

## **ANALISIS KOMPONEN PRODUK WISATA DI KABUPATEN KARAWANG**

**Dewi Gita Kartika<sup>1</sup> dan Myrza Rahmanita<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

dewigitakartika@gmail.com

### **Abstract**

Karawang Regency is one of the regencies in West Java with many tourism potentials and on the forth rank as the most visited regency to the tourism attraction by tourists in 2015. However, there found some concerns that complained by tourists, both from the bad infrastructure, potholes, the lack of facilities, less well-maintained attractions and so on. Based on the tourist's complaints, then drawn a formulation of the problem that leads to tourism products with the five main components, such as attractions, facilities in tourist destinations, accessibility, image of destination and price for tourists with the aim of knowing how tourism products in Karawang Regency itself and which aspects that become its advantages and disadvantages. The research was conducted on 100 respondents with non-probability sampling method. Respondents should have been traveled to Karawang Regency at least once. Data were collected through questionnaires and analyzed with quantitative descriptive terms. The result of research shows that tourism product in Karawang Regency is good enough with mean 2,833, however there are some aspects that very weak and require special attention, especially on accessibility component with the lowest mean 2,542.

**Keywords:** tourism products, attractions, facilities, accessibility, destination image, pricing

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu industri terkuat di dunia, bahkan menjadi salah satu penyumbang terbesar devisa negara. Di Indonesia sendiri, berdasarkan data pada situs resmi Kementerian Pariwisata Republik Indonesia ([www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)), hingga tahun 2015 komoditas pariwisata tetap eksis berada pada peringkat lima besar sebagai penyumbang devisa terbesar jika dibandingkan dengan komoditas ekspor lainnya. Selain itu juga diperkirakan pada tahun 2020, pariwisata akan menjadi penyumbang terbesar (peringkat pertama) bagi Indonesia.

Menteri Pariwisata Indonesia, Arief Yahya, menyatakan bahwa terdapat lima provinsi sebagai penyumbang pergerakan wisatawan nusantara tertinggi di Indonesia yakni terdiri atas Provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, DKI Jakarta dan Sumatera Utara.

Pada situs Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat ([www.disparbud.jabarprov.go.id](http://www.disparbud.jabarprov.go.id)) dijabarkan mengenai Peta Daerah Wisata Jawa Barat, dikatakan bahwa Jawa Barat memiliki 290 daya tarik wisata yang tersebar pada 27 kota dan kabupaten. Jawa Barat itu sendiri merupakan salah satu provinsi dengan jumlah penduduk terbanyak dan tercatat memiliki jumlah wisatawan yang cukup tinggi.

Banyaknya daya tarik wisata yang tersedia di Provinsi Jawa Barat tentu merupakan daya tarik tersendiri untuk dikunjungi oleh wisatawan. Berikut data peringkat lima besar jumlah kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata menurut kabupaten/kota di Jawa Barat pada tahun 2015:

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Daya Tarik Wisata Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Barat pada Tahun 2015

No.	Kabupaten/kota	Wisatawan		Jumlah
		Mancanegara	Domestik	
1	Kab. Bandung	62,101	5,583,468	5,645,569
2	Kota Bogor	228,913	4,092,150	4,321,063
3	Kab. Bogor	228,913	4,092,150	4,321,063
4	Kab. Karawang	499	4,306,641	4,307,140
5	Kab. Subang	170,274	3,227,988	3,398,262

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat. [www.jabar.bps.go.id](http://www.jabar.bps.go.id)

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa kabupaten/kota dengan kunjungan terbanyak pada peringkat satu hingga lima diantaranya adalah Kabupaten Bandung, Kota Bogor, Kabupaten Bogor, Kabupaten Karawang dan Kabupaten Subang.

Jika ditelusuri lebih lanjut mengenai salah satu kabupaten yang berada pada peringkat empat yakni Kabupaten Karawang ternyata tercatat memiliki 37 daya tarik wisata atau 12,75% dari keseluruhan jumlah daya tarik wisata yang ada di Provinsi Jawa Barat. Angka tersebut terbilang cukup besar jika dibandingkan kota/kabupaten lainnya, akan tetapi Kabupaten Karawang belum sepenuhnya dikenal sebagai daerah tujuan wisata.

Diketahui ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)) bahwa saat baru berkembang sebagai sebuah kabupaten, Kabupaten Karawang dulu dikenal sebagai kota lumbung padi dan sekarang masih lebih dikenal sebagai kota industri dikarenakan saat ini Kabupaten Karawang menjadi lokasi industri terbesar di Indonesia.

Selain itu walaupun Kabupaten Karawang memiliki angka kunjungan wisatawan yang sangat tinggi namun terdapat beberapa keluhan wisatawan yang diketahui berdasarkan rekam jejak opini yang dilakukan sebuah website media informasi non-komersil ([www.karawanginfo.com](http://www.karawanginfo.com)). Terdapat beberapa poin yang paling sering dikeluhkan oleh wisatawan, diantaranya infrastruktur, fasilitas, keamanan, kebersihan, pungutan liar, daya tarik wisata itu sendiri dan sebagainya. Sebagai contoh, buruknya kondisi jalan yang harus dilalui untuk menuju Pantai Pakis atau pungutan liar di kawasan parkir Curug Cigentis.

Jika dikaitkan dengan kepariwisataan, maka kendala atau permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya termasuk kedalam elemen-elemen pada produk wisata, dimana didalamnya terbagi atas lima komponen utama yakni atraksi, fasilitas di daerah tujuan wisata, aksesibilitas, citra destinasi dan harga untuk wisatawan.

Dengan segala upaya pengembangan produk wisata yang telah dilakukan dan potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Karawang, seharusnya dapat menjadi daya tarik tersendiri dan menciptakan citra positif sehingga Kabupaten Karawang dikenal sebagai daerah tujuan wisata.

### **Kajian Pustaka**

Middleton (2009: 122) mengungkapkan bahwa produk wisata dapat didefinisikan sebagai kesatuan antara komponen-komponen nyata dan tidak nyata berdasarkan aktivitas yang dapat dilakukan pada destinasi tujuan wisata. Adapun yang dimaksud sebagai komponen-komponen nyata dan tidak nyata adalah sesuatu yang dapat dirasakan oleh wisatawan dan menjadi sebuah pengalaman berharga baginya.

Komponen utama produk wisata yang dimaksud oleh Middleton (2009: 123) terdiri atas:

- 1) Atraksi wisata;
- 2) Fasilitas di daerah tujuan wisata;
- 3) Aksesibilitas;
- 4) Citra destinasi;
- 5) Harga untuk wisatawan.

Pernyataan serupa mengenai komponen produk wisata juga diperkuat oleh Suwanto (2007: 26), Sitorus (2008: 190) dan Mill (2010: 23).

### **Atraksi Wisata**

Middleton (2009: 123) menjabarkan elemen atraksi yang mempengaruhi pilihan wisatawan dan mempengaruhi prospektif motivasi wisatawan pada atraksi sebagai berikut:

- a. Atraksi wisata alam, meliputi bentang alam, pantai, iklim, flora dan fauna serta bentukan geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya;
- b. Atraksi wisata buatan/binaan manusia, meliputi bangunan dan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, monumen, trotoar jalan, taman dan kebun, pusat konvensi, marina, ski, tempat kepariwisataan, lapangan golf, toko-toko khusus dan daerah yang bertema;
- c. Atraksi wisata budaya, meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni, teater, musik, tari, pertunjukan lain dan museum. Beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi even khusus, festival dan karnaval;
- d. Atraksi wisata sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial.

### **Fasilitas di Daerah Tujuan Wisata**

Menurut Middleton (2009: 124) terdapat beberapa komponen elemen pada

suatu destinasi yang membuat wisatawan ingin tinggal, menikmati dan berpartisipasi dalam atraksi itu sendiri, diantaranya:

- a. Unit akomodasi, meliputi hotel, apartment, villa, perkemahan, *caravan*, hostel, kondominium, kawasan perternakan dan rumah penduduk (*guesthouse*);
- b. Restoran, bar dan kafe, dimana memiliki kriteria mulai dari makanan cepat saji hingga makanan mewah;
- c. Transportasi pada destinasi, meliputi taksi, kereta, penyewaan mobil, kemudahan penyewaan (termasuk alat ski pada destinasi bersalju);
- d. Olahraga/minat/penjelajahan/aktivitas, meliputi sekolah ski, sekolah berlayar, *golf club*, fasilitas perjalanan, stadium penonton, pusat seni dan kerajinan, serta ilmu alam;
- e. Fasilitas lainnya, meliputi sekolah bahasa dan pusat kesehatan;
- f. *Retail outlets*, meliputi tempat belanja, agen perjalanan, toko souvenir dan peralatan kemah;
- g. Pelayanan lainnya, meliputi pelayanan informasi, penyewaan perlengkapan dan polisi pariwisata.

#### **Aksesibilitas**

Middleton (2009: 124) menyatakan bahwa terdapat beberapa aspek aksesibilitas dari produk wisata yang mempengaruhi biaya, kecepatan dan kenyamanan wisatawan, akankah dia pergi meninggalkan tempat tinggalnya dan mencapai tujuan wisata atau tidak. Adapun aspek tersebut diantaranya adalah:

- a. Infrastruktur, meliputi jalan, lahan parkir, bandara, stasiun, pelabuhan, perairan dan marina;
- b. Perlengkapan, meliputi ukuran, kecepatan dan jumlah dari ketersediaan transportasi umum;

- c. Faktor oprasional, meliputi rute yang dijalankan, frekuensi pelayanan, harga yang harus dibayarkan dan jalan tol;
- d. Peraturan pemerintah, meliputi jangkauan dari kontrol peraturan terhadap pengoprasian transportasi yang mempengaruhi rute dan harga yang dikenakan.

#### **Citra Destinasi**

Middleton (2009: 124) berpendapat bahwa citra destinasi dibenak wisatawan sangat mempengaruhi keputusannya dalam melakukan kunjungan. Citra destinasi bukan sesuatu yang harus membutuhkan pengalaman langsung dari wisatawan atau sebuah fakta, melainkan sesuatu yang selalu dapat memotivasi calon wisatawan untuk berwisata dan pada akhirnya memenuhi ekspektasi pengalaman perjalanan wisatawan itu sendiri.

#### **Harga untuk Wisatawan**

Middleton (2009: 125) mengatakan bahwa setiap kunjungan pasti memiliki total harga yang terdiri atas biaya-biaya yang harus dibayarkan. Biasanya destinasi menawarkan jangkauan harga yang berbeda-beda berdasarkan segmen dan permintaan pasar, perbedaan tersebut dapat berupa jenis akomodasi, fasilitas, transport, pelayanan yang diberikan dan sebagainya.

#### **METODE PENELITIAN**

##### **Metode Penelitian dan Unit Analisis**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dimana metode penelitian deskriptif itu sendiri (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000:29) merupakan suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan, menggambarkan atau melukiskan sebuah fenomena atau hubungan antar-fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat.

Selanjutnya pada penelitian ini yang menjadi unit analisis adalah komponen produk wisata di Kabupaten Karawang, diukur berdasarkan masyarakat atau wisatawan yang sudah pernah berwisata di Kabupaten Karawang setidaknya satu kali, baik berasal dari luar Kabupaten Karawang ataupun Kabupaten Karawang itu sendiri.

### Metode Penarikan Contoh (*Sampling*)

Penelitian ini menggunakan metode non-probabilitas dimana menurut Sunyoto (2014: 60) metode non-probabilitas memberikan peluang yang tidak sama dari semua elemen sebagai sampel penelitian dikarenakan terdapat persyaratan khusus yang harus dipenuhi. Dengan demikian diharapkan sampel yang diambil merupakan representatif yang tepat dari keseluruhan populasi.

Adapun jumlah populasi yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan data olahan Pusat Data dan Analisa Pembangunan Jawa Barat ([www.pusdalisbang.jabarprov.go.id](http://www.pusdalisbang.jabarprov.go.id)) mengenai wisatawan yang mengunjungi objek wisata di Kabupaten Karawang pada tahun 2015 adalah sebanyak 4.307.140 wisatawan, terdiri atas wisatawan domestik dan mancanegara. Maka ditetapkanlah jumlah sampel dengan formula yang dikembangkan oleh Slovin (1990) (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000: 74) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{4.307.140}{1 + 4.307.140 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{4.307.140}{43.072,4}$$
$$n = 100$$

Keterangan:

N = Populasi Koefisien

n = Jumlah Sampel

e = Batas Kesalahan (*Margin Error*) 10%

Maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang dibutuhkan untuk menjadi sampel dari populasi sebanyak 100 responden.

### Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian yang dilakukan, peneliti tentu menggunakan data-data yang dikumpulkan sebagai bahan utama proses pengolahan data dalam rangka memecahkan permasalahan penelitian. Adapun data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder.

Pada penelitian ini data primer diperoleh melalui dua cara, yaitu penyebaran kuesioner dan wawancara sederhana.

Kuesioner (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000: 82) ini mengacu pada kumpulan dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada responden dan jawaban yang diperoleh dalam bentuk tertulis. Adapun kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner langsung yang tertutup karena responden hanya perlu memberikan tanda pada pilihan jawaban yang dianggap tepat tanpa penjabaran lebih lanjut.

Selanjutnya wawancara (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000: 83) merupakan proses interaksi dan komunikasi antara pengumpul data dengan responden. Wawancara dilakukan secara sederhana dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengacu pada permasalahan terkait.

Sedangkan dalam hal ini yang penggunaan data sekunder diperoleh melalui internet, buku, artikel, laporan penelitian, serta media lainnya yang relevan dengan penelitian. Demikian dilakukan guna mendapatkan teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti

ataupun data penunjang untuk perbandingan secara teoritis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dibahas hasil perhitungan data yang telah dikumpulkan dan diolah dengan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 21. Adapun yang dijadikan sebagai data primer berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden dengan klasifikasi khusus, yakni mereka harus sudah pernah berwisata di Kabupaten Karawang setidaknya satu kali. Kuesioner yang dibagikan terdiri atas dua bagian, yakni demografi wisatawan dan variabel penelitian sejumlah 28 pernyataan mengenai produk wisata di Kabupaten Karawang dengan lima komponen utamanya (atraksi, fasilitas di daerah tujuan wisata, aksesibilitas, citra destinasi dan harga untuk wisatawan).

### Uji Validitas

Uji validitas merupakan prosedur pengujian untuk melihat apakah kuesioner yang dibagikan dapat dijadikan suatu alat ukur yang tepat atau tidak dengan membandingkan antara  $r$  hitung dan  $r$  tabel, jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka butir pernyataan pada kuesioner adalah valid, sebaliknya jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel maka butir pernyataan pada kuesioner adalah tidak valid.

Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya

pernyataan pada kuesioner sebagai berikut:

Taraf signifikansi ( $\alpha$ )= 10% atau 0,10

Derajat kebebasan ( $df$ )=  $n-2 = 100-2 = 98$

Dari keterangan di atas diketahui bahwa  $r$  tabel yang digunakan sebagai perbandingan adalah 0,1654.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan diketahui seluruh  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan yang ada adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk menguji kepercayaan dan konsistensi dari suatu alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten apabila pengukuran ulang dilakukan. Adapun uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha dikatakan reliabel apabila lebih besar dari 0,60 atau 60%.

Diketahui bahwa hasil Cronbach's Alpha adalah 0,960 dimana angka tersebut lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur berupa butir pernyataan kuesioner memiliki reliabilitas yang baik.

### Rekapitulasi Nilai Rata-Rata

Dari hasil penyebaran kuesioner, maka dapat ditarik kesimpulan atas nilai rata-rata tanggapan responden sebagai berikut:

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Data Analisis Produk Wisata di Kabupaten Karawang

No.	Pernyataan	N	Mean Indikator	Mean Sub-variabel
<b>A. Atraksi</b>				
1	Adanya aneka ragam bentang alam di Kab. Karawang menjadi daya tarik tersendiri	100	3.620	
2	Pantai di Kab. Karawang sangat indah dan bersih	100	1.930	2.924
3	Terdapat iklim yang sangat sesuai untuk berwisata di Kab. Karawang	100	2.760	

4	Bangunan bersejarah di Kab. Karawang masih terjaga dengan sangat baik	100	3.000	
5	Terdapat taman kota sebagai sarana bermain dengan nilai estetika yang tinggi	100	2.490	
6	Seni Tari Jaipong khas Kab. Karawang sangat menarik sebagai pertunjukan	100	3.810	
7	Terdapat pertunjukan seni teater yang sangat unik di Kab. Karawang	100	3.250	
8	Keramahtamahan masyarakat lokal memberikan kenyamanan saat berwisata di Kab. Karawang	100	3.140	
9	Masyarakat lokal dapat berbahasa asing dengan sangat baik	100	2.320	
<b>B. Fasilitas di Daerah Tujuan Wisata</b>				
1	Tersedia berbagai pilihan akomodasi dengan fasilitas sesuai kebutuhan	100	2.770	
2	Terdapat banyak restoran berkualitas dengan beragam jenis makanan yang ditawarkan	100	3.200	
3	Tersedia banyak transportasi umum yang memudahkan wisatawan	100	2.610	
4	Terdapat berbagai jenis aktivitas wisata yang dapat dilakukan di Kab. Karawang	100	2.860	
5	Saya memutuskan untuk berwisata ke Kab. Karawang karena banyaknya fasilitas penunjang yang tersedia di daya tarik wisata	100	2.480	2.709
6	Terdapat pusat belanja untuk oleh-oleh atau souvenir yang sangat lengkap	100	2.610	
7	Terdapat pelayan wisata yang memenuhi standard, baik pelayanan informasi, penyewaan perlengkapan hingga pemandu	100	2.430	
<b>C. Aksesibilitas</b>				
1	Terdapat infrastruktur yang sangat baik untuk menuju daya tarik wisata	100	2.350	
2	Jalan menuju daya tarik wisata sangat mulus/bebas lubang	100	2.250	
3	Tersedia lahan parkir yang sangat luas	100	2.870	
4	Tersedia moda transportasi umum untuk menuju daya tarik wisata dengan jumlah yang banyak	100	2.490	2.542
5	Rute menuju daya tarik wisata sangat mudah dijangkau	100	2.480	
6	Adanya peraturan pemerintah sangat memudahkan wisatawan	100	2.810	
<b>D. Citra Destinasi</b>				
1	Citra destinasi Kab. Karawang yang sangat baik memotivasi saya untuk melakukan kunjungan ke berbagai daya tarik wisata di Kab. Karawang	100	2.840	2.725
2	Ketika mengunjungi daya tarik wisata di Kab. Karawang ternyata sesuai dengan ekspektasi saya	100	2.610	
<b>E. Harga untuk Wisatawan</b>				
1	Biaya yang dibutuhkan untuk berwisata di Kab. Karawang sangat terjangkau sesuai dengan masing-masing segmen	100	3.540	
2	Terdapat beragam pilihan harga yang ditawarkan untuk akomodasi di Kab. Karawang	100	3.410	3.265

3	Tersedia fasilitas wisata yang sesuai dengan harga yang dibayarkan	100	3.130
4	Pengeluaran biaya transportasi sesuai dengan kepuasan yang didapatkan setelah kunjungan wisata	100	2.980
<b>Total Mean</b>			<b>2.833</b>

Sumber: Hasil Olah Data, 2017

Berdasarkan tabel 4.41 maka dapat dikatakan bahwa produk wisata di Kabupaten Karawang secara keseluruhan sudah cukup baik, terbukti dari total mean yang didapatkan sebesar 2,833. Akan tetapi tentu hal tersebut saja tidak terlepas dari suatu permasalahan atau kekurangan.

Diketahui permasalahan yang lebih rinci melalui nilai rata-rata terendah pada setiap instrumen pernyataan mulai dari yang paling rendah adalah sebagai berikut:

- a. Pantai di Kab. Karawang sangat indah dan bersih (1,930)
- b. Jalan menuju daya tarik wisata sangat mulus/bebas lubang (2,250)
- c. Masyarakat lokal dapat berbahasa asing dengan sangat baik (2,320)
- d. Terdapat infrastruktur yang sangat baik untuk menuju daya tarik wisata (2,350)
- e. Terdapat pelayan wisata yang memenuhi standard, baik pelayanan informasi, penyewaan perlengkapan hingga pemandu (2,430)

Berdasarkan kelima pernyataan di atas maka terdapat beberapa aspek yang harus diperhatikan dan menjadi prioritas jika ingin mengembangkan wisata di Kabupaten Karawang.

## **KESIMPULAN**

Setelah dilakukannya pengolahan data, maka diketahui bagaimana produk wisata di Kabupaten Karawang berikut dengan aspek terkuat dan terlemahnya. Adapun dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk wisata di Kabupaten Karawang dinilai sudah cukup baik dengan nilai

rata-rata keseluruhan sebesar 2,833. Akan tetapi angka tersebut belum cukup tinggi untuk menjadikan Kabupaten Karawang layak disebut sebagai Daerah Tujuan Wisata dikarenakan masih terdapat banyak kekurangan yang masih harus diperbaiki.

2. Adapun komponen yang dinilai sangat baik hingga terburuk berturut-turut sebagai berikut: Harga untuk wisatawan dengan mean 3,265, atraksi dengan mean 2,924, citra destinasi dengan mean 2,725, fasilitas di daerah tujuan wisata dengan mean 2,709 dan aksesibilitas dengan mean 2,542.
3. Komponen harga untuk wisatawan memiliki nilai rata-rata tertinggi atau dinilai baik oleh responden dengan perolehan angka 3,265. Hal tersebut dapat dikarenakan biaya yang dibutuhkan untuk berwisata di Kabupaten Karawang sendiri masih relatif murah dan terjangkau, dengan kata lain banyak objek wisata yang belum dikomersialisasikan dan industri pariwisata belum menjadi orientasi pendapatan masyarakat.
4. Komponen aksesibilitas memiliki nilai rata-rata terendah dengan perolehan angka 2,542. Hasil ini ternyata sesuai dengan permasalahan yang ada dimana banyak keluhan wisatawan atas aksesibilitas di Kabupaten Karawang, mulai dari buruknya infrastruktur, jalan yang berlubang, sulitnya moda transportasi umum hingga rute menuju objek wisata yang sulit dijangkau.
5. Pertunjukan Seni Tari Jaipong dan pertunjukan Seni Teater yang sangat unik merupakan daya tarik tersendiri



yang dapat memikat wisatawan dan menjadi aspek terkuat Kabupaten Karawang. Terbukti melalui nilai rata-rata perolehan dari setiap instrumen pernyataan secara berturut-turut adalah 3,810 dan 3,250. Sejauh ini Seni Tari Jaipong dan Seni Teater sendiri memang kerap dipentaskan dan terus dijaga kelestariannya oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang berikut pelaku budaya, akan tetapi banyak calon wisatawan yang tidak mengetahui hal tersebut dikarenakan minimnya publikasi mengenai jadwal ataupun lokasi pementasan. Sehingga sangat disayangkan jika tingginya minat terhadap pertunjukan Seni Tari Jaipong dan Seni Teater sulit untuk disalurkan dengan baik.

6. Adanya ragam bentang alam di Kabupaten Karawang merupakan daya tarik tersendiri yang dapat diunggulkan dan menjadi aspek terkuat lainnya. Adapun perolehan nilai rata-rata yang dimiliki adalah sebesar 3,620. Kabupaten Karawang sendiri memiliki keuntungan secara geografis yang membagi kabupaten ini menjadi tiga bagian, yakni daerah dataran rendah, perbukitan dan daerah dataran tinggi atau pegunungan. Hal tersebut membuat Kabupaten Karawang memiliki produk wisata alam yang lengkap, mulai dari pantai, sawah, goa, hutan, air terjun hingga pegunungan. Akan tetapi kekayaan alam yang ada tidak seluruhnya dijaga, dirawat, dilestarikan dan dimaksimalkan untuk dapat terus mendatangkan wisatawan. Misalnya tidak terjaganya kebersihan pantai.
7. Pernyataan mengenai keindahan dan kebersihan pantai di Kab. Karawang memiliki nilai rata-rata terendah yakni 1,930. Dengan kata lain responden menganggap bahwa pantai di Kabupaten Karawang buruk dan kotor. Padahal diketahui melalui data olahan demografi bahwa jenis atraksi wisata yang paling

sering dikunjungi adalah wisata alam. Hal tersebut sangat disayangkan, diperlukan perhatian pemerintah dan kesadaran masyarakat serta wisatawan itu sendiri untuk menjaga kebersihan lingkungan sekitar, terutama pantai di Kabupaten Karawang.

8. Minimnya pelayanan wisata yang memenuhi standard (2,430) dan kemampuan masyarakat lokal dalam berbahasa asing (2,320) juga merupakan salah satu kelemahan dari produk wisata di Kabupaten Karawang. Hal tersebut dapat dikarenakan belum adanya sosialisasi, pembekalan atau pelatihan khusus untuk masyarakat mengenai pariwisata itu sendiri, terutama yang berdomisili di sekitar objek wisata. Diharapkan dengan adanya pengetahuan masyarakat akan pariwisata dapat menjadi suatu sumber pemasukan mereka dan memberi kepuasan tersendiri untuk wisatawan yang datang dengan maksimalnya pelayanan wisata yang memenuhi standard ataupun komunikasi yang baik antara tuan rumah (*host*) dan pengunjung (*guest*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Kusmayadi dan Sugiarto, E. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Middleton, Victor C.T. et al. 2009. *Marketing in Travel and Tourism*. Slovenia: Elsevier.
- Mill, Robert Christie. 2010. *Tourism the International Business*. Switzerland: The Global Text Project.
- Sitorus, Monang. 2008. *Pengaruh Atraksi, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Nilai Pelanggan dan Citra Objek Wisata Danau Toba di Kabupaten Toba Samosir Provinsi Sumatera Utara*. Jurnal

- Ilmiah Pariwisata Vol. 13, No. 3, November 2008, Hal: 188-207.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suwantoro, Gamal (2007), *Dasar-Dasar Pariwisata*, Yogyakarta : ANDI
- [www.jabar.bps.go.id](http://www.jabar.bps.go.id)  
[www.jabarprov.go.id](http://www.jabarprov.go.id)  
[www.karawanginfo.com](http://www.karawanginfo.com)  
[www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)  
[www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)