



Identifikasi Persepsi Wisatawan Terhadap Transportasi Wisata Saba Kota Cimahi (Sakoci) Di Kota Cimahi

Desy Oktaviani

Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama

oktadesy90@gmail.com

Abstract

Cimahi city tourism continues to experience rapid development, imahi city which has the nickname of the army city, trying to introduce Cimahi as a military triangle city to prospective tourists, with a unique way of launching tourist transportation in the form of buses called Sakoci, in march 2019 which aims which gives comfort, security and convenience to tourists when travelling in the city of Cimahi. Based on this, it is necessary to study the perception of tourism on lifeboat tourism transportation so that, it can be on target and beneficial, especially for the city of Cimahi tourism. The development of lifeboat tourism transportation is an effect and increased tourist demand is also a positive impact caused. Then it requires direction, especially regarding the needs and desires of tourists, thus it is deemed necessary to conduct research with the title identification of tourist perceptions of the transportation of the city of Cimahi Saba (lifeboat) in the city of Cimahi. This quantitative research was conducted in the city of Cimahi and aimed to identify tourists using lifeboats and reveal the perception characteristics and patterns of travel and tourist transportation. The researcher analyzes the data obtained by using the Importance Performance Analysis (IPA) method, this analysis method seeks to find which elements are considered important by tourists, so that suggestions and conclusions can be drawn for lifeboat transportation services. From this study produced an analysis of the type of tourist transport lifeboats received high attention from tourists. However, there are still many shortcomings that can reduce visitors on trips, uncertain visits, tours and frequency of tours as well as convenience of bus stop facilities, this needs specials attention to provide a good tourist experience and make tourists able to help to use lifeboats in the future.

Keywords: *Perception, Sakoci, Tourism Transportation, Importance Performance Analysis*

1. Pendahuluan

Kota Cimahi terletak di antara Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat yang mendapat julukan sebagai "Kota Tentara" karena di kota ini banyak pusat pendidikan untuk tentara. Dengan banyaknya pusat pendidikan tentara dan fasilitas kemiliteran lainnya maka sekitar 60% wilayah Kota Cimahi digunakan oleh tentara. Seiring berkembangnya pariwisata di kota Cimahi serta julukan kota Tentara yang melekat, maka pemerintah kota Cimahi berusaha untuk mengenalkan Cimahi sebagai kota Heritage Militer kepada calon wisatawan dengan cara yang unik yaitu meluncurkan transportasi wisata berupa bus bernama Sakoci (Saba kota Cimahi).

Kemudian hal tersebut diperkuat dengan memberikan perbedaan antara transport untuk pariwisata dan transportasi wisata dimana perbedaan itu adalah transportasi untuk pariwisata menjadikan transportasi hanya sebagai sarana pelengkap bagi kegiatan pariwisata, sedangkan transportasi wisata dimana kendaraan transportasi menjadi satu bagian daya tarik bagi wisatawan. (Page, 2009) Kualitas pengalaman transportasi wisatawan menjadi aspek penting dalam perjalanan wisata, beberapa aspek yang menjadi tolak ukur transportasi wisata (Lamb dan Davidson, 1996), yaitu:

1. Pelayanan termasuk didalamnya, keramahan dari pekerja terkait transportasi wisata, dan kemudahan wisatawan dalam mengakses informasi transportasi wisata tersebut.
2. Jadwal, meliputi ketepatan jam keberangkatan maupun jam tiba.
3. Jaringan transportasi, jaringan transportasi yang aman berupa jalan raya, petunjuk dan rambu transportasi.
4. Kenyamanan yang dirasakan wisatawan pada saat menggunakan transportasi wisata.
5. Terjangkau, dalam hal ini adalah harga yang dikeluarkan wisatawan untuk menggunakan transportasi wisata tersebut.
6. Efisien, dimana wisatawan dapat memaksimalkan masa liburan dengan mengunjungi banyak daya tarik wisata dengan transportasi wisata.

Sakoci merupakan bus wisata hibah dari Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil untuk merealisasikan konsep wisata menyambangi kawasan dan gedung-gedung militer bersejarah. Bus ini dapat menampung 20 orang. Pemberian nama dan tampilan yang unik menjadikan salah satu ragam wisata yang diminati oleh wisatawan. Tujuan dari keberadaan Sakoci adalah memberikan kenyamanan, keamanan dan kemudahan kepada wisatawan saat berwisata di kota Cimahi dan sekaligus merealisasikan konsep wisata menyambangi kawasan dan gedung-gedung militer bersejarah untuk mengenalkan kepada wisatawan.

Disisi lain, wisatawan sebagai pengguna Sakoci adalah salah satu aspek penting yang harus diperhatikan dalam pengembangan transportasi wisata Sakoci. Maka untuk itu perlu dilakukan studi persepsi wisatawan terhadap transportasi wisata Sakoci. Suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. Persepsi merupakan pandangan, penangkapan seseorang tentang sesuatu yang dipengaruhi oleh informasi yang diterima dan interpretasinya terhadap informasi tersebut. Persepsi terhadap alternatif hiburan dan macam-macam tujuan wisata dikondisikan oleh tiga elemen, yaitu pengalaman pribadi, preferensi dan cerita orang lain (E.T.Wahyono, 2006). Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini dimaksudkan agar pengembangan transportasi wisata tersebut dapat tepat sasaran dan bermanfaat bagi pariwisata kota Cimahi.

2. Kajian Teori

Persepsi adalah suatu proses aktivasi seseorang dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan dan menginterpretasikan suatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain (Purwanto, 2004). Transportasi Wisata adalah salah satu faktor penting yang berkontribusi di pengembangan pariwisata internasional dan domestik "*Transport was acknowledged as one of the key features underpinning social and economic development, not only to overcome the physical constraints of distance, but also to meet human needs for movement across time and space including travel for the purpose of tourism (Cooley, 1894)*". Selain itu Lamb dan Davidson pun memberikan penjelasan bahwa "*Transportation is one of the three fundamental component of tourism. The other two are the tourism product and tourism market. Without transportation, most forms of tourism could not exist. In some cases, the transportation experience is the tourism experience. (e.g cruises scenic and heritage rail trips, and motorcoach, automobiles and bicycle tours)*".

3. Metode Penelitian

Kepuasan pelanggan dalam hal ini wisatawan didefinisikan sebagai wujud perasaan wisatawan setelah membandingkan dengan keinginannya. Apabila kinerja suatu perusahaan dalam hal ini merupakan pengelola transportasi wisata Sakoci dibawah keinginan wisatawan maka wisatawan akan kecewa dan sebaliknya, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan merupakan respon oleh pemenuhan keinginan wisatawan.

Metode pengumpulan data dengan dua metode untuk digunakan dalam pengumpulan data. Studi literature, observasi lapangan, yaitu survey data sekunder dan survey data primer. Survey data sekunder, yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah variable yang diteliti, dalam hal ini adalah teori yang berkaitan dengan transportasi wisata.

Survey data primer adalah metode yang dilakukan oleh penulis selama berada dilapangan, yang terdiri dari :

1. Observasi lapangan dilakukan untuk melihat secara langsung kondisi transportasi wisata Sakoci, rute wisata Sakoci, dan aktivitas berwisata wisatawan Sakoci.
2. Penyebaran kuisisioner, proses penyebaran kuisisioner ini dilakukan kepada wisatawan terkait persepsi terhadap transportasi wisata Sakoci di kota Cimahi. Selain itu wisatawan diminta untuk mengisi kuisisioner yang berkaitan dengan karakteristik wisatawan.

Pada penelitian ini, sampel yang dipilih adalah wisatawan yang berasal dari luar kota Cimahi baik pria maupun wanita dengan usia minimal 15 tahun. Pemilihan batas usia minimum mengacu kepada usia sangat produktif 15-49 tahun, produktif 50-64 tahun dan usia kurang produktif 65 tahun ke atas menurut BPS. Pedoman penentuan jumlah sampel yaitu "Sebaiknya ukuran sampel diantara 30-500 elemen Roscoe dalam Sugiono (2012). Maka berdasarkan pedoman tersebut ditentukan menyebar kuisisioner sebanyak 100 kuisisioner. Penyebaran kuisisioner dilakukan di titik keberangkatan Sakoci yaitu di Alun-alun kota Cimahi. Kuisisioner diberikan kepada wisatawan pada saat akan menaiki Sakoci. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisa data berupa dokumen, literature, dan hasil kajian. Menurut Mathew dan Michael dalam Patilima (2011), analisis dalam penelitian kualitatif dibagi menjadi 3 (tiga) jalur yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, penggunaannya ketiga alur tersebut dapat disesuaikan dengan kondisi yang ditemui di lapangan.

Sugiyono (2012) menerangkan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sejumlah kelompok terhadap sebuah fenomena sosial yang dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dengan skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut adalah skala yang dipakai pada penelitian ini:

1. Sangat Tidak Memuaskan
2. Tidak Memuaskan
3. Memuaskan
4. Sangat Memuaskan

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisi persepsi wisatawan terhadap transportasi wisata Sakoci, diawali dengan melihat karakteristik wisatawan, pola perjalanan pada saat berwisata ke Cimahi dan pada saat berwisata menggunakan transportasi wisata Sakoci. Penyebaran kuisisioner dilakukan pada tujuh hari kerja termasuk di dalamnya hari libur. Jumlah kuisisioner yang disebar sebanyak 100 kuisisioner dengan sasaran responden luar kota Cimahi, selama survey ternyata cukup sulit mendapatkan responden dengan ciri tersebut, sehingga target awal 100 wisatawan hanya 70 kuisisioner yang memiliki ciri tersebut.

4.1 Karakteristik Responden Wisatawan Sakoci

Wisatawan pada suatu daya tarik wisata memiliki karakteristik dan pada pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan melakukan kunjungan ke suatu daya tarik wisata. Adapun karakteristik pengunjung meliputi: jenis kelamin, usia, kota atau daerah asal, tingkat pendidikan, status pekerjaan, status perkawinan. Sedangkan pola kunjungan wisatawan yang merupakan alasan utama perjalanan adalah

motif atau tujuan utama melakukan perjalanan tersebut. Antara lain: maksud kunjungan, frekwensi kunjungan, teman perjalanan, lama kunjungan dan sumber informasi.

Wisatawan yang berwisata menggunakan transportasi wisata Sakoci berdasarkan jenis kelamin sebanyak 60% merupakan wisatawan berjenis kelamin wanita. Berdasarkan umur sebagian besar didominasi umur 21-30 tahun sebesar 49,5% dan 31-40 tahun sebesar 35%. Dari jumlah yang mendominasi tersebut dapat terlihat bahwa wisatawan yang menggunakan Sakoci adalah wisatawan dengan usia produktif. Total 70 Responden wisatawan domestic berasal dari luar kota Cimahi, wisatawan yang datang mewakili daerah yang ada di Indonesia mulai dari Sumatera, Kalimantan, Sulawesi dan berbagai wilayah di pulau Jawa dengan sebagian besar berasal dari kota Bandung dan Jakarta. Berdasarkan tingkat pendidikan didominasi oleh wisatawan dengan tingkat pendidikan Sarjana, wisatawan yang bekerja sebagai karyawan swasta juga dominan dengan penghasilan lebih dari Rp. 3.500.000/ bulan.

4.2 Pola Perjalanan Wisatawan

Dari 70 responden, terdapat 55 (78,5%) Responden yang telah melakukan perjalanan ke Kota Cimahi sebanyak lebih dari 5 kali. 11 (15%) Responden melakukan perjalanan ke kota Cimahi kurang dari 2 kali dan terdapat 4 (5,7%) Responden yang melakukan perjalanan ke kota Cimahi 2-5 kali. Maka, kebanyakan wisatawan yang berwisata menggunakan Sakoci ini adalah wisatawan yang sudah mengunjungi kota Cimahi. Hasil ini menunjukkan bahwa wisatawan yang datang ke kota Cimahi adalah wisatawan *repeater*, sehingga dapat disimpulkan bahwa kota Cimahi merupakan kota yang cukup menarik bagi wisatawan selain karena letaknya yang sangat dekat dengan ibu kota provinsi Jawa Barat, yaitu Bandung, sehingga menjadi peluang baru bagi perkembangan pariwisata kota Cimahi untuk memberikan ragam jenis daya tarik wisata yang baru dan menarik untuk dikunjungi. Pola perjalanan *repeater* ini, sebanyak 45% responden berwisata menggunakan Sakoci bersama teman, 30% bersama keluarga, 10% dengan rombongan sekolah/kantor, 12% komunitas dan 3% responden yang datang sendiri. Responden yang berwisata dengan teman adalah responden yang sebagian besar memiliki teman atau kerabat yang menetap di kota Cimahi atau Bandung. Selama perjalanan wisata dilakukan Cimahi. Responden terbanyak menggunakan hotel sebagai sarana akomodasi yang bukan berlokasi di kota Cimahi, melainkan di kota terdekat yaitu Bandung.

Dari 70 orang yang diteliti, mayoritas responden yaitu 43 orang (61,4 %) diantaranya menginap di Hotel dan sebanyak 20 orang (28,5 %) diantaranya menginap di Rumah keluarga/ teman kerabat. Dengan hasil tersebut dapat menciptakan peluang kerjasama antara pihak swasta dalam hal ini pengelola akomodasi seperti hotel dan pengelola Sakoci untuk melakukan promosi misalnya dengan cara dijemput langsung di hotel terutama untuk wisatawan yang menginap di kota terdekat Cimahi yaitu Bandung agar dapat menarik jumlah kunjungan wisatawan ke kota Cimahi. Muncul pada tahun ini, 9 Maret 2019, Sakoci menjadi daya tarik wisata baru di kota Cimahi. Dari 70 responden wisatawan, sebanyak 65 (92%) orang menyatakan bahwa saat ini adalah pengalaman pertama berwisata menggunakan transportasi wisata Sakoci. Mayoritas responden yaitu sebanyak 59 responden (85%) orang diantaranya menyatakan sumber informasi mengenai Sakoci didapatkan dari keluarga/teman. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi pengelola maupun pemerintah daerah untuk melakukan promosi melalui media yang cakupannya lebih luas sehingga dapat menarik wisatawan khususnya wisatawan mancanegara.

4.3 Analisis Kepuasan Wisatawan terhadap Sakoci

Berdasarkan kuesioner yang telah berhasil dikumpulkan, masing-masing atribut pada dimensi kepuasan wisatawan terlihat pada tabel berikut:

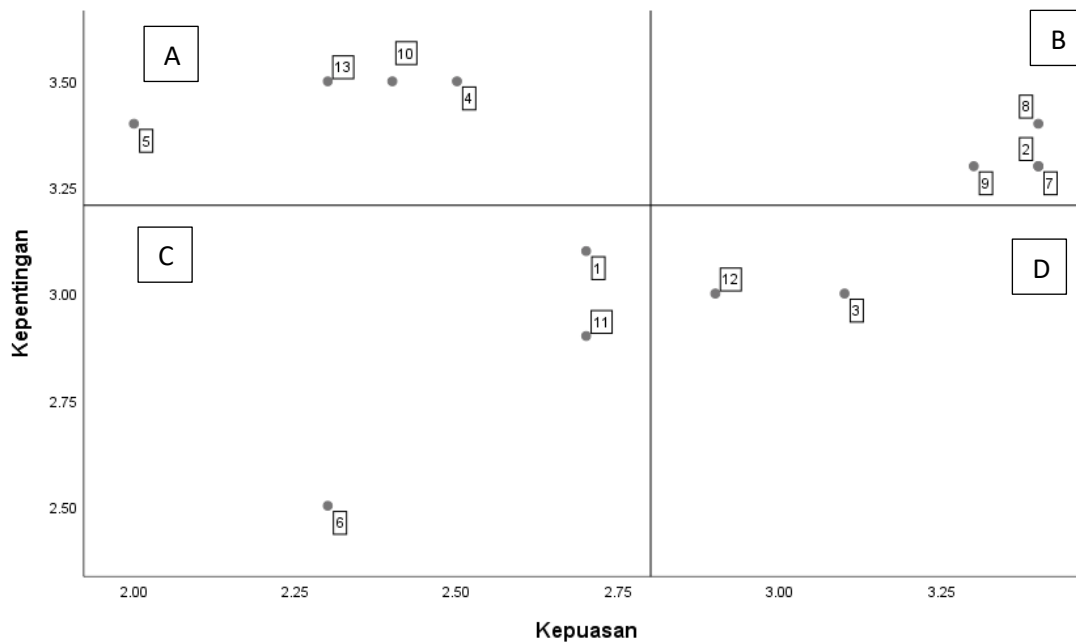
Tabel 1 :Rata-rata Penilaian Kepuasan Wisatawan Berdasarkan Tingkatan

No.	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	GAP / Kesenjangan
1	Sistem reservasi tiket	2.7	3.1	-0.4
2	Keramahan petugas Sakoci (Sopir dan pemandu wisata)	3.4	3.3	0.1
3	Penjelasan yang diberikan pemandu wisata	3.1	3	0.1
4	Frekuensi Perjalanan Harian Sakoci	2.5	3.5	-1
5	Ketepatan jadwal keberangkatan dan jadwal tiba	2	3.4	-1.4
6	Kondisi jalan dan rambu lalu lintas	2.3	2.5	-0.2
7	Kebersihan Sakoci	3.4	3.3	0.1
8	Kondisi Fisik Bus Sakoci	3.4	3.4	0
9	Rasa aman pada saat berwisata Sakoci	3.3	3.3	0
10	Kondisi Halte	2.4	3.5	-1.1
11	Jumlah kursi di dalam Sakoci	2.7	2.9	-0.2
12	Harga tiket yang ditawarkan Sakoci	2.9	3	-0.1
13	Rute wisata yang diberikan oleh Sakoci menarik	2.3	3.5	-1.2
	Rata- Rata	2.8	3.2	-0.40

Perhitungan skor kepuasan menunjukkan bahwa rata-rata skor kepuasan seluruh atribut sebesar 2,8 sedangkan rata-rata skor kepentingan seluruh atribut sebesar 3,2. Kesenjangan atau GAP dari hasil pengukuran kepuasan dan kepentingan sebesar -0,40 bernilai negative, maka dapat disimpulkan bahwa wisatawan tergolong tidak puas terhadap transportasi wisata Sakoci yang berarti bahwa setiap atribut belum memenuhi harapan wisatawan. Tingkat perbedaan atau GAP terletak pada atribut dimensi Jadwal pemberangkatan dan kedatangan Sakoci sebesar -1.4, kemudian pada atribut rute wisata sebesar -1.2. Dari data tersebut maka perlu analisis lebih lanjut untuk menentukan skala prioritas dalam usaha perbaikan dari setiap atribut yang ada, adapun cara untuk menentukan skala prioritas pembenahan yang ada adalah dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA).

4.4 Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Pada bagian ini dibahas mengenai pemetaan dari nilai Kepuasan (X) dan Kepentingan (Y), pemetaan dilakukan untuk mengetahui apa yang diinginkan wisatawan dan aspek apa yang benar-benar perlu ditingkatkan untuk memenuhi kepentingan wisatawan terhadap kualitas pelayanan. Berikut adalah data sebaran kepuasan dan kepentingan wisatawan:



Gambar 1 : Diagram Kartesius pengukuran kepuasan wisatawan terhadap transportasi wisata Sakoci

Dari gambar tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Menunjukkan atribut kualitas pelayanan yang harus memerlukan peningkatan prioritas yang tinggi. Keberadaan atribut ini mendapat penilaian sangat penting untuk diperbaiki. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

Tabel 2 : Atribut kuadran A

No. Item	Dimensi	Atribut
4	Jadwal	Frekuensi Perjalanan Harian Sakoci
5		Ketepatan jadwal keberangkatan dan jadwal tiba
10	Kenyamanan	Kondisi Halte
13	Efisien	Rute wisata yang diberikan oleh Sakoci menarik

Dengan demikian item-item tersebut menjadi skala prioritas utama perusahaan untuk diperbaiki.

2. Kuadran B

Menunjukkan atribut dimensi kualitas pelayanan yang harus tetap dipertahankan, karena termasuk ke dalam keunggulan perusahaan.

Tabel 3 : Atribut Kuadran B

No. Item	Dimensi	Atribut
2	Pelayanan	Keramahan petugas Sakoci (Sopir dan pemandu wisata)
7	Kenyamanan	Kebersihan Sakoci
8		Kondisi Fisik Bus Sakoci
9		Rasa aman pada saat berwisata Sakoci

Dengan demikian item-item tersebut perlu dipertahankan kinerjanya oleh pihak pengelola Sakoci.

3. Kuadran C

Kuadran C menunjukkan faktor yang dianggap kurang penting oleh wisatawan, tetapi harus tetap dipertimbangkan oleh perusahaan terhadap manfaat yang dirasakan. Keberadaan atribut-atribut ini mendapatkan penilaian tidak terlalu penting untuk diperbaiki sebagai berikut:

Tabel 4 : Atribut Kuadran C

No. Item	Dimensi	Atribut
1	Pelayanan	Sistem reservasi tiket memberi kemudahan
11	Kenyamanan	Jumlah kursi di dalam Sakoci
6	Jaringan Transportasi	Kondisi jalan dan rambu lalu lintas

4. Kuadran D

Menunjukkan atribut yang dianggap kurang penting oleh wisatawan, dan dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.. Keberadaan atribut ini mendapat penilaian tidak terlalu penting untuk diperbaiki adalah :

Tabel 5 : Atribut Kuadran D

No. Item	Dimensi	Atribut
3	Pelayanan	Penjelasan yang diberikan pemandu wisata
12	Terjangkau	Harga tiket yang ditawarkan Sakoci

Dengan demikian item-item tersebut berlebihan dilaksanakan oleh perusahaan, untuk itu lebih baik pihak perusahaan mengalokasikan sumber dayanya untuk prioritas utama terlebih dahulu.

5. Simpulan dan Saran

Bus wisata Saba Kota Cimahi menjadi transportasi wisata yang menarik bagi wisatawan karena keunikan yang dimiliki, 61% responden menyatakan ketertarikan awal terbesar karena melihat keunikan Sakoci. Sejalan dengan pendapat Page (2009) bahwa transportasi wisata dimana kendaraan transportasi menjadi satu bagian daya tarik bagi wisatawan.

Berdasarkan hasil survei, karakteristik wisatawan pengguna transportasi wisata Sakoci berasal dari banyak kalangan usia, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal dan pola perjalanan yang berbeda-beda. Dengan banyak ragam wisatawan yang berminat menggunakan Sakoci, maka menjadi masukan bagi pemerintah daerah dan pengelola Sakoci untuk bekerjasama menciptakan suasana berwisata menggunakan Sakoci yang nyaman dan menarik.

Lumsdon (2004), menyatakan bahwa kualitas pengalaman transportasi wisatawan menjadi aspek penting dalam perjalanan wisata, maka perbaikan layanan dalam hal ketepatan waktu keberangkatan dan ketepatan waktu tiba dan rute wisata menjadi prioritas utama dalam hal mendukung pengembangan transportasi wisata Sakoci. Selain itu, untuk meningkatkan kepuasan wisatawan yang pada akhirnya menciptakan wisatawan repeater, maka kondisi halte bus Sakoci pun harus menjadi perhatian khusus. Terkait rencana pengelola dalam penambahakan armada dan rute wisata dapat mengakomodir peluang paasar wisata baru. Dimana pada data armada bus Sakoci bertambah, maka lebih banyak lagi wisatawan yang dapat menggunakan transportasi wisata ini. Tentu saja hal tersebut harus didukung dengan kegiatan promosi yang tepat sasaran. Pada hasil survei, informasi mengenai Sakoci didapat oleh wisatawan melalui keluarga/kerabat/teman sebanyak 85%, sehingga kedepannya promosi wisata dapat lebih ditingkatkan lagi melalui berbagai macam media, baik cetak maupun eletronik sehingga dapat menarik wisatawasan khususnya wisatawan mancanegera lebih meningkat.

Dengan pengelolaan dan manajemen yang baik dari pengelola Sakoci dan kerjasama yang terintegrasi antara pihak-pihak terkait dalam pengembangan transportasi wisata Sakoci diharapkan dapat menjadi salah satu factor penting dalam pengembangan pariwisata kota Cimahi. Studi ini dapat menjadi masukan bagi pengelola Sakoci yaitu Badan Promosi Pariwisata kota Cimahi dalam pengembangan transportasi wisata Sakoci.

DAFTAR PUSTAKA

- Lumsdon, L., & Page, S. J. (2004). *Tourism and Transport, Issues and Agenda for The New Millenium* . United Kingdom: Elsevier.
- Page, S. J. (2009). *Transport and Tourism Global Perspective, Third Edition*. Edinburgh: Perason Prentice Hall.
- Patilima, Hamid. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung. Alfabeta.
- Purwanto, M. N. (2004). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Rosda.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyono. (2006). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Industri Retail*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, 5(2), 154-168.