadi sulit kalau untuk tranfortasi seperti bus jumbo agak susah supir melaluinya.

C. Pembahasan

Bagaimana produk wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan di objek wisata Taman Bermain Banto Royo yang terus menurun.

Analisis produk wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan di objek wisata Taman Bermain Banto Royo yang semakin menurun dapat dijelaskan berdasarkan tiga komponen utama dalam pengembangan destinasi wisata, yaitu atraksi, amenitas, dan aksesibilitas.

1. Atraksi: Atraksi yang ada di Banto Royo seperti kano, wahana bermain anak-anak, dan jalur jalan papan kayu cukup menarik bagi wisatawan, namun adanya wahana yang tidak aktif (Flying Fox) sejak pandemi Covid-19 dapat mengurangi variasi pengalaman yang bisa ditawarkan. Berdasarkan wawancara, wisatawan datang untuk mencoba atraksi tertentu yang menyenangkan, namun penting untuk menjaga keberagaman atraksi agar tidak membuat pengunjung merasa bosan. Pengelola sudah berupaya melakukan peningkatan, tetapi inovasi baru perlu dipertimbangkan agar pengunjung merasa selalu tertarik untuk datang kembali. Kurangnya variasi atau atraksi yang lebih menarik bisa menyebabkan penurunan minat kunjungan.
2. Amenitas: Fasilitas di Banto Royo, seperti aula untuk acara keluarga dan kantin, sudah ada dan memadai, namun masih terbatas. Walaupun pengelola telah berusaha meningkatkan fasilitas, kualitas dan keberagaman

makanan di kantin yang terbatas dapat mengurangi kenyamanan wisatawan yang datang, apalagi untuk keluarga yang membutuhkan fasilitas lengkap. Ketidaklengkapan fasilitas ini dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung, yang pada gilirannya dapat menyebabkan penurunan kunjungan. Jika fasilitas seperti tempat makan dan tempat beristirahat diperbaiki dan ditingkatkan, maka pengunjung akan merasa lebih nyaman dan cenderung untuk kembali.

3. Aksesibilitas: Akses menuju objek wisata Banto Royo memang cukup lancar untuk kendaraan pribadi, namun jalan yang sempit dan tidak mulus menjadi kendala utama, terutama untuk kendaraan besar seperti bus. Aksesibilitas yang terbatas ini dapat mengurangi minat pengunjung, terutama bagi wisatawan yang datang dalam kelompok besar. Selain itu, jarak tempuh yang cukup jauh dan infrastruktur yang terbatas menyebabkan wisatawan merasa kesulitan dalam perjalanan menuju lokasi, yang dapat menurunkan tingkat kunjungan.

Dari data dan fakta di atas bahwasanya Penurunan tingkat kunjungan wisatawan di objek wisata Banto Royo dapat dihubungkan dengan beberapa faktor utama yang memengaruhi daya tarik dan kenyamanan wisatawan

Berikut adalah beberapa faktor yang menjadi penyebabnya:

- a. Kurangnya Inovasi dalam Atraksi Wisata

Atraksi wisata merupakan daya tarik utama yang membuat wisatawan datang berkunjung. Berdasarkan data sebelumnya, wahana Flying Fox yang sebelumnya tersedia sudah tidak beroperasi sejak pandemi COVID-19. Selain itu, atraksi yang ada seperti kano dan wahana bermain anak-anak mungkin belum cukup untuk menarik wisatawan baru atau membuat wisatawan lama kembali berkunjung.

Dampaknya:

Wisatawan yang sudah pernah datang bisa merasa bosan karena tidak ada atraksi baru dan kurangnya aktivitas

menarik bagi berbagai kelompok usia, terutama remaja dan dewasa.

b. Fasilitas yang Masih Terbatas (Amenitas)

Fasilitas pendukung (amenitas) sangat berpengaruh terhadap kenyamanan wisatawan. Dari hasil wawancara, diketahui bahwa kantin memiliki keterbatasan dalam variasi makanan. Selain itu, fasilitas umum seperti toilet, tempat ibadah, dan tempat istirahat mungkin masih perlu ditingkatkan.

Dampaknya:

Wisatawan mungkin enggan berkunjung kembali jika fasilitas kurang nyaman dan wisatawan harus membawa makanan sendiri, yang bisa menjadi beban bagi mereka.

c. Kendala Aksesibilitas (Akses Jalan yang Kurang Memadai)

Aksesibilitas merupakan faktor penting dalam meningkatkan jumlah wisatawan. Dari wawancara dengan pengelola, disebutkan bahwa jalan menuju lokasi tidak terlalu lebar, sehingga kendaraan besar seperti bus jumbo sulit masuk.

Dampaknya:

Rombongan wisatawan dalam jumlah besar, seperti kelompok sekolah atau komunitas, bisa kesulitan datang dan wisatawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi mungkin kesulitan mengakses lokasi.

d. Kurangnya Promosi dan Pemasaran Wisata

Promosi yang kurang efektif bisa menjadi penyebab utama menurunnya jumlah kunjungan wisatawan. Jika wisatawan tidak mengetahui keunggulan dan aktivitas terbaru di Banto Royo, mereka cenderung memilih destinasi lain yang lebih populer.

Dampaknya:

Potensi wisatawan dari luar daerah atau wisatawan baru kurang terjangkau dan Wisatawan lokal

mungkin tidak tertarik karena kurangnya informasi mengenai event atau aktivitas menarik.

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian yang telah penulis lakukan mengenai Analisis produk wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan di objek wisata Taman Bermain Banto Royo.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penurunan tingkat kunjungan wisatawan ke objek wisata Banto Royo disebabkan oleh beberapa faktor yang terkait dengan pengembangan destinasi wisata, yaitu atraksi, amenitas, dan aksesibilitas.

1) Kurangnya Inovasi dalam Atraksi Wisata

Meskipun objek wisata ini memiliki atraksi seperti kano dan wahana bermain anak-anak, kurangnya variasi serta tidak beroperasinya wahana Flying Fox sejak pandemi menyebabkan wisatawan merasa bosan dan kurang tertarik untuk kembali berkunjung.

2) Fasilitas (Amenitas) yang Masih Terbatas

Fasilitas pendukung seperti kantin, toilet, dan tempat istirahat masih terbatas. Keterbatasan variasi makanan di kantin juga menjadi kendala bagi wisatawan yang ingin menghabiskan waktu lebih lama di lokasi wisata.

3) Kendala Aksesibilitas

Jalan menuju Banto Royo cukup sempit dan kurang mendukung kendaraan besar seperti bus. Hal ini menjadi kendala bagi wisatawan yang datang dalam kelompok besar, seperti rombongan sekolah atau komunitas.

4) Kurangnya Promosi dan Pemasaran

Promosi yang kurang optimal menyebabkan wisatawan, terutama dari luar daerah, kurang mengetahui keberadaan dan daya tarik Banto Royo. Akibatnya, banyak yang lebih memilih destinasi wisata lain yang lebih populer.

Untuk meningkatkan kembali kunjungan wisatawan, pengelola perlu melakukan beberapa langkah strategis, seperti:

Menambahkan inovasi dalam atraksi wisata, termasuk mengaktifkan kembali wahana Flying Fox dan menambah wahana baru dan meningkatkan fasilitas umum, terutama variasi makanan di kantin, toilet, dan tempat istirahat.

Memperbaiki akses jalan agar lebih ramah bagi kendaraan besar dan meningkatkan strategi promosi, baik melalui media sosial, kerja sama dengan agen perjalanan, maupun event khusus untuk menarik wisatawan baru.

Jika langkah-langkah ini diterapkan dengan baik, Banto Royo berpotensi untuk kembali menarik wisatawan dan berkembang sebagai destinasi wisata unggulan di Sumatera Barat.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah disusun, berikut beberapa saran tambahan untuk memperkuat meningkatkan kunjungan objek wisata Banto Royo

1. Atraksi Wisata

Selain mengaktifkan kembali Flying Fox, pengelola bisa menambah atraksi berbasis alam dan budaya, seperti:

Spot foto tematik dengan latar khas Minangkabau untuk menarik wisatawan muda
Wisata edukasi (misalnya, mengenalkan ekosistem rawa atau budaya lokal).
Event musiman seperti festival seni dan budaya agar wisatawan memiliki alasan untuk kembali.

2. Peningkatan Kualitas Fasilitas

Menyediakan area food court dengan variasi kuliner lokal khas Sumatera Barat untuk meningkatkan daya tarik kuliner dan memperbanyak gazebo atau tempat istirahat agar wisatawan nyaman berlama-lama di lokasi dan menyediakan fasilitas kebersihan yang lebih baik (toilet yang lebih bersih dan nyaman).

3. Perbaikan Aksesibilitas

Jika pelebaran jalan sulit dilakukan, bisa disiasati dengan area parkir alternatif di luar kawasan wisata, lalu menyediakan shuttle bus atau kendaraan wisata menuju lokasi utama dan menyediakan papan petunjuk arah yang lebih jelas, terutama bagi wisatawan luar daerah.

4. Strategi Promosi yang Lebih Agresif

Meningkatkan kehadiran di media sosial dengan membuat konten interaktif seperti video wisata, ulasan pengunjung, dan tantangan viral dan berkolaborasi dengan influencer lokal atau YouTuber wisata untuk meningkatkan eksposur dan menyelenggarakan promo khusus seperti diskon tiket masuk bagi grup wisata atau paket bundling dengan atraksi tertentu dan bekerja sama dengan agen perjalanan dan hotel untuk menawarkan paket wisata yang mengintegrasikan Banto Royo dengan destinasi lain di Sumatera Barat.

Jika saran ini diterapkan secara bertahap dan konsisten, Banto Royo bisa berkembang menjadi destinasi wisata yang lebih menarik dan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arista, I., Darsiharjo, & Marhanah, S. (2017). Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pulau Lengkuas Belitung. *Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(1).
- Ayuningtyas, A. S., Fauzi, A., & Nuralam, I. (2019). Pengaruh Terpaan Media Soial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pengunjung Kampung Tridi (Tiga Dimensi) Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 68(1), 45– 54.
- Denok Wahyudi Setyo Rahayu dan Aqnes Dwi Sakti Hamidah. (2023). *STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, November 2023 Anggota Ikapi Jawa Tengah No. 225/JTE/2021.
- Damardjati, R.S. (1995). *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi, DKI Jakarta. 1991. *Info Pariwisata Jaya*. Jakarta : Effendi, Usman. 2014. *Asas Manajemen*. Jakarta : Rajawali Press. Handoko, T, Hani. 1989. *Manajemen Edisi II*. Yogyakarta : BPFE. Hasibuan, Malayu S. P. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT : Aksara Bumi.
- Edi Winata. (2024). *PENGANTAR PARIWISATA*. Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, NOVEMBER 2024 ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH NO. 225/JTE/2021.
- Gamal Suwantoro. (2009). “Dasar-Dasar Pariwisata”. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education.
- Kalebos, Fatmawati. 2016. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Desa Wisata Kepulauan. Vol.4 No. 3
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Consumer Behavior: A Framework for Marketing Decisions* (7th ed.). Pearson Education.
- Pike, S. (2016). *Destination Marketing and Management: Theories and Applications*. CABI Publishing.
- Soekadijo, R. 2000. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Tangian, D., & Kumaat, H. M. E. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Andi: Yogyakarta.

Tjiptono. (2012). *pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. jakarta. Andi Offset

Yoeti, Oka A. 1996. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Angkasa.

Yoesoep Edhie Rachmad, et all. (2022). *Pengantar Pariwisata*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, JULI 2022 ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH NO. 225/JTE/2021.